

Alcides Beretta Curi
(director)

Gonzalo Vicci Gianotti
(coordinador)

Carlos Altezor • María Teresa Hampe
Mara Moya • Pía Batista
Silvana Espiga • Sebastián Rivero
Andrea Bentancor • Juan Manuel Cerdá
Verónica de León • Estela de Frutos
Daniela Bouret Vespa • Amalia Lejavitzer
Verónica Sanz • Manuel Talamante

Historia de la viña y el vino de Uruguay

El viñedo y el vino,
una perspectiva desde
la imagen (1870-1930)

Tomo 4



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

bibliotecaplural

HISTORIA DE LA VIÑA
Y EL VINO DE URUGUAY

El viñedo y el vino,
una perspectiva desde la imagen
(1870-1930)

TOMO 4

Alcides Beretta Curi
(director)

Gonzalo Vicci Gianotti
(coordinador)

HISTORIA DE LA VIÑA Y EL VINO DE URUGUAY

El viñedo y el vino,
una perspectiva desde la imagen
(1870-1930)

TOMO 4

La publicación de este libro fue realizada con el apoyo de la Comisión Sectorial de Investigación Científica (csic) de la Universidad de la República.

Los libros publicados en la presente colección han sido evaluados por académicos de reconocida trayectoria en las temáticas respectivas.

La Subcomisión de Apoyo a Publicaciones de la csic, integrada por Luis Bértola, Magdalena Coll, Mónica Lladó, Alejandra López Gómez, Vania Markarián, Aníbal Parodi y Sergio Martínez ha sido la encargada de recomendar los evaluadores para la convocatoria 2019.

Imagen de la tapa:

Archivo de bodega Carrau

Bodegas cooperativas Varzi en Colón, 1926

Edición de imágenes: Sandra Marroig

© Alcides Beretta Curi, 2019

© Universidad de la República, 2022

Ediciones Universitarias,

Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR)

18 de Julio 1824 (Facultad de Derecho, subsuelo Eduardo Acevedo)

Montevideo, CP 11200, Uruguay

Tels.: (+598) 2408 5714 - (+598) 2408 2906

Correo electrónico: <ucur@udelar.edu.uy>

<<https://udelar.edu.uy/portal/institucional/comunicacion/ediciones-universitarias/>>

ISBN: 978-9974-0-1946-1

e-ISBN: 978-9974-0-1948-5

CONTENIDO

PRESENTACIÓN DE LA COLECCIÓN BIBLIOTECA PLURAL, <i>Rodrigo Arim</i>	9
PRÓLOGO, <i>Jean-Marie Aurand</i>	11
PREFACIO, <i>José María Lez Zecchi</i>	13
PRESENTACIÓN, <i>Alcides Beretta Curi</i>	15
EL VIÑEDO Y EL VINO UNA PERSPECTIVA DESDE LA IMAGEN	
INTRODUCCIÓN. PENSAR LAS IMÁGENES, <i>Gonzalo Vicci Gianotti</i>	21
CAPÍTULO I. LOS PAISAJES DE LA VITIVINICULTURA A TRAVÉS DE LA IMAGEN. UN ESTUDIO DE CASO PARA EL NOROESTE DEL DEPARTAMENTO DE MONTEVIDEO, 1870-1930, <i>Carlos Altezor, María Teresa Hampe y Mara Moya</i>	23
CAPÍTULO 2. GANAR A LA INFANCIA. LA LUCHA CONTRA EL ALCOHOLISMO DESDE LAS IMÁGENES <i>Pía Batista, Silvana Espiga y Sebastián Rivero</i>	51
CAPÍTULO 3. ESTABLECIMIENTO LA CRUZ. EL PROYECTO MODERNIZADOR DE LA ASOCIACIÓN RURAL DEL URUGUAY, <i>Andrea Bentancor, Juan Manuel Cerdá y Verónica de León</i>	71
CAPÍTULO 4. LOS TRAZOS DEL VINO. ETIQUETAS Y PUBLICIDAD (1870-1930) <i>Estela de Frutos y Alcides Beretta Curi</i>	93
CAPÍTULO 5. ARTE Y CULTURA GASTRONÓMICA. LA PROMOCIÓN DEL VINO EN LOS PROGRAMAS ARTÍSTICOS DEL TEATRO SOLÍS: 1870-1920 <i>Daniela Bouret Véspe y Gonzalo Vicci Gianotti</i>	115
CAPÍTULO 6. LA PRESENCIA DEL OLIVO EN LOS VIÑEDOS URUGUAYOS (1870-1930): MATERIALIDADES Y SIMBOLISMOS DE UNA DