



Globalización y clases altas en el auge del vino argentino

Globalization and upper classes in the Argentine wine boom

Globalização e classes superiores na reconversão do vinho argentino

Mariana Heredia*

Recibido: 18.12.13

Revisión editorial: 02.06.14

Aprobado: 12.10.14

RESUMEN

Este artículo presenta la recomposición de las elites vitivinícolas ante la globalización del vino. La rapidez y profundidad de estas transformaciones en un espacio acotado y en una actividad claramente vinculada con las elites sociales de esta provincia argentina hacen de este caso un observatorio privilegiado de las clases altas frente a la transnacionalización de la economía. Sobre la base de materiales documentales, estadísticos y de un vasto trabajo de campo, se indaga la historia local y mundial de este auge, se contemplan las modificaciones en las formas de propiedad y gestión y se describen los lazos resultantes entre los bodegueros y gerentes así como sus vínculos con los trabajadores menos calificados. En diálogo con los estudios sobre estratificación social, se presenta la heterogeneidad, fluidez y opacidad de las elites vitivinícolas así como los nuevos principios de integración, coordinación y distinción de estas elites en el capitalismo actual.

Palabras clave: elites; clase alta; globalización; vitivinicultura; Argentina; estratificación social.

ABSTRACT

This article presents the recomposition of wine elites face to wine's globalization. The speed and depth of these changes in an enclosed space and in an activity clearly linked to the social elites of this Argentinean province make this case a privileged observatory of upper class in the

* Socióloga de la Universidad de Buenos Aires, doctora en Sociología de la École des Hautes Études en Sciences Sociales de París, investigadora de CONICET con sede en el Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES). Docente de la UBA y la UNSAM. mariana.heredia@conicet.gov.ar.

Este artículo se basa en la ponencia "Las clases altas frente al nuevo espíritu del capitalismo: El caso de las elites vitivinícolas mendocinas y la globalización del vino", presentada en el *2010 LASA Congress*, Toronto (Canadá). Se inscribe en el programa de investigación "Naturalización y legitimación de las desigualdades sociales en la Argentina reciente" dirigido por el Dr. Alejandro Grimson y en mi proyecto "La desigualdad desde arriba. Las clases altas en la Argentina contemporánea". Ambos con sede en el IDAES-UNSAM.

context of economy transnationalization. Based on documentary materials, an extensive statistical and field work, it explores the local and global history of this boom, it presents changes in the forms of companies' ownership and management and it describes the resulting relationships among managers and winemakers as well as their links to less skilled workers. In a dialogue with social stratification studies, it demonstrates the heterogeneity, fluidity and opacity of wine elites and the new principles of integration, coordination and distinction of these elites in today's capitalism.

Key words: elites; Upper classes; globalization; winemaking; Argentina; social stratification.

RESUMO

Este artigo discute a reestruturação das elites na globalização do vinho argentino. A velocidade e a profundidade dessas mudanças em um espaço limitado numa atividade claramente ligada com as elites sociais desta província fazem deste caso, um observatório privilegiado das classes superiores na transnacionalização da economia. Com base em materiais diversos e nun vasto trabalho de campo, o artigo explora a história local e mundial desse crescimento, as mudanças nas formas de propriedade e gestão. Ele descreve as relações resultantes entre gestores e produtores de vinho e suas ligações com os trabalhadores menos qualificados. Em diálogo com os estudos sobre a estratificação social, a heterogeneidade, a fluidez e a opacidade das elites de vinho é apresentada, mostrando os novos princípios de integração, coordenação e distinção dessas elites no capitalismo atual.

Palavras-chave: elites; classes superiores; globalização; Viticultura; Argentina; estratificação social.

SUMARIO

Introducción. I. Las transformaciones de la vitivinicultura mendocina; I.I. De los inmigrantes latinos a la crisis del modelo de producción en masa; I.II. Los vinos del Nuevo Mundo y la entronización del Malbec; I.III. La riqueza mendocina y el paradójico auge del vino II. ¿Qué es hoy un bodeguero?; II.I. Bodegueros y clases altas: justificaciones socio-históricas y precauciones casuísticas; II.II. La heterogeneidad de las estructuras organizativas, de la propiedad y gestión; II.III. Correspondencias entre tamaño y destino III. Los lazos sociales del vino; III.I. Permanecer en el tiempo: la estela de los apellidos tradicionales; III.II. Dominar en el nuevo mundo: los números contra los vínculos; III.III. La mano invisible: los trabajadores no calificados y la nostalgia de los empleadores. Conclusiones. Bibliografía

Introducción

Tanto los estudios historiográficos como sociológicos tienden a vincular la producción y el culto de los buenos vinos con las actividades de las clases más altas. Mendoza, principal provincia argentina productora de este bien¹, no ha sido una excepción. En la región del Cuyo, se produjo una temprana integración de las elites coloniales y los inmigrantes prósperos llegados a la provincia a fines del siglo XIX. Hacia principios del siglo XX, podía observarse la consolidación de un grupo de notables mendocinos, con raigambre en las actividades

¹ Las bodegas argentinas se distribuyen en varias provincias. Mendoza se distingue como la principal productora de vid (con el 75% de la producción) y de vino (con el 85%) del país. Es también allí donde se produce la cepa insignia de la Argentina: el Malbec y donde se concentra la producción de los vinos más reconocidos y demandados por el mercado internacional. Dado el carácter desértico de la región, la producción se concentra en un territorio circunscrito, demarcado por tres oasis: en el Norte, el Sur y el Valle de Uco. El 3% del territorio provincial contiene al 96% de la población (Richard-Jorba, 2008: 1).

vitivinícolas y con una fuerte articulación con la política (Bragoni, 1999 y Cortese, 1992). Poco sabemos sobre lo ocurrido después: escasean los estudios sobre la evolución de las bodegas y se desconocen las relaciones de los bodegueros con otros miembros de las clases altas o con las elites dirigentes provinciales.

A primera vista, algunos indicios parecen sugerir la permanencia de este mundo selecto y tradicional. Al presentarse, las bodegas suelen subrayar el origen ancestral de los viñedos, el protagonismo de las familias inmigrantes y la importancia de los lazos personales y del *terroir*. No obstante, detrás de estos discursos publicitarios, la vitivinicultura mendocina revela, como otras agroindustrias, una profunda transformación. Desde mediados de los años 1990, la vitivinicultura constituye una de las actividades más pujantes dentro de las economías regionales y ha podido adaptarse exitosamente a las reglas del mercado abierto. Comprometiendo a los diversos actores de esta cadena productiva, los cambios no dejaron indemnes a quienes detentaban la propiedad y la dirección de este negocio. En tanto miembros prominentes de las clases altas mendocinas, los bodegueros y sus círculos de pertenencia e interacción revelan el impacto de la globalización sobre la estratificación social desde uno de sus ángulos menos analizados².

Pero esta recomposición no ha sido sólo de actores y prácticas; el proceso coincide con la emergencia de un nuevo sistema de clasificación y valoración, un nuevo espíritu en el vino y en quienes lo producen. Al contraponer los vinos franceses y californianos, Mary Douglas [1999: 124-125] puntualiza: “los nombres cambian y las cosas y los hombres son sacudidos al capricho de las nuevas categorías. Primero, los hombres se ven tentados a salir de sus compartimientos para ejercer un control o para escapar del mismo. Luego, crean nuevas instituciones y éstas elaboran nuevas categorías que dan forma a un nuevo tipo de personas”³. En estas categorías se expresa una oposición social y cultural que adquirió rasgos singulares en el nuevo mundo.

Este artículo presenta las transformaciones de las elites del vino en el marco de la globalización. La rapidez y profundidad de estas transformaciones en un espacio relativamente acotado y en una actividad económica claramente vinculada con las clases altas de esta provincia hicieron de Mendoza un observatorio privilegiado de las elites socio-económicas frente a las reglas del mercado abierto. Centrado en las zonas más modernizadas, en las bodegas más grandes y las de alta gama, este trabajo se basa en la triangulación de material documental y estadístico, varias observaciones de eventos del sector y en una treinta entrevistas a bodegueros, gerentes y profesionales del vino, realizadas en 2009-2010.

