

Políticas reguladoras en la vitivinicultura argentina. Crisis e intervención del estado. 1930-1940

*Regulatory policies in Argentine viticulture. Crisis and
intervention of the state. 1930-1940*

María Silvia Ospital
Conicet/ Universidad Nacional de la Plata/ Universidad Nacional de Quilmes
silviaospital@gmail.com

Recibido 23.08.18
Aceptado 08.05.19

Resumen

Como ha sido ampliamente estudiado, desde el comienzo de la vitivinicultura moderna – aproximadamente en 1870-, el Estado fue activo en el fomento y sostenimiento del sector. Sin embargo, su participación fue determinante en algunos momentos de su historia. En este sentido, la creación de la Junta Reguladora de Vinos (1935-1943) fue mucho más que una medida coyuntural que pretendía mitigar los problemas de mercado. Este trabajo presenta un panorama comprensivo de la acción del Estado en la materia, comparando las distintas iniciativas que se dieron en la década de 1930 en el marco de una de las crisis más importantes de la agroindustria y que definieron, en gran medida, la estructura de la vitivinicultura hasta finales del siglo pasado.

En particular, la propuesta es discutir las posibles razones políticas y económicas que dieron origen a la Junta Reguladora de Vinos y a su funcionamiento posterior. A partir del análisis de las fuentes existentes, se plantea la necesidad de ampliar la visión tradicional sobre el papel de la Junta como un acuerdo económico que favoreció a los bodegueros más grandes, entendiéndolo, también, como una forma de negociación política al interior de la élite gobernante.

Palabras claves: intervención del estado, corporaciones, Junta Reguladora de Vinos.

Abstract

As has been widely studied, since the beginning of modern winemaking -around 1870-, the government was active in promoting and supporting the wine sector. However, their participation was crucial at certain moments in its history. In this regard, the creation of the Regulatory Board Wine (1935-1943) was much more than a temporary measure trying to mitigate the problems of the market.

This paper presents a comprehensive overview of government action in this field, comparing the various initiatives that appeared in the 1930 decade in the context of one of the most important crisis exhibited by the industry. Those policies defined, to a large extend, the structure of winemaking until late XX century. In particular, we aim to explain the political and economic reasons behind the creation of Wine Regulatory Board and its performance.

Keywords: State intervention, corporations, Wine Regulatory Board.

a) Introducción

La crisis internacional de 1929-1930 modificó drásticamente las condiciones del comercio internacional determinando la brusca contracción de los flujos del intercambio y la desaparición de las relaciones económicas multilaterales. A medida que las naciones centrales recurrían a políticas proteccionistas, los países tradicionalmente exportadores de materias primas debieron arbitrar respuestas económicas y administrativas para superar las graves consecuencias de las nuevas reglas impuestas por la crisis en el mercado mundial.

El control de cambios fue primera medida de una serie de políticas económicas que, pactos y controles mediante, configuraron en Argentina el intervencionismo de estado característico de la etapa abierta en 1930. Si bien el énfasis estuvo puesto en las tradicionales actividades agrícologanaderas de la Pampa Húmeda —firma del pacto con Gran Bretaña, creación de un organismo encargado de la comercialización de granos— las producciones regionales argentinas orientadas hacia el mercado interno fueron alcanzadas también por las políticas reguladoras.

Al desviar la mirada hacia otras regiones del país y enfocarla en las agroindustrias monoproductoras del interior es posible realizar otras aproximaciones a las políticas reguladoras puestas en práctica después de la crisis de 1930. Comentarios, datos y consideraciones que enriquecen y matizan la visión centrada en el escenario cerealero. El

caso de la vitivinicultura cuyana constituye un terreno de análisis interesante para la ampliación propuesta.

Esta agroindustria, radicada especialmente en las provincias de Mendoza y San Juan, con tibias manifestaciones en la zona del valle del Río Negro desde la década del veinte, surgió como recurso de los grupos dirigentes locales para insertarse en el modelo de desarrollo agroexportador conformado desde fines del siglo XIX y liderado por el litoral pampeano. El proyecto implicaba fomentar actividades agrarias y agroindustriales que no entraran en competencia con los cereales y las carnes, productos de exportación, ni representaran enfrentamientos incómodos con los bienes provenientes de la importación. La producción de vinos se orientó naturalmente hacia el mercado interno, formado en alta proporción con los aportes de la inmigración europea mediterránea, impulsada por una demanda en expansión, el crédito oficial en las regiones productoras y el pronto tendido de vías férreas entre Cuyo y Buenos Aires.

La actividad vitivinícola alcanzó en la región cuyana un importante desarrollo, con rasgos de monoproducción, sin que otros centros presentaran posibilidades de constituirse en posibles competidores en el mercado local. El impulso oficial, sumado a los altos beneficios que dejaba la actividad, dio como resultado un crecimiento rápido y desordenado de la agroindustria. Las 20.962 hectáreas dedicadas a la viticultura en 1900 se multiplicaron en poco tiempo, convirtiéndose en más de treinta mil en 1908 y alcanzando la cifra de 53.551 en 1911. A pesar de los inconvenientes sufridos por la actividad, la vid continuó extendiéndose; hacia 1930 las hectáreas bajo cultivo eran algo más de noventa mil. Aunque estos datos corresponden a Mendoza; son significativos, pues esta provincia y San Juan concentraban el mayor número de bodegas y lideraban ampliamente la producción de vinos durante el período comentado; mientras en 1899-1903 elaboraban el 94 % del total de vino nacional, su producción equivalía al 92 % en 1929-1933.¹

Como se dijo antes, las secuelas de la crisis internacional de 1929, con su profundo impacto en la contracción de las corrientes del comercio atlántico, la caída del patrón oro y la consecuente aplicación de políticas proteccionistas en los países centrales afectó directamente al sector externo de la economía argentina. El modelo agroexportador, que venía sufriendo las consecuencias de la disminución de los precios internacionales de los cereales desde mediados de 1920, vio sacudidos los cimientos mismos de su estructura. El tema ha sido profusamente estudiado y analizado por la bibliografía. Sin embargo, el conjunto de cambios y vicisitudes que la coyuntura produjo en el mercado interno y en la

¹ Banco de la Nación Argentina (2013), «La industria vitivinícola». *Revista Económica*, vol. 6, n.º 7, p. 115.

red de relaciones comerciales entre las distintas regiones del país ha recibido menor cobertura. La mayoría de los trabajos referidos a las cuestiones internas se han centrado en las consecuencias sociales y políticas de la crisis, desocupación, aumento de la pobreza, represión y golpes de Estado.

En este sentido, se convierte en un desafío el análisis de los cambios introducidos por el crac internacional en la vitivinicultura regional y en su mercado de consumo, conformado este último —en gran medida— por los sectores trabajadores y medios de la zona litoral y cerealera. Desde la óptica de los bodegueros, la preocupación de la hora no estaba constituida por el cierre de los mercados europeos para su producción, sino en la previsible disminución de la demanda interna para sus vinos comunes, motivada por la repercusión de la crisis en los salarios de clases obreras de las ciudades pampeanas y las regiones agrícolas de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba. El estudio emprendido aquí pone su acento en el mercado interno y sus cambios a partir de las distorsiones introducidas en él por la situación internacional.

Las particulares características de la vitivinicultura, afectada por crisis de superproducción y solo marginalmente conmovida por las condiciones internacionales, otorgan interés al estudio de las políticas intervencionistas dirigidas a esta economía regional; políticas que comparten los rasgos generales de la acción gubernamental durante los años del apogeo neoconservador y, al mismo tiempo, ponen de manifiesto continuidades en la actuación del Estado aplicada al cultivo de vides y la actividad de las bodegas argentinas.

b) Políticas públicas

La creación, en 1935, de la Junta Reguladora de Vinos y la disposición referida a la unificación de los impuestos al vino bajo un único tributo a ser percibido por el gobierno nacional, fueron las medidas más características aplicadas a la agroindustria vitivinícola por el estado intervencionista surgido de la crisis de 1929, en su búsqueda por superar sus repercusiones en el país. Pero si bien las condiciones impuestas a la Argentina por la nueva situación internacional, sumadas a los cambios internos ocurridos desde la década del veinte, las consecuencias del golpe institucional de 1930 y los gobiernos neo conservadores que le siguieron, determinaron un nuevo escenario para las acciones políticas y para las relaciones entre el Estado y los otros actores sociales involucrados en esta actividad económica, la mediación de los gobiernos provinciales en la vitivinicultura no representaba una novedad.

Desde el estudio de las políticas puestas en práctica por el Estado nacional o por los Gobiernos provinciales —en la vitivinicultura o en el caso de la industria azucarera— resulta complejo establecer las diferencias entre la habitual participación estatal, típica del estado liberal, y las medidas intervencionistas propiamente dichas. La particular forma en que estas monoproducciones se articularon con el modelo establecido desde el área pampeana, en su proceso de modernización, determinó que la recurrencia a la activa participación del Estado fuese una constante, asiduamente solicitada por los sectores dirigentes regionales. La coincidencia de intereses entre estas dirigencias y los estados provinciales, fácilmente comprensible si se tiene en cuenta que empresarios y actores políticos solían pertenecer a los mismos círculos o redes familiares, facilitaba el dictado de leyes y disposiciones que rebasaban los límites de la función atribuida generalmente al Estado liberal. Más que proporcionar el marco legal que favoreciera el libre juego y funcionamiento del mercado, los gobiernos se integraron en la actividad económica como verdaderos participantes.

Si en las primeras etapas, en el caso de la vitivinicultura, las iniciativas correspondieron mayoritariamente a los gobiernos provinciales, las crisis periódicas de la agroindustria empujaron a los empresarios a agruparse y solicitar la intervención creciente del Estado central para acercar soluciones a los problemas de la actividad regional, vicisitudes a las atribuyeron importancia nacional. Las demandas se referían, especialmente, a la urgencia en suprimir las diversas cargas impositivas que gravaban al vino en ámbitos provinciales, aumentando su precio y disminuyendo el consumo. Al mismo tiempo, en los centros productores, leyes de emergencia trataban de resolver las dificultades producidas por la superproducción mediante la destrucción de viñas o la compra de uva para no recolectarla.

Con variantes en la planificación o en la ejecución, este fue el panorama de las políticas públicas entre 1918 y 1935. Leyes de emergencia dictadas por los gobiernos provinciales, demandas de grandes empresarios al gobierno nacional, comisiones de estudio de los problemas de la vitivinicultura enviadas desde Buenos Aires a la región cuyana; períodos de tranquilidad cuando los fenómenos naturales disminuían o hacían perder la cosecha —con el consiguiente alejamiento del fantasma de la superproducción— campañas publicitarias destinadas a aumentar el consumo se sucedieron o se superpusieron, mientras las hectáreas plantadas con viñas continuaban creciendo y las paulatinas mejoras tecnológicas permitían aumentos en la productividad. Las medidas de alcance parcial constituyeron la norma, en tanto que se mantenía pendiente el dictado de una legislación abarcadora de los múltiples aspectos de la agroindustria.

La reconversión productiva que transformó la región cuyana de zona ganadera en centro vitivinícola se inició hacia 1870. Desde sus comienzos el proceso recibió la atención y el estímulo de las administraciones provinciales, especialmente en Mendoza, bajo la dirección de la elite regional (Girbal-Blacha, 1987; Richard-Jorba, 2000). A principios del siglo XX el préstamo agrícola proveniente del Banco de la Provincia propició la incorporación al cultivo de viñedos de las tierras del sur mendocino, ampliando así la extensión dedicada a la actividad, establecida originalmente en los departamentos cercanos a la capital provincial. En 1907 el gobernador Emilio Civit, conservador y con intereses en la vitivinicultura, creó el ministerio de Industrias y Obras Públicas, diseñando contemporáneamente un plan de fomento de la agroindustria que contemplaba obras de irrigación —fundamentales por las características geográficas de la zona— plantación de árboles frutales y un sistema de préstamos hipotecarios para desarrollo agrícola (Supplee, 1988; Martin, 1992; Marianetti, 1965; Richard, 1998). El impulso oficial, sumado a los altos beneficios que dejaba la actividad, dio como resultado un crecimiento rápido y desordenado de la agroindustria. Las 20.962 hectáreas dedicadas a la viticultura en 1900 se multiplicaron en poco tiempo, convirtiéndose en más de treinta mil en 1908 y alcanzando la cifra de 54.063 en 1913. A la vez, el número de bodegas casi se triplicó durante ese período —pasó de 433 en 1895 a 1398 en 1914— en la provincia de Mendoza, productora de la mayor parte del vino elaborado en el país.²

Estos aumentos determinaron una saturación en el mercado interno para el vino común, el grueso de la elaboración, y en consecuencia se estabilizó el consumo. Los precios del vino y de la uva cayeron bruscamente y se impuso la necesidad de nuevas medidas para paliar la crisis de superproducción. La situación se reprodujo en varias oportunidades, empujando a las autoridades provinciales a dictar legislaciones de emergencia para controlar la producción.

Las primeras medidas de este tipo, que trataban de superar la crisis mediante la drástica disminución de la oferta existente, se dictaron entre 1914 y 1918, sentando un precedente que fue utilizado repetidamente después. Estas políticas provinciales beneficiaban especialmente a los grandes propietarios y bodegueros, mientras hacían recaer los costos del proceso sobre los dueños de viñas y los trabajadores. La desocupación

² Banco de la Nación Argentina (1933). *Revista Económica*. «La Industria Vitivinícola», Bs. As., Septiembre vol. 6, n.º 7, pp. 109-120. Los datos proceden, según el texto, de la Dirección General de Estadística de la Provincia de Mendoza. Esta revista es editada por la Oficina de Investigaciones Económicas del Banco, bajo la dirección de Raúl Prebisch. Cuando Prebisch pasa a la dirección del Banco Central la revista sigue publicándose desde el nuevo organismo.

aparecía como un problema acuciante, pero no se dictaron disposiciones que atendieran el problema.³

Aquella crisis se superó lentamente debido al crecimiento del consumo interno y a las heladas que, en 1919, permitieron la venta de los *stocks* acumulados. Los precios de la uva y del vino subieron notoriamente, especialmente para la primera, y la situación se estabilizó.⁴ En consecuencia volvió a aumentar la superficie cultivada y la cantidad elaborada de litros de vino. El ciclo parecía repetirse una y otra vez: período de altos beneficios, aumento notorio del cultivo y de la producción y consecuente crisis al saturarse los mercados y acumularse los excedentes. Así sucedió a partir de 1920 y para 1928-1929 la combinación de buenas cosechas y gran producción más un estancamiento en el consumo reprodujo la crisis en la vitivinicultura.⁵

Los empresarios de la agroindustria no acertaban a encontrar salidas alternativas para esta problemática y oscilaban entre pedir al poder político fuertes regulaciones para la vitivinicultura en momentos de apuro y reclamar solamente la disminución de las presiones impositivas en tiempos de bonanza económica. Los altos índices de ganancia que los grandes empresarios bodegueros obtenían, les permitían sortear las crisis, mientras su vinculación con el poder político local y la capacidad de presión que habían desarrollado cerca del gobierno nacional, les aseguraban que las políticas públicas en la materia se adecuasen a sus intereses.

Frente a la nueva crisis, cuyos orígenes se situaron en 1928-1929, surgieron varios proyectos. Las decisiones definitivas se plasmaron en la instalación de una Sociedad Vitivinícola en Mendoza y una entidad homónima en San Juan. Se buscaba, a través de su funcionamiento, frenar el vertiginoso descenso de los precios del vino, que de un valor de \$ 0,45 el litro a fines de 1927 había bajado a \$ 0,22 a fines de 1929.⁶ Estas sociedades, integradas por bodegueros y algunos viñateros importantes, serían las encargadas de aplicar un «plan de emergencia», cuyos objetivos eran:

³ Sobre mercado de trabajo en la industria vitivinícola, aunque referido a la primera etapa: Richard-Jorba, (2003).

⁴ Banco de la Nación Argentina (1933), *Revista...*, cit., pp. 121-122.

⁵ La existencia de gobiernos de carácter populistas en Mendoza y San Juan entre 1919 y 1925, dirigidos por Lencinas y Cantoni, respectivamente, no modifican sustancialmente este panorama. En Mendoza se dictan algunas leyes que tienden a equilibrar los intereses de viñateros y bodegueros, a la vez que se impulsa una legislación social (Rodríguez, , 1979: 116-119 y 176-179).

⁶ Los datos en: «Alternativas de la Industria Vitivinícola», Banco de la Nación Argentina (1934). *Revista Económica*, vol. 7, n.º 9-12, pp. 226-238.

1.º Retirar del mercado el 60% del vino en bodegas de los adherentes, [...] para regular la oferta y obtener una subida de los precios. 2.º Comprar durante el período 1930-33 el 50 % de la elaboración con los mismos fines. 3.º Con la elevación de los precios provocada por estas medidas podría adquirirse la uva a \$ 4,50 los 100 kilos, precio que se consideraba remunerador para el viñatero.⁷

Estas actividades se pondrían en práctica mediante la firma de contratos de compra-venta de uva o vino, con precios fijados en cada caso. Los viñateros venderían su uva a la Sociedad, a valores que se consideraran remunerativos, mientras los bodegueros le comprarían el vino que necesitaran para atender sus obligaciones futuras. La Sociedad, a su vez, obtendría recursos por la diferencia entre los precios de compra y venta de vinos. En marzo de 1930 se puso en marcha el sistema, retirándose del mercado una importante cantidad de producto elaborado —que quedó en poder de la Sociedad— y de uva que no había sido cosechada. Aunque las instituciones participantes fueron, esta vez, diferentes de las utilizadas anteriormente —el Estado provincial fue reemplazado por una sociedad anónima— el procedimiento resultaba semejante. La manera de mantener altos los valores de la producción y de la materia prima consistía en disminuir artificialmente la oferta.

El sistema no proporcionó los resultados esperados. Las cantidades de vino compradas no pudieron venderse rápidamente y se acumularon significativamente los sobrantes; el consumo no aumentó en la cantidad esperada y los grandes bodegueros exportadores, es decir, los que vendían su producción fuera de la provincia elaboradora, se enfrentaron con los trasladistas —los que vendían su producción a otro bodeguero— porque las Sociedades se habían comprometido a comprarles, a estos últimos, el total de su producción futura, promesa incumplida. La resolución de la situación ocurrió, nuevamente, a partir de fenómenos naturales: a fines de 1931 fuertes heladas determinaron pérdidas en los viñedos, que solo rindieron el 7 % de lo normal. No se hizo necesario comprar uva y gran parte del vino almacenado pudo venderse. El aumento paulatino del precio del vino, superior al pactado con las Sociedades, determinó que los industriales prefirieran desligarse de sus contratos y en 1932 una asamblea general desvinculó a los grandes bodegueros del plan de emergencia y marcó el fin de las Sociedades en Mendoza y San Juan.⁸

En realidad, estas sociedades, aunque particulares y gozando del apoyo de industriales y del crédito bancario, fueron criticadas tempranamente por los empresarios reunidos en el Centro Vitivinícola Nacional que funcionaba en Buenos Aires. La asociación empresaria sostenía que las prescripciones aplicadas no contenían novedad alguna y que las

⁷ Banco de la Nación Argentina (1933), *Revista...*, cit., p. 122.

⁸ Banco de la Nación Argentina (1934), *Revista...*, cit., pp. 228-229.

soluciones de fondo requeridas por la industria debían ser encaradas por los mismos vitivinicultores. Los problemas de la agroindustria se resolverían suprimiendo los gravámenes provinciales y municipales a los vinos, reemplazándolos por un tributo nacional impuesto por una nueva ley en la materia. Al mismo tiempo debería iniciarse una intensa campaña de «sabia propaganda al vino nacional».⁹

La actitud de rechazo a las Sociedades se acentuó en los años siguientes. En 1931 el centro acudió ante las autoridades nacionales denunciando las acciones de aquellas entidades como violatorias de la legislación vigente y atentatorias del progreso de la agroindustria. Anticipaba las posturas destinadas a suprimir las Sociedades, enarbolando los planteos de los grandes bodegueros exportadores, mientras apoyaba el funcionamiento de una comisión designada por el gobierno nacional para estudiar la problemática del sector.¹⁰ Los grandes empresarios, celosos defensores de su credo económico liberal, marcaban estrictamente los límites de la acción del Estado, subordinándola a su dirección.

Al iniciarse el año 1934 la situación de la vitivinicultura no mostraba signos de recuperación. Se mantenían sobrantes de vino de temporadas anteriores y las cotizaciones seguían siendo muy bajas. Este problema afectaba sobre todo a los viñateros sin bodega, tradicionalmente el sector más desprotegido de los productores. En Mendoza, estos agricultores eran dueños del 40 % de los viñedos. El precio estimado de la uva no les compensaba el trabajo de recolección, y los escasos ingresos a obtener no alcanzaban para cubrir los gastos de mantenimiento imprescindibles para los viñedos y la vida diaria. El gobierno provincial sancionó entonces la Ley 1091, en marzo de 1934, autorizando al Estado mendocino a comprar hasta dos millones de quintales métricos de uva a viñateros sin bodega. La cotización prometida, \$ 2,26 por quintal, resultaba superior a \$ 1 o \$ 1,50 que ofrecían los bodegueros,¹¹ manifestando un intento gubernamental de superar los aspectos más agudos del problema y equilibrar las relaciones entre los actores sociales involucrados en la agroindustria.

La puesta en práctica de estas medidas permitió la compra de uva proveniente de la cuarta parte de los viñedos provinciales. Sin embargo, no alcanzó para aumentar el precio del vino ni para resolver la difícil posición de los viñateros. A pesar de que esa uva no fue vinificada, «el *stock* de vinos a mediados de 1934 era suficiente para cubrir dos veces el

⁹ Centro Vitivinícola Nacional (1929). *Revista de Agricultura, Industria y Comercio*, n.º 284 y n.º 285.

¹⁰ *Agrícola*, Órgano Oficial del C.V.N., Buenos Aires, mayo de 1931, n.º 309. Pocos meses después la entidad endurece sus denuncias contra la Sociedad de San Juan. *Agrícola*, agosto de 1931, n.º 312.

¹¹ Banco de la Nación Argentina (1934), *Revista...*, cit., pp. 231-232.

consumo actual»,¹² opinaba la *Revista del Banco de la Nación*. La crisis de superproducción era, otra vez, la realidad de la industria vitivinícola cuyos representantes más encumbrados venían reclamando, desde tiempo atrás, la intervención del Estado nacional para regular el sistema impositivo y dictar una legislación abarcadora de la totalidad de las cuestiones vinculadas con los viñedos y el vino. El momento parecía oportuno, pues los cambios promovidos por la crisis de 1930 habían reforzado las orientaciones intervencionistas de los gobiernos neoconservadores surgidos del golpe de estado que derrocó al gobierno de Yrigoyen. Las políticas públicas en materia vitivinícola, sancionadas y aplicadas a partir de este momento, provendrán del Estado nacional.

En enero de 1931 el ministro de Agricultura del gobierno federal de facto dictó una resolución creando una comisión nacional asesora para el estudio de la Industria Vitivinícola. La medida había sido solicitada por los sectores de la agroindustria que se oponían a la continuidad de las Sociedades Vitivinícolas de Mendoza y San Juan. Integraban su comisión directiva importantes bodegueros de esas provincias y de Río Negro, la tercera región productiva.¹³ Estado nacional interventor y dirigentes industriales, teniendo como vocero al Centro Vitivinícola Nacional, coincidieron en el diagnóstico sobre la gravedad de la situación planteada y sobre las medidas imprescindibles que debían encararse para encontrar soluciones. Una de las primeras provisiones del nuevo organismo oficial consistió en enviar un cuestionario-encuesta para ser respondido por los diversos sectores interesados en la materia. En su contestación, los empresarios indicaban, retomando anteriores demandas, los aspectos que consideraban principales de la «cuestión vitivinícola» y proponían los modos de solventar las dificultades.

En ningún momento la industria se organizó a objeto de intensificar el mayor consumo del vino por medio de una propaganda general científica; [...] La fuerte elevación de precios ha sido un factor importante que ha contribuido a aminorar su venta, induciendo al consumidor a reemplazarlo por otras bebidas; es indispensable que los industriales cuiden para lo sucesivo este punto. [...] Con respecto a la calidad [...] es necesario no descuidar en ningún momento este punto básico. Para ello se hace indispensable un control riguroso de la elaboración en los centros de producción, como también en los centros de consumo.¹⁴

¹² Ídem.

¹³ El presidente de la Comisión es el Dr. Javier Padilla; en reconocimiento a la importancia de la producción de las bodegas mendocinas, en julio de ese año se agregan dos miembros nuevos por esa provincia: Eduardo Benegas y Frank Romero Day, fuertes industriales. Manuel Belloni es delegado por Río Negro y la integra también el director general de Agricultura Carlos D. Storni. *Agrícola*, números de febrero y agosto de 1931.

¹⁴ *Agrícola*, mayo de 1931, n.º 309.

La comisión elaboró un dictamen sobre el estado de la agroindustria retomando los ejes planteados, pero no se instrumentaron medidas concretas hasta 1935. Fue entonces cuando el Estado central dictó las leyes 12137, que creaba la Junta Reguladora de Vinos, y 12139, que unificaba los impuestos internos nacionales y provinciales al consumo, incluyendo el vino. La segunda disposición satisfacía un antiguo reclamo de los productores, mientras la primera sería la encargada de aplicar un «plan de regulación nacional» para la agroindustria. Ambas leyes, fechadas en diciembre de 1934, entraron en vigencia al año siguiente.

La Junta Reguladora estaba compuesta por un presidente y dos vocales, nombrados por el Ejecutivo con acuerdo del Senado y funcionaba con la colaboración de una Comisión Asesora Honoraria. Integraban esta última representantes del sector bancario —Banco de la Nación Argentina, Banco Hipotecario Nacional— y de las provincias y territorios productores de vino. Sus designaciones corrían por cuenta del Ejecutivo nacional.¹⁵ Se establecía que la Junta tendría amplias facultades para invertir la cantidad de \$ 30.000.000 en la compra de vino y en indemnizaciones a los dueños de viñedos promoviendo su supresión o su substitución por uva de mesa u otros cultivos. Se imponían, además, gravámenes a las hectáreas de viña que se plantasen con posterioridad al dictado de la ley. La inversión se financiaría con una sobretasa adicional de un centavo por litro de vino vendido. El vino adquirido sería recomprado por los bodegueros cuando la Junta decidiera venderlo, «a los fines de regular la oferta ajustándola a la capacidad de absorción del consumo».¹⁶

El mensaje que acompañaba el proyecto de ley explicaba los alcances del plan, según el Ejecutivo. Se pretendía, por una parte, eliminar el exceso de viñedos, causa fundamental de los desajustes recurrentes; a la vez que se trataba de aliviar la situación inmediata para permitir esa disminución.¹⁷ La regulación a implementarse intentaba considerar los problemas de bodegueros y viñateros, en una búsqueda de equilibrios que asegurasen la factibilidad de las nuevas medidas. El carácter nacional de la nueva disposición, apuntado

¹⁵ Al comenzar su actuación la Junta está formada por Rafael Guevara, presidente y Diego M. Young y el ingeniero agrícola Emilio A. Coni como directores. La comisión se integra con E. Ortiz, (Banco Hipotecario), P. Ledesma (Banco Nación); A. Scaramella, A. Salcedo y B. Nazar Anchorena por Mendoza, importantes bodegueros; R. Barrera y Juan del Bono, industriales sanjuaninos; N. Michel, por otras provincias; P. A. Bonnet por Río Negro (vinicultor local); R. W. Roberts, en representación «de otros intereses» y bancos extranjeros; L. Colombo por la UIA y el agrónomo A. Ollivier por el Ministerio de Agricultura. *Agrícola*, febrero de 1935.

¹⁶ El texto de estas leyes en: Ministerio de Agricultura de la Nación. Junta Reguladora de Vinos (1938). *Recopilación de leyes, decretos y disposiciones sobre la industria vitivinícola*, tomo I: leyes y decretos nacionales. Buenos Aires: Guillermo Kraft Ltda., pp. 71-89.

¹⁷ Banco de la Nación Argentina (1934), *Revista...*, cit., pp. 236-237.

por la legislación unificadora del sistema impositivo, se presentaba como una garantía de éxito.

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

La medida fue recibida con gran aprobación por el grupo de economistas asesores de los ministerios de Hacienda y Agricultura, reunidos en torno a Raúl Prebisch y partidarios decididos de las políticas de regulación. Sus opiniones, aparecidas en la *Revista Económica* del Banco de la Nación, destacaban —para el caso del vino— que la unificación contribuiría a aumentar el consumo y tendría un benéfico resultado en la producción. Como sus efectos se harían sentir en todo el territorio nacional, pronosticaban estos convencidos keynesianos, aquellas zonas menos aptas para el desarrollo de la vitivinicultura disminuirían las hectáreas dedicadas a la vid y «la industria se asentará sobre bases más firmes». Se produciría «un ajuste racional de la industria».¹⁸ Las nuevas condiciones internas e internacionales obligaban a reformular la economía del país, dejando atrás la etapa de las prescripciones parciales y locales que serían reemplazadas por políticas nacionales e integrales, ordenadoras de la producción y el comercio.

Los propiciadores de estas nuevas políticas destacaban, al referirse al plan de regulación que llevaría adelante la Junta, las ventajosas diferencias que las disposiciones recientes poseían en comparación con las tentativas anteriores. En primer lugar, ponían de relieve su carácter nacional, integral y abarcador de todas las regiones productoras. Las reducciones aplicadas a la oferta en las ocasiones previas, ya comentadas, al recaer solo en algunas zonas, provocaban un crecimiento «artificial» de la producción en otras, desvirtuando el objetivo final de lograr un equilibrio entre producción y consumo. En segundo término, parte fundamental del nuevo proyecto, se reducía el número de hectáreas destinadas al cultivo de vid, eliminando el «exceso de viñedos». Las indemnizaciones que los agricultores recibirían, si decidían cambiar de cultivos, los habilitaban para iniciarse en otras plantaciones más apropiadas, con la consiguiente reducción de los excedentes de vino que hacían descender los precios y producían las crisis.

¹⁸ Banco de la Nación Argentina (1934), *Revista...*, cit., pp. 235-237.

Los bodegueros nucleados en el Centro Vitivinícola no coincidían con estas apreciaciones. A su juicio las atribuciones otorgadas a la Junta eran muy similares a las ejercidas por las instituciones anteriores en lo referido a suplantar viñedos, destruir uvas y preñar existencias de las bodegas. Volvían a adoptarse medidas de emergencia y no se encaraban las soluciones de fondo que la situación requería. La entidad empresaria aconsejaba ampliar las facultades de la Junta a fin de que pudiera controlar estrictamente la elaboración de vinos y fomentara la fabricación de subproductos de la uva. De lo contrario, continuaban diciendo los bodegueros, solo se repetirían errores viejos y «la industria seguirá padeciendo del mal que la agobia».¹⁹ Los empresarios repetían puntos de vista ya planteados, tironeados nuevamente entre la necesidad de recurrir a los poderes nacionales en busca de respaldo —expresado en una legislación acorde con sus intereses— y la obligación de mantener su carácter de entidad suprarregional defensora de los principios del libre juego del mercado y autonomía empresaria.

Una nueva ley nacional, en 1937, modificó las atribuciones de la Junta, estableciendo la compra de viñedos en las provincias vitivinícolas para contribuir a la eliminación de «2.000.000 de quintales métricos de producción». La disposición se completaba con un plan de subdivisión y loteos de esas tierras para ser vendidas a trabajadores rurales, con la obligación de que extirparan la viña y dedicaran la tierra a cualquier otro cultivo. Se pretendía comprometer a nuevos grupos regionales en las actividades de regulación y control, apuntando siempre a reducir la oferta para evitar la superproducción. La ley también extendía la acción de la Junta en lo referido a la comercialización y promovía campañas publicitarias para aumentar el consumo de vinos.

Finalmente, en 1938 se dictó la Ley General de Vinos, n.º 12372, creando la Dirección General de Vitivinicultura en el ámbito del Ministerio de Agricultura, así como una Comisión Nacional de la Industria Vitivinícola. El primer organismo tendría un carácter eminentemente técnico —su personal debería poseer títulos profesionales en la materia— mientras la Comisión, formada por agentes de reparticiones estatales y miembros «representativos de la industria vitivinícola» de las provincias productoras, actuaría en carácter de entidad asesora. La ley definía a los vinos genuinos y promulgaba un conjunto de instrucciones relativas a control de calidad y comercialización. Suponía un avance sobre la etapa de regulaciones de emergencia al abarcar numerosos aspectos de la producción y comercialización de vinos.

El repaso del conjunto de leyes, disposiciones y medidas dictadas por los gobiernos provinciales y Estado nacional para la actividad vitivinícola registra muchas líneas de

¹⁹ *Agrícola*, Bs. As., julio de 1935, pp. 616-620.

continuidad y menor número de cambios de rumbo. Permite detectar una paulatina y creciente tendencia a sustituir decisiones emanadas de las autoridades provinciales por preceptos elaborados desde el gobierno federal. Dicho de otro modo, los problemas de la vitivinicultura dejaron de ser cuestiones de alcance regional para adquirir rasgos de asuntos de importancia nacional.

La participación estatal activa fue una constante en la historia de esta producción. Pero si las políticas públicas cumplieron un papel decisivo en los orígenes, cuando empresarios y funcionarios formaban parte de la misma burguesía local que encontró en la vitivinicultura su pasaporte para integrarse al nuevo modelo instrumentado desde el litoral, no es menor su contribución cuando sucesivas crisis de superproducción —o de infraconsumo, como gustaban llamarlas los empresarios del ramo— amenazaban con disminuir drásticamente el valor de sus propiedades. Las demandas al Estado, provincial primero y nacional después, se sucedieron regularmente, reclamando controles y soluciones. Las medidas implementadas giraron, casi siempre, en torno a la disminución de la oferta mediante la destrucción de viñas y la compra de excedentes del vino producido para mantener o aumentar los precios desvalorizados. Los tibios intentos por encontrar actividades sustitutivas no prosperaron o lo hicieron en una forma insuficiente para permitir salidas alternativas. Los beneficios que los grandes bodegueros obtenían en tiempos de bonanza les permitían sobrevivir a las cíclicas crisis y su secuela de vides destruidas y vino derramado, mientras viñateros sin bodega y trabajadores en general sufrían las graves consecuencias del problema.

Los cambios introducidos en las políticas públicas por el Estado intervencionista surgido de la crisis del 30 no produjeron modificaciones sustanciales en el panorama de la industria vitivinícola y tampoco revistieron características demasiado novedosas. La unificación de los impuestos al consumo y el reemplazo de los gravámenes locales por un único impuesto nacional al vino, recientes disposiciones que satisfacían antiguos reclamos de los empresarios, fueron casi las únicas reformas instrumentadas. La Junta Reguladora de Vinos —instalada en 1935 y máxima expresión de la intervención del Estado en la agroindustria— puso en práctica una política semejante a la ejercida por las entidades creadas por las autoridades provinciales en la década del veinte: medidas destinadas a disminuir la oferta para equilibrarla con el consumo. Como sucediera en el pasado, las crisis solo encontraron alivio cuando, debido a fenómenos naturales, la vendimia arrojaba una cosecha inferior a la habitual y se elaboraba menos vino.

Las distintas campañas de propaganda para modificar las pautas de consumo de la población y aumentar las ventas de vinos, muy recomendadas desde años anteriores por las entidades empresarias, se convirtieron también en parte de la política pública. La nueva

legislación incluía, entre las acciones que debía emprender la Junta Reguladora, la realización de actividades publicitarias, especialmente en medios gráficos. Lo novedoso, en este caso, no consistía en el diseño de los carteles, que reprodujeron o copiaron publicidades ya distribuidas por el Centro Vitivinícola desde la década del veinte. Referencias a las virtudes alimenticias del vino, refrendadas por citas de famosos médicos europeos, comentarios sobre las ventajas del consumo del producto de la uva para evitar el alcoholismo —asociado con la ingesta de bebidas de mayor graduación alcohólica— fueron dirigidos al público con la firma de la repartición nacional, instándolo a incorporar el producto a la dieta diaria.

Pero si las formas de presentar la propaganda adoptaron rasgos similares a las antiguas, la originalidad de esta publicidad residió en la apelación constante al «patriotismo», expresado en el consumo de productos de la industria nacional. Los gobiernos posteriores al treinta, obligados a reorientar sus políticas económicas, descubrieron las ventajas del «vivir con lo nuestro» y fomentaron enérgicamente el uso y difusión de las mercaderías elaboradas en el país. Ya no se trataba solamente de beber buenos vinos; preferir los caldos nacionales formaba parte de las obligaciones de los ciudadanos (Girbal-Blacha y Ospital, 2005). Así se manifestaba en los numerosos envíos de la publicidad proveniente del organismo regulador.

c) Empresarios y productores

En 1905, cuando el proceso de concentración industrial y modernización empresarial de la vitivinicultura mostraba signos de consolidación, grandes bodegueros y fuertes comerciantes mayoristas de vinos fundaron el Centro Vitivinícola Nacional —su principal entidad gremial— estableciendo la sede en la capital federal del país, la ciudad de Buenos Aires, cerca del más extenso mercado consumidor de sus productos, donde se tomaban las decisiones en materia de política económica y tenían sus cabeceras las compañías ferroviarias que unían las zonas de producción con la gran metrópoli. Los empresarios del sector manifestaban así su vocación de liderazgo y su decisión de participar en la redacción y aplicación de las políticas relativas a su región y actividad.

El estudio de la organización y accionar de esta asociación es un camino válido para conocer la composición y funcionamiento de los grupos productores de la agroindustria. La porción de la elite reunida en el Centro Vitivinícola aparece como una muestra representativa del conjunto de los «hombres de negocios» que lideraban la actividad. Su múltiple pertenencia geográfica: unidades de producción en la región cuyana, casas

comerciales en el litoral, sede gremial en Buenos Aires, autorizan a caracterizarlos como conductores de extracción regional y miembros de pleno derecho de una dirigencia nacional (Mateu, 2002).

Los empresarios de la vitivinicultura dedicaron una parte importante de sus esfuerzos a cuidar, controlar e influir en el mercado consumidor de sus productos, dentro y fuera de las regiones elaboradoras. A pesar de los intentos de proyectarse al exterior como exportadores, iniciativas basadas en aspiraciones más que en posibilidades reales, estos agroindustriales tenían siempre presente que la casi totalidad de los vinos producidos en el país se vendía en el mercado interno del litoral y el interior. Su producción, de vinos comunes y poco refinados, era consumida especialmente por los sectores trabajadores del litoral, de origen inmigrante en importante proporción.

Como representantes de los grandes bodegueros y de los comerciantes mayoristas de vinos, el Centro prefería entenderse, directamente, con el gobierno nacional, mientras dejaba las relaciones con los gobiernos locales en manos de entidades provinciales. Al poder central o federal, entonces, se dirigían sus comisiones directivas para solicitar el dictado de nuevas leyes, para pedir rebajas impositivas, para protestar por medidas consideradas perjudiciales y para insistir en disposiciones favorecedoras del consumo de los productos de la viña. Las gestiones promovidas con estos objetivos mantuvieron una firme coherencia interna a lo largo del período estudiado. Los empresarios demostraron gran flexibilidad para adaptarse a los cambios políticos y a los vaivenes de la economía nacional, sin perder de vista sus motivaciones centrales. Si bien es posible señalar diferencias de énfasis en algunos pedidos, las líneas de continuidad pueden seguirse con precisión. Como ellos mismos lo manifestaban en ocasión de su aniversario número treinta, su prédica a favor de la industria había sido la más efectiva y la más firme.²⁰ Podría agregarse que también había sido sumamente consistente.

En su relación con el Estado los puntos de fricción se relacionaron, casi siempre, con las políticas de impuestos internos. La entidad, que en febrero de 1926 se quejaba de que el vino es «la industria nacional más gravada»,²¹ seguía con suma atención estas políticas, oponiéndose sistemáticamente a todo intento de aumentar los tributos que pesaban sobre la producción y encarecían el vino. Su campaña se dirigía especialmente a combatir los impuestos establecidos por los gobiernos provinciales. Los bodegueros argumentaban que esas gabelas eran equivalentes a la existencia de aduanas interiores, expresamente prohibidas por la Constitución Nacional. Preocupaba, sobretudo, el impacto de estos tributos

²⁰ Estas afirmaciones están contenidas en la *Memoria corporativa* correspondiente a 1934 y en presentaciones del CVN realizadas ante la Junta Reguladora de Vinos en 1935. *Agrícola*, julio de 1935.

²¹ *Revista del Centro Vitivinícola Nacional*, n. 246, febrero de 1926.

en el caso de las provincias litorales, sede del principal mercado consumidor. La estrategia de la entidad empresaria se centraba en reclamar el dictado de legislación estableciendo un solo impuesto al vino —fijado y percibido por el gobierno nacional a través de sus organismos— que reemplazara al conjunto de gravámenes provinciales. La propuesta fue sostenida por la entidad desde 1923 y repetida en diversas oportunidades.