Como veremos, la heterogeneidad predomina y plantea desafíos analíticos específicos. El primero fue la construcción de una muestra confiable para el desarrollo de un trabajo de campo en profundidad. Partiendo y reactualizando la clasificación propuesta por Azpiazu y Basualdo (2003) para la selección de las bodegas, incluimos proporcionalmente en el estudio propietarios y directores de unidades productivas de tamaños diversos (grandes, medianas y pequeñas) así como de diferentes estructuras y composiciones accionarias (familiares y corporativas, nacionales y extranjeras). Por la ubicación geográfica delimitada (la más rica y dinámica del oasis mendocino), se trató en todos los casos de emprendimientos que, o dominaban el mercado local con grandes volúmenes de producción y habían agregado una línea de alta gama para el mercado interno y externo o, de tamaño menor, pero que habían logrado consolidarse como productores de vinos de elevada calidad y precio en los mercados internacionales. En correspondencia con análisis contemporáneos sobre otras estructuras empresarias (Fligstein, 1990; Rubbery *et. al.*, 2002; Useem, 1999), este recorte reveló el carácter problemático y

² Como ha señalado oportunamente Filgueira (2001), los estudios sobre estratificación social en América latina fueron desapareciendo de las agendas de investigación de la región. En el último cuarto del siglo XX, las indagaciones sociológicas sobre la pirámide social fueron cediendo posiciones frente a análisis específicos centrados en la cuestión social. En la medida en que esta última se asoció al crecimiento del desempleo y la pobreza, se realizaron muy pocas pesquisas sistemáticas sobre lo ocurrido en los sectores medios y altos, y sobre las relaciones entabladas entre los distintos grupos socioeconómicos. Aunque esta tendencia parece revertirse progresivamente, estos estudios siguen siendo escasos, mayoritariamente cuantitativos y centrados en una escala agregada a nivel nacional.

³ Cuando no se mencionan ediciones en español, la traducción es nuestra.

modular que reviste hoy la unidad analítica “empresa”. La porosidad y la fluidez de estas unidades reafirmaron la decisión de indagar, en la documentación corporativa y las entrevistas a los protagonistas, las trayectorias de las bodegas, de sus propietarios y altos ejecutivos.

De este modo, más allá de la heterogeneidad originaria, nuestros hallazgos revelaron ciertas tendencias en la estructuración de las elites vitivinícolas mendocinas así como su problemática adscripción a la noción convencional de clase alta. Estos grandes empresarios y ejecutivos no personifican la profundización de las formas de propiedad y control vigentes en el modelo anterior, sino que permiten entrever el arribo de nuevos actores y, con ellos, de nuevos principios de composición, diferenciación y articulación dentro del sector y en la sociedad mendocina. Estos principios, que conviven y se combinan con los característicos de la etapa precedente, impactan en el modo en que se relacionan entre sí, se perciben a sí mismos y a los otros.

El artículo se divide en cuatro apartados. En primer lugar, estas transformaciones necesitan ubicarse en la intersección de los procesos locales y mundiales. ¿Cuáles son las dinámicas y los determinantes globales en los que se inscriben hoy estos grupos? En segundo lugar, se contemplan las modificaciones en las formas de propiedad y gestión del negocio: ¿Qué designa hoy el término bodega y a qué tipo de propietarios y dirigentes recubre? En tercer lugar, se describen los nuevos lazos entre los bodegueros así como sus relaciones con dos categorías de asalariados: los profesionales y los trabajadores no calificados. ¿Qué vínculos entablan entre los miembros de las elites dentro y fuera del negocio; entre éstos y sus subordinados? Finalmente, se desarrollan los valores de los protagonistas. De este modo, se extraen algunas conclusiones sobre el modo en que este estudio puede contribuir al análisis de la clase alta y el nuevo espíritu del capitalismo.

I. Las transformaciones de la vitivinicultura mendocina

1.1. De los inmigrantes latinos a la crisis del modelo de producción en masa

Como toda actividad productiva, la elaboración del vino en Mendoza ha conocido una sucesión de transformaciones que, estilizadamente, puede sintetizarse en tres grandes momentos: la etapa fundacional, la consolidación por producción en masa y la “reconversión” reciente.

La etapa fundacional se inicia en el último cuarto del siglo XIX, cuando la actividad vitivinícola, presente en el Cuyo desde la colonia, cobra real impulso (Collado, 2006 y Lacoste, 2003). Los inmigrantes españoles, italianos y franceses trajeron consigo las cepas de sus lugares de origen y los oasis cuyanos no tardaron en adoptar las toponimias europeas para designar sus producciones. De este período data la creación de la mayoría de las bodegas tradicionales que sobrevivieron hasta hoy, en manos o no de sus antiguos dueños.

La segunda etapa se corresponde con la expansión del mercado interno y el auge del Estado interventor (Mateu, 2007). Progresivamente, desde los años cuarenta, el vino se convirtió en un componente más de la canasta básica de los hogares argentinos, sobre todo de los sectores populares: la Argentina detentaba por entonces uno de los primeros puestos mundiales en litros consumidos por habitante. En el inicio de la cadena productiva, un conjunto de productores o contratistas al servicio de los propietarios de la tierra cultivaban vides de distintos tipos y calidades. Luego, las bodegas procesaban una parte de esta materia prima y producían, en su mayoría, vino a granel. Antes de llegar al consumidor, esta producción era fraccionada (y a veces adulterada) generalmente cerca de los puntos de venta. A tono con las políticas de la segunda postguerra, el Estado nacional intervino fuertemente en el desenvolvimiento del sector. El auge del vino argentino en la segunda mitad del siglo XX no se correspondió, como en Europa, con pequeñas explotaciones de perfil artesanal. Más allá de la multiplicidad de productores primarios, la vitivinicultura era una industria de producción en masa, dominada por las grandes industrias familiares, los trasladistas y la bodega estatal Giol que regulaba, por sus altos volúmenes, el precio de las vides y el vino.

Sobre la base de la tradición vitivinícola originaria y ante la amenaza de saturación del mercado de vinos comunes, algunas iniciativas sentaron las bases para el desarrollo de un vino

de mejor calidad⁴. Pero fue recién a fines de los ochenta que las transformaciones en el consumo y el contexto macroeconómico agudizaron la percepción de que este tipo de producción había entrado definitivamente en crisis⁵. Tanto en la Argentina como en el mundo, comenzó a observarse una persistente reducción en el consumo de vinos⁶. Las reformas neoliberales reactivaron inicialmente el mercado interno pero operaron pronto como un nuevo sistema de incentivos. Al tiempo que el consumo local caía, la equiparación jurídica de capitales nacionales y extranjeros, la supresión de mecanismos estatales de fijación de precios y volúmenes, el aliento a la innovación tecnológica contribuyeron, en muy pocos años, a incorporar la vitivinicultura argentina al mundo.

1.II. Los vinos del Nuevo Mundo y la entronización del Malbec

La crisis y “reconversión” de la vitivinicultura argentina no es un fenómeno aislado; coincide con un mercado internacional en mutación. En el muy largo plazo, los países latinos, en particular Francia, España e Italia, fueron los principales productores y cultores del vino y aquellos que expandieron y dominaron esta actividad. No obstante, hacia fines del siglo XX, la vitivinicultura europea atravesaba una crisis estructural. Aunque los productores latinos seguían dominando en los vinos más prestigiosos, el avance de los emprendimientos del nuevo mundo había sido notable. Los vinos de California (Estados Unidos) y poco después los de Australia, África del Sur, Chile y Nueva Zelanda incrementaron rápidamente su presencia en el mercado internacional (García-Papet, 2009: 10).

El surgimiento de los vinos del nuevo mundo no sólo implicó la diversificación de los oferentes; conllevó otros cambios entre los cuales se destacan los modos de producir y clasificar a este bien. Por un lado, la elaboración de los vinos europeos, y de los franceses en particular, está asociada al respeto por las tradiciones y a las singularidades del *terroir*. Desde 1935, los vinos galos se segmentan siguiendo un criterio geográfico. En la cima del prestigio, se encuentran los vinos de Bordeaux y luego, en gradación jerárquica, otras regiones del hexágono. A su vez, cada región se subdivide y cada *château* se especializa en un conjunto limitado de vinos. En las antípodas, los vinos del nuevo mundo, y los californianos como su vanguardia, enfatizan las innovaciones tecnológicas, la pureza de las cepas y se han desarrollado bajo el impulso de consultores cosmopolitas y compañías multinacionales. Una misma empresa puede ofrecer una gran diversidad de productos, al multiplicar su radicación en distintas zonas del planeta, las cepas utilizadas y la combinación establecida entre ellas. Frente a un modelo europeo altamente reglamentado y controlado por el Estado, la producción americana remite a una política liberal en las superficies, las técnicas de producción, las variedades, la escala del negocio.