No extraña, entonces, que el establecimiento de un impuesto único al vino, de carácter nacional, sancionado a fines de 1934, fuera recibido con aprobación por los empresarios. En cambio, fueron cuestionadas las atribuciones otorgadas a la Junta Reguladora de Vinos, organismo encargado de aplicar las políticas intervencionistas desde 1935. A las críticas ya comentadas —se proponían medidas de emergencia que no habían sido efectivas en el pasado y no se encaraban soluciones de fondo— la asociación de bodegueros añadía su preocupación por lo que consideraba «la censurable destrucción de riqueza creada», propiciada sin tener en cuenta las posibles aplicaciones industriales del producto de la viña, cuando ya se había fabricado la cantidad de vino demandada por el mercado. Estas aplicaciones abarcaban la elaboración de «jugo de uvas, mosto concentrado, arroje de uvas, azúcar de uvas», a las que podría sumarse la obtención de ácido tartárico a partir de uvas verdes. En el plano comercial, sostenían los empresarios, debería promoverse el consumo de uvas de mesa y la venta de uvas pasas, sin dejar de lado el estudio de posibles canales de exportación para estos productos. Se imponía la realización de «un minucioso censo de las viñas existentes» antes de proceder a la destrucción de algún porcentaje de esas plantaciones y —por supuesto— se debía implementar «una propaganda científica, metódica y hábil».²²

El Estado se hizo eco de algunas de estas demandas, de hecho, se realizó un censo de viñedos en 1936,²³ a la vez que se atendió a las recomendaciones sobre la importancia de desarrollar agresivas campañas de publicidad. El Centro otorgaba gran relevancia a la propaganda, considerándola herramienta esencial para regular el consumo de vinos y evitar las crisis de superproducción. En varias oportunidades anteriores a 1930 había insistido en el tema, de hecho, los primeros planes databan de 1922. Las ideas básicas giraban en torno a las ventajas del consumo de vino como antídoto al alcoholismo y a las virtudes nutritivas del producto, respaldando estas afirmaciones con opiniones de prestigiosos médicos y sabios europeos. En 1929 se repitieron esas sugerencias, que destacaban las ventajas que la «propaganda al vino nacional» proporcionaba a la industria vitivinícola. A partir de la década

²² *Agrícola*, artículos aparecidos en mayo y julio de 1935.

²³ Ministerio de Agricultura. Junta Reguladora de Vinos (1938). *Censo de viñedos. Año 1936*. Buenos Aires: JRV.

del treinta Estado y empresarios coincidieron en este punto y la Junta Reguladora comenzó a hacer publicidad copiando o reformulando los antiguos avisos de la entidad empresaria.

En otra manifestación del renovado interés que el mercado interno adquirió para los empresarios del vino a partir de la crisis de 1930, se sucedieron las referencias a la necesidad de extremar los controles para asegurar la buena calidad de los vinos librados al consumo. Esta tarea, según los bodegueros, incumbía tanto al Estado nacional como a los propios productores. Las autoridades arbitrarían los medios para asegurar la pureza del producto, tanto en los centros de elaboración como en los puntos de venta, mientras los fabricantes extremarían los cuidados para evitar que se librasen al público caldos inferiores, falsificados o sin el suficiente añejamiento. Las recomendaciones se extendieron tanto a viñateros como a vinicultores, insistiendo en el correcto manejo de la vendimia, en las precauciones del traslado, en la limpieza de las bodegas y en la obligación de mejorar los métodos de elaboración.

La industria vitivinícola argentina fabricaba básicamente vinos comunes, destinados al consumo de las clases trabajadoras; trasladados generalmente a granel, solían ser fraccionados en los centros de consumo, sin un control demasiado estrecho de posibles defraudaciones. Pero si esta situación aseguraba ganancias y el mantenimiento del sistema en épocas de bonanza, redundaba en el achicamiento del mercado cuando los rigores de la crisis se hacían sentir. Frente a la nueva etapa, en coincidencia con la necesidad de fomentar el desarrollo de la industria nacional, los bodegueros se lanzaron a capturar otras franjas del mercado, acostumbradas a consumir productos más refinados. De allí la insistencia en mejorar la calidad de los vinos, cuando la crisis disminuía la capacidad adquisitiva de los obreros del litoral y obligaba a los sectores medios a prescindir de los géneros importados. Los empresarios trataban de diversificar su producción para mantener su competitividad.²⁴

El ferrocarril era el nexo de comunicación exclusivo entre los centros de producción regional de vinos y los mercados de consumo de las provincias interiores y el litoral con sus grandes concentraciones urbanas, por lo menos hasta más que mediado el siglo XX. En las cabeceras de las líneas férreas en Buenos Aires, ubicadas en Pacífico y Retiro, se ubicaban los depósitos del producto mientras las grandes firmas instalaban sus plantas fraccionadoras en sus cercanías. Por esas razones los empresarios se ubicaron en la gran ciudad.

El grueso de las relaciones entre transportistas y la entidad empresaria estaba constituido por las constantes demandas de la segunda para mantener las tarifas ferroviarias bajo control, impidiendo que su aumento incidiera negativamente en el precio final del producto. En menor medida, se gestionaban concesiones especiales para el traslado de

²⁴ Ver especialmente la presentación del Centro Vitivinícola al ministro de Agricultura. *Agrícola*, julio de 1938.

elementos destinados a la construcción y modernización de bodegas, rebajas en el traslado de cascos vacíos en viajes de retorno y cuidados especiales para los vagones transportadores. Se insistía también en la necesidad de estimular el consumo de vinos nacionales en los comedores de los trenes. Como buenos comerciantes, los empresarios vitivinícolas cuidaban todos los detalles que contribuyeran a asegurar y acrecentar el consumo de su producción.

Representación de los vitivinicultores de todas las regiones del país —aunque con peso fundamental de los bodegueros de Mendoza y San Juan— preocupación por convertirse en interlocutores privilegiados y asesores de los gobiernos nacionales, activa comunicación con las compañías ferroviarias que transportaban el vino a granel y estrecha vigilancia de los circuitos de comercialización fueron las estrategias desplegadas por los empresarios de la vitivinicultura reunidos en el Centro. La fracción de la elite agroindustrial nucleada en esa entidad empresaria, la utilizaba para planear y poner en práctica un conjunto de acciones claramente demostrativas de su vocación de liderazgo.

d) Reflexiones finales

Hacia 1920, superados los peores efectos de la crisis que sacude a la vitivinicultura en 1918, la agroindustria se consolidó e inició un período de crecimiento que alcanzó su máximo en 1924. En los años siguientes la producción de vinos cuyanos satisfizo completamente la demanda interna. Si bien la población del país presentó leves aumentos en ese tiempo, esta situación no se vio correspondida por un incremento equivalente en el consumo. La cantidad de vino elaborado, sin embargo, no disminuyó y para 1928 se reprodujeron los síntomas e inconvenientes de la superproducción. Fue sobre estas condiciones, previas y ajenas a la gran depresión de los treinta, que se instalaron sus efectos en la actividad regional.

La situación resultó oportuna para que los principales bodegueros de la región cuyana retomasen su temprana y perseverante tarea, implementada desde la década del veinte, en el sentido de nacionalizar sus necesidades y demandas integrándolas en el conjunto de las cuestiones relevantes que conformaban la agenda económica del país. El crecimiento y consolidación de la vitivinicultura, la solución de sus crisis y el fácil y rápido acceso a los mercados consumidores de la producción regional —base sustancial del poder y existencia de la dirigencia agroindustrial— fue planteado como un asunto de importancia federal, que atañía al conjunto de la república. Si a fines del siglo XIX, cuando la agroindustria inició su despegue, la participación oficial correspondió a los gobiernos

provinciales que establecieron las políticas públicas impulsoras de la actividad, y a ellos se dirigieron los empresarios, a partir de la segunda década del siglo XX la demanda se orientó directamente al Estado nacional.