A la hora de elegir y juzgar la calidad, ya no son sólo los vinos de una misma región los que compiten entre sí, los vinos varietales o “de corte” se desarrollan en distintos terrenos y climas. A la toponimia europea se contraponen la clasificación por cepa. Asimismo, el mercado

⁴ En lo que respecta a las decisiones gubernamentales, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria inició a fines de los años 1970 un plan de mejoramiento de las variedades finas. Entrados los años 1980, se promulgó la ley de fraccionamiento en origen que concentró en Mendoza toda la elaboración y fraccionamiento del vino producido con sus uvas. Para la misma época, el gobernador Octavio Bordón decidió cambiar el estatuto de la bodega Giol y dejar de resolver, con intervención pública, sus dificultades en el mercado. Algunos enólogos y bodegas que había seguido atentos a la aptitud de los viñedos se adelantaron a la apuesta ulterior por la diversificación de los vinos y el mejoramiento de la calidad. Entre los especialistas se destacan el ingeniero Alberto Recalde y el enólogo Raúl de la Mota que atendieron a las distintas cepas y su perfeccionamiento.

⁵ Ya con anterioridad, numerosas quiebras se registraron con el ascenso y la bancarrota del grupo Greco. Este último había comprado muchas bodegas tradicionales y había consolidado su posición dentro de vitivinicultura gracias a la proliferación del sistema de maquila.

⁶ Según Azpiazu y Basualdo (2003: 7), el consumo de vinos comunes descendió, en la Argentina, de 92 a 26 litros anuales por habitante entre 1970 y 2001.

americano ha permitido definir una pirámide de precios y calidades que va desde los vinos comunes hasta los Íconos.

Si una tendencia compromete tanto a Francia como a la Argentina es que las mayorías han ido abandonando el consumo del vino como una práctica cotidiana. La expansión del vino no se ha dado por la ampliación del mercado en los países tradicionalmente consumidores de esta bebida, sino por la incorporación aficionados en países como Rusia, China o Brasil. Estos nuevos consumidores elijen y degustan el vino de modo distinto que en el pasado: beben ocasionalmente, están abiertos a las novedades y buscan el consejo de especialistas para guiar sus exploraciones. Progresivamente, el vino y con él sus productores han dejado de asociarse con un bien de consumo popular y nacional para evocar y cultivar la singularidad y el refinamiento de aficionados más segmentados, pertenecientes en su mayoría a clases medias y altas cosmopolitas.

En este marco, la vitivinicultura argentina comenzó a hacerse un lugar en el mercado externo, enmarcada claramente en los principios que rigen los vinos del nuevo mundo. Se multiplicaron las asesorías de enólogos norteamericanos y europeos de renombre internacional, bodegueros y gerentes mendocinos comenzaron a participar activamente en las ferias y concursos de América del Norte y Europa, se prestó especial atención a las notas de cata preferidas por el consumidor global. La apuesta se reveló exitosa: en apenas una década, la cepa estrella argentina, el Malbec, pasó de estar al borde de la desaparición a alcanzar el mayor prestigio y la más vasta superficie de su historia.

1.III. La riqueza mendocina y el paradójico auge del vino

La vitivinicultura es una actividad pujante dentro de una provincia cuya estructura productiva se ha ido diversificando al compás de un fuerte crecimiento poblacional⁷. Aunque perdiendo la exclusividad que detentaban a principios de siglo XX, las actividades vinculadas con el vino se ubicaban, cien años más tarde, en los primeros puestos de facturación y empleo (Giménez *et al.*, 2004). Estrechamente asociada a la identidad de la provincia, la vitivinicultura expresaba además, desde mediados de los años 1990, niveles de inversión y crecimiento fulgurantes.

El contexto macroeconómico de la última década del siglo XX posibilitó inversiones que redundaron en grandes innovaciones tecnológicas; entre ellas, una mayor articulación entre productores y bodegueros en la producción de vid y vino, el riego por goteo, la introducción y depuración de las cepas importadas de países europeos, el empleo de mallas antigranizo, la cosecha mecánica, la utilización de barricas de metal y roble, la refrigeración de los traslados. Por otro lado, si bien el mercado interno siguió absorbiendo la mayor parte de la producción, las exportaciones totales casi se multiplicaron por 10 en apenas 7 años, pasando de 15 millones de dólares en 1990 a 140 millones en 1997 (Azpiazu y Basualdo, 2003: 14), alcanzando 635 millones en 2008, y 470 hasta agosto de 2009 –último dato disponible- (IDR, 2009). En este marco, el avance de los vinos finos es incontestable. Los mismos ocupaban una parte insignificante (5%) de la producción total hacia 1990, pero alcanzan el 17% en 1996 y el 33% en 2003 (Richard-Jorba, 2008: 18). Frente a la caída del consumo de vino de mesa, los vinos finos aparecieron como la opción más promisoría: se ha pasado de 5,5 a 9,4 litros anuales por habitante entre 1980 y 2001 y el precio de las vides y vinos de alta gama es varias veces superior al de los comunes.

Ahora bien, si nos circunscribimos a quienes dependían económicamente de esta producción, la globalización tuvo efectos sociales disímiles. Por un lado, a los grandes inversores y a aquellos estrechamente conectados con el mercado mundial, las nuevas formas de producción permitieron obtener importantes beneficios en términos de productividad y rentabilidad. Los consumidores locales de vinos de alta gama acompañaron y sostuvieron la demanda externa, consolidando la apuesta de estos inversores con horizonte global. Por otro lado, el declive del mercado de vinos comunes y las modalidades de producción de vinos finos

⁷ El conglomerado de la principal metrópoli provincial triplicó su población en apenas cuarenta años pasando de 225.000 habitantes en 1950 a 773.000 en 1991 (Vapñarsky, 1995: 230).

(que contratan poca mano de obra y lo hacen en períodos estacionales) agudizaron la vulnerabilidad de los pequeños productores frente a los grandes inversores extranjeros y precarizaron las condiciones de empleo de los trabajadores menos calificados (Bocco *et. al.*, 2007). La jerarquización de las cepas se tradujo en una clara diferenciación territorial: al auge de la zona central y el valle de Uco le correspondió la crisis del Este.

Así, como subrayan los indicadores disponibles y los mismos actores comprometidos en este proceso, los efectos sociales del despegue económico han de observarse más bien por fuera que por dentro de las fincas y las bodegas. En el modelo de producción de masas, las industrias vitivinícolas constituían, en términos de magnitud y tipo de contratación de mano de obra, un ejemplo más de las grandes empresas familiares características de la segunda posguerra. Más recientemente, el efecto multiplicador de la vitivinicultura globalizada se registra más entre sus trabajadores calificados que entre los no calificados, y sobre todo más entre sus proveedores, agentes comerciales y turísticos que entre sus empleados. Si en el caso de los proveedores, se trata muchas veces de un desplazamiento hacia los vinos finos ante el declive de los vinos comunes; el desarrollo del turismo gourmet, en cambio, resulta una actividad de dinamismo reciente. Aunque la provincia conocía una actividad turística estacional por los deportes invernales, las nuevas formas de producción del vino alentaron un turismo que se prolonga todo el año y que, según los testimonios, señala que Mendoza ha ganado en “cultura”, “cosmopolitismo”, “refinamiento”.

Si bien los niveles de concentración del negocio no se han modificado sustancialmente, es probable que esta relación menos exclusiva, permanente y visible de la economía provincial, las bodegas y sus trabajadores explique por qué, mientras que en el pasado la industria estaba asociada a grandes hombres (empresarios prósperos y/o grandes empleadores), en la actualidad cuando los mendocinos evocan los efectos del vino lo hacen como una entidad en sí misma, sin grandes hacedores, con efectos pero sin personajes destacados dentro del ámbito provincial. Pero, mirando las elites del vino más de cerca ¿cuál ha sido el correlato de estos procesos en su composición?

II. ¿Qué es hoy un bodeguero?

II.1. *Bodegueros y clases altas: justificaciones socio-históricas y precauciones casuísticas*

Habida cuenta de la magnitud, el dinamismo y la prosperidad de esta actividad, las aproximaciones sociológicas nos autorizan a inscribir a los bodegueros y gerentes de bodegas dentro de las clases altas mendocinas. Por un lado, parece evidente que la vitivinicultura cuenta, como toda actividad económica en una sociedad capitalista, con una categoría socio-ocupacional específica implicada en la posesión de los medios de producción, la toma de las decisiones y la dirección cotidiana del negocio. Por otro lado, la vitivinicultura no es, para Mendoza, una actividad entre otras: su persistencia en el tiempo, la magnitud de la riqueza generada y la nobleza del producto hacen del vino un ángulo pertinente para aproximarnos a las clases altas⁸.

Los estudios historiográficos respaldan este aserto, señalando especificidades en relación con las grandes familias de la pampa húmeda. Contrariamente a estas últimas, caracterizadas por un largo arraigo en el país y por la posesión de grandes extensiones de tierra (Germani, 1987: 161-163), las familias implicadas en los albores de la vitivinicultura mendocina eran de radicación relativamente reciente y progresaron sobre la base de propiedades pequeñas y medianas. No exenta de tensiones, la integración entre familias virreinales e inmigrantes puede observarse en la prosperidad que alcanzaron los propietarios italianos y la existencia de organizaciones de bodegueros, de diversa nacionalidad y trayectoria. La elite mendocina también conoció, hacia fines de siglo XIX y principios del siglo XX, una fuerte articulación

⁸ Estos son los atributos convencionalmente utilizados para la definición de los miembros de las clases altas en la mayoría de los estudios de estratificación social (Erikson y Goldthorpe, 1992; Portes y Hoffman, 2003). Los estudios cualitativos, que ponen el acento en los capitales simbólicos y relacionales, no dudarían en considerar a los bodegueros mendocinos como expresión paradigmática de las clases altas consolidadas (Bourdieu, 1999).

entre bodegueros y políticos. Muchos de los grandes productores de la época actuaron como gobernadores, miembros de la Legislatura o de los Concejos deliberantes municipales (Mateu, 2007: 25 y Richard-Jorba, 2008: 21). Las calles de la ciudad capital honran con sus nombres a estos bodegueros ilustres.

Con la globalización⁹, ¿se han reproducido las elites vitivinícolas iguales a sí mismas, profundizando apenas la distancia que las separaba de otros grupos sociales? Tres fenómenos observados complejizan esta identificación estructural de los bodegueros mendocinos y su generalizada adscripción a las clases altas. Todos ellos remiten al estatuto de la unidad productiva a partir de la cual suelen identificarse los grandes empresarios o ejecutivos y la magnitud relativa de su patrimonio e influencia. En efecto, la diversidad de casos designados bajo la unidad productiva “bodega”, la desterritorialización de las empresas y la velocidad de los cambios en las relaciones dentro de la vitivinicultura no pueden sino impactar en el sistema de estratificación. La primera constatación alerta sobre el alto grado de segmentación del mercado del vino y sus empresas: las categorías socio-ocupacionales usualmente empleadas para definir a los miembros de las clases altas (dueños y ejecutivos de compañías de más de 5 empleados) resultan anacrónicas si no se contemplan las características del mercado del vino y las nuevas formas de gestión. La segunda constatación remite a la concentración y transnacionalización del capital: la unidad territorial provincial (e incluso nacional) resulta cada vez más insuficiente para el estudio de las actividades productivas y sus grupos socio-ocupacionales. La última constatación refiere a la inestabilidad del estatuto de bodeguero: una de las características de esta industria es el recambio de jugadores y la alta mortalidad de las empresas. Como resultado, la asociación entre bodegueros y elites provinciales no resultó evidente ni para los bodegueros mismos, ni para sus empleados, ni para los mendocinos con los que conversamos.

II.II. La heterogeneidad de las estructuras organizativas, de la propiedad y gestión

Ciertamente la bodega es el espacio donde se desarrolla el proceso de elaboración del vino a partir de la materia prima producida por las fincas. Esta elaboración no incluía necesariamente, en el período anterior, ni el cultivo de las vides ni el fraccionamiento de la bebida. La reorientación hacia mayores estándares de calidad conllevó una mayor integración entre las actividades agrícolas, industriales y comerciales. Asimismo los cambios tecnológicos y comerciales habilitaron la incorporación de nuevas unidades al negocio, con una escala de producción más pequeña. Esta integración involucra principalmente a las bodegas comprometidas con la elaboración de los vinos de exportación pero, incluso en ese caso, las bodegas se diferencian profundamente entre sí.

En efecto, aunque existen registros que contabilizan la cantidad de bodegas existentes en la Argentina, la multiplicidad de formas de organización y la heterogeneidad de estas unidades productivas saltan a la vista¹⁰. Las bodegas no siempre recubren todo el proceso productivo y, si lo hacen, no necesariamente se limitan a elaborar sólo o toda su propia vid, ni a utilizar o fraccionar sólo o todo su vino. Existen bodegas que únicamente elaboran vinos de terceros, otras que establecen ecuaciones diversas de compra y venta de vides y vinos; otras que se autoabastecen en todo el proceso. Las bodegas no necesariamente son organizaciones con estructuras y dinámicas semejantes. Algunas bodegas son tan pequeñas que apenas poseen algún espacio físico y algún personal a cargo; varias llegaban al extremo de ser meras etiquetas. Otras son tan grandes que tienen en Mendoza plantas de producción, con servicios administrativos

⁹ Solo podemos tomar como contrapunto la caracterización del sector propuesta para las primeras décadas del siglo XX. No existen registros ni estudios sistemáticos sobre las empresas, propietarios y gerentes del período inmediatamente anterior al aquí analizado.

¹⁰ Sin dudas, la diversidad no es un atributo novedoso en las unidades que participan en la producción del vino mendocino (Mateu, 2007: 24-25). No obstante, en el pasado, las mismas se circunscribían al volumen del capital. En la actualidad, las innovaciones tecnológicas adoptadas, las formas de propiedad, organización y gestión así como el tipo de acceso a los mercados internacionales configuran combinaciones diversas que acentúan la heterogeneidad de las unidades productivas consideradas.

localizados fuera de la provincia o del país. Frente a las que apenas tienen una planta, otras se subdividen en distintas fincas y bodegas específicas para elaborar vinos de distinto nombre y calidad. Otras, al fin, siguen funcionando como empresas convencionales con empleados y dueños estables que desarrollan toda la actividad en un espacio común e invariable. La producción del vino no solo se realiza en bodegas de diverso tamaño, el nuevo mundo globalizado incita a las empresas a diseñar modelos flexibles que quiebran la unidad de tiempo, lugar y contrato laboral en la organización del proceso productivo (Lallement, 1999). Finalmente, las estructuras identificadas no se definían de una vez y para siempre, sino que se adaptaban y modificaban según la coyuntura atravesada por la empresa, el negocio y el país.

La diversidad en tamaños y formas de organización se agudiza con el desembarco de capitales extranjeros. Se observan capitales norteamericanos, europeos, chilenos, mixtos. Algunos de esos nuevos propietarios son grupos que desarrollaban ya actividades dentro de este sector en sus países de origen y llegaron a Mendoza para diversificar su oferta. Diageo, la empresa británica de aperitivos y whiskies, adquirió Navarro Correas. El grupo francés Pernod Richard se convirtió en el mayor fabricante de bebidas alcohólicas de la región (Richard-Jorba, 2008: 13). En otra escala, los hermanos Lurton crearon una empresa mediana siguiendo una tradición iniciada en Francia. Estos nuevos actores no eran sólo empresas transnacionales del vino sino también fondos diversificados de inversión. La empresa Trapiche era controlada por un fondo estadounidense y las bodegas Nieto Senetiner y Graffigna, adquiridas por fondos latinoamericanos. Incluso empresas argentinas desarrolladas en otros sectores, como el grupo Pérez Companc, La Nación-Clarín o Macri compraron paquetes accionarios en esta actividad. Pero estas tenencias no adquieren una configuración nueva pero estable. Por el contrario, las compras y ventas se suceden y revisten un dinamismo cuyo conocimiento exhaustivo muchas veces escapa a los propios gerentes y empleados.

No obstante, sería abusivo afirmar que todas las bodegas mendocinas habían cambiado de manos. Todavía quedaban propietarios descendientes de familias fundadoras. La bodega Catena Zapata (fundada en 1898 y particularmente floreciente en las últimas décadas), la bodega Arizu (fundada en 1908 que sigue en la rama Leoncio y produce los vinos Luigi Bosca) y las bodegas Cabrini (fundada en 1918 y con vinos del mismo nombre), entre otras (Richard-Jorba, 2008: 11). A ellos se suma una familia que llegó más tardíamente pero que registra hoy varias marcas y una gran prosperidad: la Familia Zuccardi.