La estrecha dependencia del mercado interno, ya destacada, que podría haber sido considerar como una desventaja en comparación con la prosperidad alcanzada por las actividades agroganaderas orientadas al comercio exterior, fue hábilmente presentada en la forma de intereses de conjunto. El consumo de vino cuyano, elemento importante en la dieta de los habitantes del litoral y la pampa argentinos —las zonas ganaderas y cerealeras por excelencia— no debía sufrir los gravámenes impositivos que algunos gobiernos provinciales mantenían; la intervención del gobierno nacional, único órgano capacitado para influir sobre estas decisiones locales, se exponía como inevitable para la consolidación de una economía equilibrada. La percepción de la crisis y de los inconvenientes que acarreaba, encontró a la dirigencia regional ya consolidada, insistiendo en sus argumentos ante el Estado y peleando por su participación plena en las cuestiones nacionales. El gobierno federal, por su parte, consideró a los empresarios reunidos en el Centro Vitivinícola como interlocutores privilegiados, solicitando su asesoramiento a la hora de dictar leyes en materia de vinos, impuestos o regulaciones de la producción. También, a partir de los años treinta, cuando el intervencionismo estatal se convirtió en un rasgo central de las políticas económicas argentinas, esas relaciones se estrecharon, aunque los desacuerdos parecieron ser tantos como las coincidencias.

El deslizamiento de la mirada puesta en lo local o regional hacia el ámbito nacional caracterizó tanto el accionar de la elite vitivinícola como la orientación y origen de las políticas públicas en la materia. Disposiciones sobre control de la producción, mediante la compra de uvas o la destrucción de viñas para evitar la sobre oferta y detener la caída de los precios del vino, se repitieron en oportunidad de cada crisis, con independencia de los firmantes de las leyes o decretos correspondientes. Pero si la legislación fue semejante antes y después de 1930, lo que caracterizó al período posterior a la crisis internacional fue la decidida intervención del gobierno nacional en la cuestión; intervención solicitada por una dirigencia que había establecido, tempranamente, su cuartel general en la capital del país y desde allí dialogaba con las autoridades federales.

La atención prestada a los aspectos vinculados a la comercialización del vino formó parte central de preocupaciones de los dirigentes vinicultores. En ese sentido manifestaron una continua y coherente persistencia en sus objetivos, orientados a fortalecer y aumentar el consumo de sus productos. Con clara conciencia de que era el mercado interno el destinatario de su producción, hacia él dirigieron sus esfuerzos, presionando a las compañías ferroviarias para obtener rebajas en las tarifas de transporte o insistiendo ante el Estado

nacional para que se dictasen leyes sobre el vino. Al mismo tiempo desarrollaron importantes campañas de propaganda destinadas a imponer al vino como «artículo de primera necesidad» convenciendo al público de «la bondad del vino argentino, su rol alimenticio, la necesidad de su uso habitual en las comidas, su inocuidad como posible generador del alcoholismo»; campañas de las que luego se apropió el Estado, cuando a partir de 1930 las resignificó como parte de su empresa fomentadora del consumo de productos nacionales.

Las conclusiones elaboradas hasta aquí muestran mayor número de continuidades en las cuestiones atinentes a la vitivinicultura, que líneas de ruptura introducidas por la crisis. Las políticas reguladoras del gobierno nacional tenían abundantes antecedentes en el ámbito de las medidas emanadas de las autoridades provinciales. A la vez, es posible plantearse nuevas preguntas y nuevas líneas de investigación. Preguntarse por qué los grandes empresarios no procuraron encontrar o promover salidas alternativas que no dependieran simplemente de un aumento del consumo. Por qué razón se demoró tanto la sanción de una ley de vinos, reclamada al Estado desde 1920 y que solo se implementó en 1938. Cuáles fueron los verdaderos alcances de la acción de la Junta Reguladora, independientemente del conjunto de las políticas intervencionistas de la década del treinta. El estudio realizado pretende, finalmente, contribuir a mejorar la comprensión de los años de entreguerras mediante una aproximación a la problemática de una de las regiones monoproductoras, periféricas al gran centro agroexportador argentino, con el énfasis puesto en las políticas públicas aplicadas por el Estado y el accionar de una elite regional.

Referencias bibliográficas

GIRBAL-BLACHA, N. (1987). «Ajustes de una economía regional. Inserción de la vitivinicultura cuyana en la Argentina agroexportadora, 1885-1914». *Investigaciones y Ensayos*, vol. 35, pp. 409-443.

GIRBAL-BLACHA, N. y OSPITAL, M. S. (2005). «“Vivir con lo nuestro”: Publicidad y política en la Argentina de los años 1930». *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, vol. 78, pp. 49-66. Disponible en:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38335161/78_Girbal_Ospital_vivir_con_lo_nuestro.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556680811&Signature=n6mICMr1BvfZGcZzXmVRaxP1YAw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DVivir con lo nuestro Publicidad y polit.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38335161/78_Girbal_Ospital_vivir_con_lo_nuestro.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556680811&Signature=n6mICMr1BvfZGcZzXmVRaxP1YAw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DVivir+con+lo+nuestro+Publicidad+y+polit.pdf)

[Consultado el 26 de abril de 2019].

- MARIANETTI, B. (1965). *El racimo y su aventura*. Buenos Aires: Ed. Platina.
- MARTIN, J. (1992). *Políticas estatales y conformación de una burguesía industrial regional*. Mendoza: Ediunc.
- MATEU, A. M. (1994). «Bancos, créditos y desarrollo vitivinícola». *Cuadernos de Historia Regional*, n.º 17.
- MATEU, A. M. (1998). *Poder, economía y espacio en Mendoza 1850 – 1900*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- MATEU, A. M. (2000). «Modelos vitivinícolas en Mendoza (Argentina): desarrollo y transformaciones en un período secular, 1870-2000». *Historia Económica & Historia de Empresas*, vol. III, n.º 1, pp. 111-148. doi: 10.29182/hehe.v3i1.127
- MATEU, A. M. (2002). «La vitivinicultura mendocina: ¿una opción dura y no demorada en la periferia de la periferia? (1870-1920)», presentado a las *XVIII Jornadas de Historia Económica*, Mendoza, setiembre.
- MATEU, A. M. (2003). «El mercado de trabajo vitivinícola en la provincia de Mendoza y los nuevos actores». *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, n.º 18, pp. 5-37.
- RICHARD-JORBA, (2003), «El mercado de trabajo vitivinícola en Mendoza y los nuevos actores: el “contratista de viñas” Aproximación a un complejo sistema de empresarios y trabajadores. 1880-1910». *Revista interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, n.º 18, PIEA, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- RODRÍGUEZ, C. (1979). *Lencinas y Cantoni. El populismo cuyano en tiempos de Yrigoyen*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- SUPPLEE, J. E. (1988). *Provincial Elites and the Economic Transformation of Mendoza, Argentina. 1880-1914*. Austin: University of Texas.