Al tiempo que una parte de las bodegas mendocinas se alineaba a los estándares internacionales y a los imperativos de la competencia abierta, la proliferación de pequeñas y medianas bodegas respondió también a la voluntad de quienes deseaban encontrar un esparcimiento glamoroso. Las transformaciones tecnológicas y comerciales alentaron a un conjunto de empresarios a “darse el gusto” de producir sus vinos sin preocuparse por los plazos de recuperación de la inversión ni por los márgenes de rentabilidad. Quienes viven de la vitivinicultura se quejaron de estos recién llegados que “ensucian el negocio”, quieren tener “su vino porque les da jerarquía”. Esta distinción apareció tanto entre los “profesionales” como los “amateurs” y despertó el desdén de los primeros. El “club social” al que se aspira a pertenecer los segundos no es ya el de las clases altas locales: la rentabilidad simbólica del bodeguero por placer parece realizarse a distancia, en otras urbes del país o del extranjero.

II.III. Correspondencias entre tamaño y destino

Frente a esta gran diversidad de estructuras organizacionales y patrimoniales, el origen del capital no resultó ser ni para los actores implicados ni para los análisis estadísticos disponibles un criterio de diferenciación relevante. Por un lado, lejos de resistirse a las empresas extranjeras, los bodegueros y profesionales radicados en Mendoza vieron en su desembarco una oportunidad financiera inédita, un estímulo para “hacer las cosas mejor”, un canal de acceso a los mercados internacionales. Ante la crisis de los vinos comunes, la vitivinicultura de alta gama no fue una actividad de competencia sino de complementariedad entre los capitales locales y extranjeros. Por otra parte, ni el tamaño de los establecimientos ni los modos de gestión del personal parecen asociarse al origen del capital. Hay establecimientos grandes, medianos y pequeños de extranjeros y argentinos. Según datos consignados por Richard-Jorba (2008: 22), en 2006, de las

5 mayores exportadoras, 3 eran bodegas extranjeras y 2 nacionales. Del mismo modo, hay gestiones de personal más o menos estables, mejor o peor remuneradas, sin que el criterio de diferenciación esté dado por la nacionalidad de los propietarios. En caso de dueños ausentes, la estabilidad del gerente o la política de recursos humanos pueden garantizar la permanencia de la plantilla y los vínculos personales con los empleados.

Fue la diferencia entre grandes y pequeños y, sobre todo, entre los circuitos de comercialización abiertos a cada uno lo que marcó mayores distinciones. La concentración era particularmente marcada en los vinos de mesa cuya producción se destinaba al mercado interno. Según Azpiazu y Basualdo (2003), un conjunto de cinco grandes empresas (Peñaflor, Resero, Baggio, Garbin y Fecovita) concentraba el 75% del mercado total. Desde la publicación de aquellos datos, Fecovita adquirió Resero. El 25% restante se distribuía en una treintena de bodegas que comercializaban en ámbitos regionales. Las marcas líderes del mercado ejercían prácticas oligopsónicas en la compra de la uva o de vino de traslado. En el segmento siguiente, de vinos finos de bajo precio o “selección”, se observaban prácticas semejantes a las de los vinos de mesa. Finalmente, se encontraba el mercado ampliado de los vinos finos. Si bien la diversidad y la competencia eran crecientes, Catena y Chandon seguían marcando, entre estos últimos, la pauta de precios.

Fuera cual fuera el origen del capital y el tipo de organización, las bodegas más grandes operaban con acuerdos específicos con los supermercados y restaurantes. Aunque los vinos finos han ido ganando espacio, la capacidad de negociación de las cadenas de comercialización sobre las bodegas medianas y pequeñas es extremadamente asimétrica. En el caso de los restaurantes, se estima que las bodegas ofrezcan un número importante de botellas a cambio de aparecer en los menús. Según los dueños de bodegas boutique, “el mercado local es una mafia”, “las prácticas de competencia desleal son las que pautan el negocio” y les cierran las posibilidades de acceso.

En el caso de los vinos finos y de las bodegas boutique, la competencia y el nivel de inestabilidad son mayores; pero es sin duda el mercado internacional el que, sumado a los avances tecnológicos, ha dado viabilidad a los emprendimientos de menor escala. Frente a la imposibilidad de acceder a las grandes ciudades por las prácticas comerciales y publicitarias, las bodegas medianas y pequeñas apuestan a los concursos y ferias internacionales, colocando prácticamente toda su producción en el extranjero. Poco importa en este caso si se trata de familias centenarias o de jóvenes emprendedores: esa información no distingue las botellas de vino argentino ubicadas en los anaqueles de una feria internacional.

La heterogeneidad de las unidades productivas podría haberse correspondido con la estabilidad de un círculo local de notables y profesionales. La diversidad domina, sin embargo, también en las trayectorias personales. Algunos de los propietarios y altos gerentes entrevistados habían ocupado sucesiva o paralelamente posiciones diversas en diversas empresas. Muchos, en cambio, desplegaban una trayectoria profesional ligada con actividades económicas y escalas geográficas distintas a las del vino mendocino. Existían propietarios mendocinos enriquecidos en otro tipo de negocios, gerentes que habían conducido anteriormente otros tipos de emprendimientos, ejecutivos de trayectoria internacional. Finalmente, numerosos propietarios de grandes bodegas no habían pisado nunca la provincia de sus viñedos y alcoholes. De este modo, lejos del ideal de gran empresa estable y piramidal y de la figura que unificaba en el bodeguero al patrón-notable local, quienes desarrollan el negocio del vino en Mendoza constituyen, un siglo más tarde, un conjunto mucho más heterogéneo, inestable y opaco. Ante estas transformaciones estructurales, ¿cómo son, en la actualidad, los círculos de pertenencia e interacción de las elites vitivinícolas mendocinas?

III. Los lazos sociales del vino

III.1. Permanecer en el tiempo: la estela de los apellidos tradicionales

Algunos de los miembros de familias tradicionales siguen poseyendo bodegas o participando del sector. En estos casos, el relato de la historia de la vitivinicultura mendocina se entremezcla con la sucesión de matrimonios y herederos. Como en otras actividades, el estudio de la reproducción de las familias tradicionales exige identificar qué temporalidad es juzgada

mínima para construir un linaje así como interesarse en el modo en que se suceden las generaciones, se seleccionan los herederos, se conserva o se compartimenta la propiedad (Bessière, 2010).

De las bodegas creadas entre fines del siglo XIX y principios del XX, pocas han sobrevivido hasta hoy y aún menos en manos de las familias fundadoras. Dentro de los treinta casos indagados en el trabajo de campo, menos del 10% cumplía con ambas condiciones. Las ventas y las quiebras no se explicaban solo por los vaivenes externos sino también por las dificultades de cada empresa para conciliar vínculos afectivos y económicos. Algunas familias tradicionales lograron perdurarse con éxito. Alberto Arizu consolidó el posicionamiento de su bodega como productora de vinos finos, incorporando a sus hijos al negocio iniciado por su abuelo en 1901. Una suerte semejante tuvo Nicolás Catena cuya empresa adquirió cabal envergadura en los años 1960; el interés por el vino de su única hija, que de hecho no reside más que intermitentemente en Mendoza, neutraliza los problemas de sucesión que caracterizaron a las grandes proles. Un ejemplo de estas dificultades es la familia Pulenta. Luego de tres generaciones de bodegueros, la familia decidió, en 1997, vender Peñaflor a un fondo de inversión. Esta oportunidad permitió resolver los conflictos resultantes de gestionar una empresa de 40 primos con objetivos y aspiraciones diferentes. Los antiguos propietarios no siempre se desvincularon de la actividad o la empresa. Algunos fundaron nuevos emprendimientos; otros, como un descendiente de la familia Toso, seguían promocionando los vinos con su nombre aunque la bodega ya no les perteneciera. Ejercían, como se repetía en las entrevistas, de “portadores de apellido”.

De este modo, las grandes familias que seguían en el negocio no habían perdido totalmente sus hábitos y su sentido del honor; tampoco cierto reconocimiento por parte de la comunidad. Al tiempo que resaltaba el carácter dinamizador de las inversiones extranjeras, la importancia de las innovaciones técnicas y la capacidad de muchos de los enólogos y bodegueros que ingresaron a la actividad, el descendiente de una familia tradicional concluía que “un bodeguero de estirpe está a la altura de la aristocracia europea”; “tenemos sangre de bodegueros”. Del mismo modo, el carácter personalizado y tradicional de estas familias a la hora de conducir el negocio apareció en anécdotas y rumores: una de las empresas tradicionales reservaba el papel de enólogo sólo a un miembro de la prole; en otra, la misma suerte corría la correspondencia recibida o enviada desde la bodega; para algunos observadores, ciertos hábitos de las esposas de bodegueros tradicionales “parecen sacados de una novela de Balzac”.

En los testimonios, estas estampas aparecieron siempre como detalles singulares, un poco anacrónicos, en un mundo en el que han perdido vigencia y centralidad. Lejos de concebirlas como grupos poderosos y exclusivistas, la abrumadora mayoría de los testigos concluía, en consonancia con las evidencias estadísticas, que las familias tradicionales “desaparecieron”, “se extinguieron en la tercera generación”, “quedan sólo como adorno”.

Aunque el afecto, la tradición, la familia e incluso el tratamiento de los empleados tuvieran un lugar predominante en los discursos de los herederos, ninguna línea de demarcación clara y excluyente fue establecida entre los antiguos y los recién llegados. Tanto los indicios como los testimonios recogidos dan cuenta de la apertura en los espacios de encuentro a bodegueros, enólogos y gerentes de arribo reciente. Los lazos de afinidad profesional y personal predominaban por sobre toda demarcación entre establecidos y *outsiders*, entre propietarios locales y profesionales. Las diferenciaciones tampoco aparecían vinculadas al origen del capital. Al tiempo que todos los extranjeros se decían muy bien recibidos, el miembro de una familia tradicional afirmaba:

“hoy en Mendoza no es raro que cuando nos juntamos los bodegueros hablemos en inglés, en francés o en italiano... hay una comunidad de gente extranjera que ha tomado Mendoza como un lugar de residencia.”.

III.II. Dominar en el nuevo mundo: los números contra los vínculos

El desembarco de capitales ajenos a la provincia trastocó la composición de las elites vitivinícolas, habilitando el ascenso de un grupo importante de profesionales. La ausencia de los dueños y/o la impersonalidad de los accionistas implicaron delegar en gerentes la gestión local

del negocio, produciendo una suerte de managerización de las elites vitivinícolas residentes en Mendoza¹¹. Así, no sólo lograron ingresar al negocio, por formación universitaria o experiencia de gestión, personas ajenas al mundo del vino; detentaron además prerrogativas otrora concentradas en los dueños.

Ahora bien, contrariamente a las imágenes de dinamismo y flexibilidad que celebran el capitalismo actual y las de tradición y calidez que se subrayan en el vino, la gestión descrita por muchos de estos gerentes se caracterizaba más bien por la rigidez y la impersonalidad. Sin dudas, la pertenencia a una multinacional permite a sus gerentes alcanzar enormes escalas de producción y comercialización, alinear sus productos a estándares globales, tener una visión del negocio a nivel planetario, contar con remuneraciones elevadas. No obstante, sus relatos evocan la multiplicidad de nodos a los cuales reportar, la subordinación de las filiales a decisiones que no controlan ni comprenden, el entramado de relaciones políticas y burocráticas que ralentizan sus movimientos.

Pero la creciente importancia de ejecutivos y especialistas no se debe únicamente a la gestión a distancia de los grandes grupos sino que obedece también a la profesionalización de las actividades agro-industriales. Como apuntan Gras y Hernández (2009), la recomposición reciente de la agricultura pampeana fue posible por un nuevo paradigma donde algunas instituciones públicas y privadas, como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y los Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (o grupos CREA), alentaron la introducción de nuevas formas de producción y gestión. En Mendoza, la enología pasó de ser una de las orientaciones de los colegios secundarios a constituirse en formación universitaria, con títulos de grado y posgrado. La facultad de Agronomía de la Universidad Nacional de Cuyo tiene diplomas en cotutela con instituciones europeas y varios enólogos habían desarrollado prácticas en Francia o Estados Unidos.

Sobre todo desde los años noventa, con el auge de los vinos finos, el enólogo aparece como la estrella del nuevo modelo. Estos profesionales son reconocidos con nombre propio y despliegan un prestigio que trasciende a las bodegas en las que trabajan y los países donde residen. Los más reconocidos son, como se autodefine Michel Rolland, “*flying wine-makers*”. Los enólogos -a quienes se recurría antes en caso de alguna dificultad - no sólo tienden a comandar todo el proceso; en algunos casos, firman sus vinos, aparecen en los menús de los restaurantes *gourmets*, son cortejados por los dueños de las bodegas y los consultores internacionales¹². Frente al costumbrismo nostálgico o la irrelevancia que se asigna a las familias tradicionales, se percibe mayor vehemencia a la hora de juzgar a los enólogos. Mientras estos últimos subrayan la importancia de una gestión científica y metódica de la producción, de datos sólidos y confiables para la toma de las decisiones, de las experiencias innovadoras y eficaces, sus detractores consideran que la enología está sobrevaluada:

“...son la niña bonita, porque son los profesionales que están de moda y son muy buscados. Los enólogos tienen mucho poder, hacen y deshacen, son los dueños del vino, se los respeta. El resto son móviles”.

La profesionalización de los agro-negocios se corresponde con el declive de los vínculos locales y la consolidación de un conjunto de indicadores globales que miden los logros de cada empresa. Algunas de estas cifras no se diferencian de las de cualquier otra empresa capitalista. Pero indicadores específicos han cobrado importancia con el auge de los vinos del nuevo mundo: básicamente las notas obtenidas en las revistas y concursos internacionales¹³. El discurso del enólogo de una de las empresas más importantes era contundente:

¹¹ Obviamente este reemplazo de los propietarios por los managers no altera el carácter capitalista de las bodegas mendocinas. Para una discusión sobre el tema Beltrán Villalba (2003).

¹² Como señalan Maclaine Pont y Thomas (2009: 88), “el enólogo piensa *a partir* del consumidor en lugar de hacerlo *para* el consumidor y emplea su conocimiento para lograr las sensaciones que los grupos de consumidores puedan buscar (énfasis de los autores).

¹³ Entre las revistas, suele mencionarse *The Wine Advocate*, *Wine Spectator*. Entre las guías, la más conocida es la *Guide Parker*.

“Los exámenes que nos toman son tres; uno que es fundamental son los puntajes que te dan los críticos del vino [...] Una segunda prueba que es la eficiencia de la empresa [...] Pero también es importante la tercera, costos; disminución de costos y aumento de la calidad. [...] No te podés equivocar porque hacés quebrar la empresa”.

Este caso resulta paradigmático. Recluido en su trabajo, entre el control de las fincas y las bodegas; este enólogo apenas tenía vida social más allá de las largas horas de trabajo compartidas con otros miembros de la empresa. No obstante, podía medir su valía con precisión: los puntos obtenidos por sus vinos en revistas internacionales y el auge consiguiente de ventas. Mientras que en Mendoza se caracterizaba a sí mismo como una “figura muy polémica”, “cuando voy a Estados Unidos, he tenido gente que hacía cola para que les firme una botella”.

III.III. La mano invisible: los trabajadores no calificados y la nostalgia de los empleadores

Una constatación se hizo evidente con el correr del trabajo de campo. Al indagar sobre las relaciones laborales, bodegueros y altos ejecutivos tendían a focalizar su mirada en los equipos técnicos y administrativos, declarando, cuando se les requería explícitamente, un número irrisorio de trabajadores no calificados. Esta invisibilidad en los testimonios también se observa en el desarrollo desigual de las cifras que se utilizan para monitorear la actividad. Al tiempo que se dispone de estadísticas sobre los consumidores y sus características, las superficies cultivadas, los tipos de vinos, precios, ventas, calidades... resultó imposible reconstruir fehacientemente la cantidad del personal empleado y sus estatutos. La falta de atención resulta paradójica: según la política diplomática argentina, se justifica la promoción de estos productos en el extranjero bajo el argumento de que “generan trabajo para los argentinos”.

Aunque no disponemos de datos concluyentes¹⁴, las tareas más calificadas parecen haber ganado en número, reconocimiento, estabilidad y remuneración por sobre las actividades no calificadas¹⁵. La ley de fraccionamiento en origen y el desarrollo del turismo desplazaron muchas actividades administrativas y contables a Mendoza, exigiendo crecientes competencias en este personal. Al mismo tiempo, las nuevas formas de producción redujeron la cantidad de contratistas y los empleados permanentes (Poblete, 2008). Mientras las actividades agrícolas concentraban su demanda de mano de obra en las temporadas de poda y cosecha, actividades como el prensado, el embotellamiento y el etiquetamiento se automatizaban.

En términos de contratación y formalidad, la situación de las grandes y las pequeñas empresas parece no ser la misma. En las grandes bodegas se subrayó el creciente blanqueo de personal. El mismo se debía básicamente al generalizado recurso de contratar mano de obra temporaria a través de empresas proveedoras de personal eventual. Aunque estos empleados estuvieran “blanqueados” no dejaban por ello de ser precarios. Se sospecha que las bodegas pequeñas tenían márgenes mayores de informalidad. Sus dueños se manifestaron preocupados por disminuir todo lo posible la incertidumbre vinculada a los costos y la contratación de mano de obra; muchos preferían reemplazar trabajadores por maquinaria para ahorrarse “complicaciones”.

Aún cuando, comparando con el pasado, la remuneración que perciben los trabajadores no calificados sea inferior y aún cuando muchas empresas hayan logrado transformar los salarios de costo fijo en costo estacional y variable, las relaciones laborales distaban de ser satisfactorias para los empleadores. Las dificultades se concentraban en el reclutamiento y retención de la mano de obra en los momentos críticos. Inaugurada con el éxodo del campo a la ciudad de los antiguos contratistas en los años 1990, esta dificultad se agudizó con la expansión de los planes de asistencia social que se masifican en la década siguiente. Quienes habían conocido los

¹⁴ Entre otros acercamientos, cf. Bocco *et.al.* (2007), Neiman y Blanco (2006) y Rofman *et al.* (2008).

¹⁵ En correspondencia con las conclusiones de Schurman (2001); Klein y Tokman (2000: 27) sobre el impacto de la globalización en los modos de producción, el mercado de trabajo y la composición de la estructura social.

vínculos predominantes en el modelo anterior, los recordaban con nostalgia. Según el miembro de una familia tradicional,

“el contratista era una persona que trabajaba con su familia, y llevaba 25 hectáreas. [...] las empresas de aquel entonces, hasta no hace mucho, eran también puentes de educación [...] si ellos vienen y consultan con uno: mire, me pasa tal cosa, que sé yo, bueno, andate al médico este. [...] al nene vos mandalo a la escuela, que no te falte. [...] Tengo un empleado que lleva 40 años, otro 37, ya nos entendemos con mirarnos, no?. Pero eso se ha perdido, ya no se trabaja igual”.

La desestructuración de las viejas relaciones de dependencia resulta particularmente problemática para quienes se ocupaban de la gestión de las grandes empresas pero eran ajenos a la toma de decisiones. En tanto “autoridad por delegación”, el gerente oficia algunos de los roles del patrón. Uno de los gerentes entrevistados había liderado el proceso de esplendor de una gran bodega nacional, multiplicando de 150 a 800 el número de operarios. Cuando a mediados de los noventa, la bodega se vende, este gerente asiste al proceso de racionalización:

“Yo estaba a cargo del directorio cuando produjeron el primer ajuste. Y después siguieron otros, yo ya estaba afuera. Nosotros habíamos llegado a hacer un barrio para la gente. Había una comunidad que eran los mandos medios...También había un día de la bodega. Fue un tema muy serio, algunos quedaban adentro, otros quedaban afuera [...] Yo he jugado al fútbol con ellos. Nadie me pegaba una patada. Eran realmente épocas en las cuales...hoy día todos hablan de beneficios [...] Pero hasta ahí, vos pensabas en la empresa como un lugar en el cual ibas a estar toda la vida [...] la gente estaba orgullosa de ser parte de la empresa”.

Frente a las consecuencias negativas de la flexibilización del personal menos calificado, a principios de la década del 2010, el dilema de los empleadores parecía cifrarse en la decisión de terciarizar o fidelizar la mano de obra. Como el primer recurso entrañaba inconvenientes, una fidelización de nuevo tipo se iba perfilando, en una dosificación de elementos del modelo paternalista anterior y del nuevo *coaching* de recursos humanos. En las grandes bodegas, subrayaron su preocupación por contar con una planta de personal calificado y estable que acompañara el crecimiento de las compañías y garantizara mano de obra propia en los momentos álgidos. Como afirmaba un bodeguero,

“Nosotros trabajamos con un concepto de los que llamamos ‘integración horizontal’- Donde buscamos trabajar con personas que trabajen todo el año en la empresa. Minimizar el personal temporario [...] o sea a partir de un concepto de que la calidad no sólo está relacionada con el clima y el suelo, sino también con la gente. [...] Yo creo que nosotros, en particular, como empresa, no buscamos la eliminación de las personas. Nos parece que la gente es un valor agregado del vino. Pero no, no es la mentalidad general, hay mucha gente que apunta en otro sentido”.

Conclusiones

La mayor parte de los estudios sobre las clases altas son de carácter cualitativo y focalizan su análisis en las familias tradicionales y sus espacios de encuentro¹⁶. Preocupados por una problemática clásica, el cierre de las minorías privilegiadas, quienes se inscriben en estas perspectivas suponen que la consanguinidad y/o la amistad entre las familias de la elite y la multiposicionalidad de algunos de sus miembros (Boltanski, 1973) subyacen a los mecanismos de explotación y acaparamiento de oportunidades (Tilly, 2002) que permiten perpetuar, entre generaciones, las desigualdades sociales.

¹⁶ Esta estrategia responde a ciertas tradiciones teóricas (Bourdieu aparece como referencia ineludible) y a las dificultades de indagar estadísticamente grupos tan minoritarios y con un acceso a la información particularmente problemático.

Con el fin de explorar los cambios en las clases altas frente a la globalización retomamos ciertos atributos objetivos (básicamente la categoría ocupacional, la magnitud patrimonial, los niveles de consumo y la autoridad sobre grupos subordinados) utilizados convencionalmente para identificar a los sectores más ricos y poderosos de una sociedad. Con el fin de desarrollar un estudio cualitativo en profundidad, nos centramos en una actividad centenaria, fuertemente asociada a las elites sociales mendocinas: la producción de vino. De la confrontación entre las familias tradicionales de bodegueros de fines del siglo XIX y las familias que desarrollan hoy este negocio, surge que la persistencia e incluso la agudización de las desigualdades en esta industria no se han correspondido con la impermeabilidad del círculo de las elites locales. No se registra una reproducción exitosa de las familias que conformaban las elites vitivinícolas mendocinas.

Por el contrario, la globalización ha agudizado un fenómeno tempranamente observado por los teóricos de la estratificación social (Barber, 1957): la falta de correspondencia entre la estructura socioeconómica y la estructura social a nivel local. Con la transnacionalización y corporativización de la economía, una parte de las clases altas del vino residían fuera del territorio provincial y su vínculo con esta actividad no era continuo ni perceptible. Como ha subrayado Bauman (2005: 17), [a]parece una nueva asimetría entre la naturaleza extraterritorial del poder y la territorialidad de la ‘vida en su conjunto’ que el poder –ahora libre de ataduras, capaz de desplazarse con aviso o sin él- es libre de explotar o dejar librada a las derivaciones de esa explotación”.

La fluidez sin fronteras del capitalismo contemporáneo no sólo ha impactado en el trastocamiento de las escalas económicas y sociales y, por consiguiente, en los vínculos establecidos entre las elites vitivinícolas y los sectores sociales subalternos. La globalización también redefine la composición y las relaciones entre los miembros de las clases altas. Por un lado, con la concentración y extranjerización de la propiedad existen hoy, en Mendoza, muchos más profesionales que patrones en la conducción cotidiana de la producción del vino. Por otro lado, como ha identificado Zalio (2007:73) para la región de Le Havre, “Al mundo de los negocios dominado por el interconocimiento de los dirigentes se substituye un mundo patronal mucho más segmentado. La irrupción de los actores internacionales...tiende a debilitar los efectos de reputación y de confianza ligados a la vieja empresa havresa, a su antigüedad en el lugar.”

¿Significa esto que las elites vitivinícolas no formaban ya parte de las clases altas mendocinas? ¿O, más aún, que las clases altas ya no existen? A eso nos conducirían muchos de los testimonios de quienes, a pesar de detentar altos niveles patrimoniales y/o grandes responsabilidades en este negocio, no se reconocían a sí mismos como parte de las clases altas¹⁷. Ciertamente, la noción parece reclamar un ajuste pero esto no es de ningún modo una característica de esta actividad o una particularidad de Mendoza. Aunque sean más inestables, las desigualdades en términos de riqueza y poder resultaban innegables. Es la duración y la co-presencia, y con ellas la visibilidad y la responsabilidad local, las que se han visto modificadas.

En este sentido, la globalización de la vitivinicultura consolidó una nueva forma de organización de la actividad que no reposaba ya en el conocimiento personal de las viejas familias sino en reglas e indicadores que servían de sistemas de incitaciones y sanciones. Según Desrosières (2008), el Estado neoliberal supone puntajes, clasificaciones y medidas de performance que reemplazan modalidades más personalizadas de coordinación y control.

A su vez, la supervivencia empresaria en el capitalismo globalizado parecía ser un reto suficientemente desafiante como para garantizar una integración y asentar una jerarquía, la del éxito, que no parecía acompañarse de los atributos que se atribuían a las viejas familias¹⁸. La

¹⁷ Alcanzar las posiciones superiores de la pirámide social por mérito y no por herencia pareciera eximir a estas personas de identificarse con las categorías sociales superiores.

¹⁸ Según la crítica de Lamont (1992) a Bourdieu, es posible identificar tres principios de jerarquización diferentes entre las elites: el éxito económico, la integridad moral y el refinamiento en los modales. Su investigación comparativa, realizada en los años 1990, le permite concluir que las elites americanas apreciaban más el primer principio, mientras las francesas se identificaban más bien con el último.

globalización de la economía se acompañó del repliegue del Estado y del desarrollo de servicios privados segmentados por nivel socio-económico. En los barrios cerrados de la ciudad de Mendoza, en los clubes y colegios privados de elite la capacidad adquisitiva resultaba, en el momento de nuestra indagación, una condición necesaria y suficiente de integración sin que mediaran, como ocurría en los espacios tradicionales, mayores indagaciones sobre la antigüedad y los medios de acceso a la riqueza.

Dadas las nobles cualidades que se asignan al vino, la oposición entre las dos etapas de la producción mendocina adquiría, en algunos testimonios, los ribetes de una antinomia moral. Esta antinomia expresaba con claridad la oposición entre el viejo y el nuevo espíritu del capitalismo. Para Boltanski y Chiapello (1999: 37 y 42), podemos definir este espíritu como la ideología que justifica el compromiso con una acumulación ilimitada de capital por medios formalmente pacíficos. Quienes reivindicaban con nostalgia los valores de la segunda posguerra subrayaban la atención al consumo popular y el empleo estable de numerosos trabajadores, objetivos luego desatendidos. Para los defensores del nuevo modelo, el sentido de la oportunidad, el profesionalismo, el compromiso con la calidad se contraponían al “populismo” de una etapa ignominiosa. Según el dueño de una bodega boutique,

“hasta mediados de los ’40 [...] la industria vitivinícola, junto con otras cosas, se degradaron. En términos de valores, en términos de meritocracia, en términos de consumo. Entonces, si el populismo pasa a ser una política social instaurada y el colectivismo empezó a ocupar grandes espacios, fue lógico que también los productos se masificaran y perdieran escala de calidad”.

Con particular virulencia en los discursos que acompañaron los inicios de la globalización del vino en los años noventa, esta contraposición entre una vitivinicultura de masas y otra de calidad no parecía ya, veinte años después, caracterizar acabadamente a las elites vitivinícolas mendocinas. Aunque estos tipos puros seguían sirviendo de polos de atracción y diferenciación, la tensión inicial parecía dejar lugar a un esquema de negocio que alternaba destinatarios y estrategias de venta según resultara más conveniente. Porque frente a la heterogeneidad y la opacidad de las elites vitivinícolas, un principio cimienta la integración y las jerarquías dentro de estos grupos: ni más ni menos que las reglas del mercado abierto.

Bibliografía

Azpiazu, Daniel y Eduardo, Basualdo (2003): “Estudios sectoriales. Componente: Industria vitivinícola”, Oficina de la CEPAL- ONU, 1.EG.33.6.

Barber, Bernard (1957): *Estratificación social*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Zygmunt (2005): *La globalización. Consecuencias humanas*. Buenos Aires: FCE.

Beltrán Villalba, Miguel (2003): “Accionistas y mángers profesionales: ¿sigue siendo capitalista el capitalismo?”, *Revista Española de Sociología*, 3: 7-26.

Bessière, Céline (2010) : *De génération en génération*. París : Raison d’Agir.

Bocco, Adriana et. al. (2007): “La trama vitivinícola en la provincia de Mendoza”, en Delfini, M. et. al. (comps.), *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina*, Buenos Aires: UNGS/Prometeo.

Boltanski, Luc (1973): “L’espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe”, *Revue de Sociologie française*, 14 (1): 3-26.

y Eve, Chiapello (1999): *Le nouvel esprit du capitalisme*, París : Gallimard.

Bourdieu, Pierre (1999): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.

Nuestro estudio da cuenta de cómo los valores proclamados por la americanización de la economía y la cultura avanzan sobre aquellos asociados al viejo mundo.

- Bragoni, Beatriz (1999): *Los hijos de la revolución. Familia, negocios y poder en Mendoza en el siglo XIX*, Buenos Aires: Taurus.
- Collado, Patricia (2006): “Desarrollo Vitivinícola en Mendoza – Argentina. Apuntes sobre su origen”, *Trabajo y Sociedad*, VII (8): 1-28.
- Cortese, Carmelo (1992): *El latifundio vitivinícola*, Mendoza: Primera fila.
- Desrosières, Alain (2008): *Gouverner par les nombres*, París : Presses de l’Ecole des Mines.
- Douglas, Mary (1999): *Comment pensent les institutions*, París : La Découverte.
- Erikson, Robert y John, Goldthorpe (1992): *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*, Oxford: Clarendon.
- Filgueira, Carlos (2001). “La actualidad de viejas temáticas: sobre los estudios de clase, estratificación y movilidad social en América Latina”, *CEPAL, LC/R*. 2034.
- Fligstein, Neil (1990): *The Transformation of corporate control*, Cambridge, MA-USA: Harvard University Press.
- Garcia-Papet, Marie-France (2009) : *Le marché de l’excellence*, París: Seuil.
- Germani, Gino (1987): *Estructura social de la Argentina*, Buenos Aires: Ediciones Solar.
- Giménez, Patricia *et al.* (2004): “Perfil y características de la estructura industrial actual de la provincia de Mendoza”, *Serie Estudios y perspectivas CEPAL*, 19.
- Gras, Carla y Valeria, Hernández (coord.) (2009): *La Argentina rural*, Buenos Aires: Biblos.
- IDR (Instituto de Desarrollo Rural) (2009): *Panorama vitivinícola*. Mendoza. www.idr.org.ar
- Klein, Emilio y Victor, Tokman (2000): “La estratificación social bajo tensión en la era de la globalización”, *Revista de la CEPAL*, nro. 72: 7-30.
- Lacoste, Pablo, 2003, *El vino del inmigrante*, Mendoza, Consejo empresario mendocino.
- Lamont, Michelle (1992): *Money, Morals, and Manners*, Chicago: University of Chicago Press.
- Lallement, Michel (1999): *Les gouvernances de l’emploi*, París: Desclées de Brouwer.
- Maclaine Pont, Polly y Hernán, Thomas (2009): “¿Cómo fue que el viñedo adquirió importancia?”, *Apuntes de investigación*, 15: 77-96.
- Mateu, Ana María (2007): “El modelo centenario de la vitivinicultura mendocina: Génesis, desarrollo y crisis (1870-1980), en Delfini, M. et al. (comps.), *op. cit.*
- Neiman, Guillermo y Mariela, Blanco (2006): “Estructura de la ocupación en establecimientos vitícolas de la provincia de Mendoza”, 7º Congreso Nacional de Estudios del Trabajo.
- Poblete, Lorena (2008) : “De la pauvreté stable à l’instabilité dans la pauvreté. Les travailleurs autonomes de la région vitivinicole de Mendoza (Argentine)”, *Etudes rurales*, 181: 61-73.
- Portes, Alejandro y Hoffman, Nelly (2003): “La estructura de clases en América Latina: composición y cambios durante la era neoliberal”, *Desarrollo Económico*, 43 (171): 355-387.
- Richard-Jorba, Rodolfo (2008): “Los empresarios y la construcción de la vitivinicultura capitalista en la provincia de Mendoza (Argentina), 1850-2006”, *Scripta Nova*. XII (271).
- Rofman, Alejandro, *et. al.* (2008): “Subordinación productiva en las economías regionales de la posconvertibilidad”, *Realidad Económica*, 240: 97-132.
- Rubbery, Jill *et al.* (2002): “Changing organizational forms and the employment relationship”, *Journal of Management Studies*, 39:5, July: 645-672.
- Schurman, Rachel (2001): “Uncertain gains: Labor in Chile’s new export sectors”, *Latin American Research Review* 36 (2): 3-29.
- Tilly, Charles (2002): *La desigualdad persistente*, Buenos Aires: Manantial.

Useem, Michael (1999): *Investor capitalism: how money managers are changing the face of corporate America*, New York: Basic Books.

Vapñarsky, César (1995): “Primacía y macrocefalia en la Argentina: la transformación del sistema de asentamiento humano desde 1950”, *Desarrollo Económico*, 35 (138): 227-254.

Zalio, Pierre Paul (2007) : “Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières”, *Sociétés contemporaines*, 4 (68): 23-81.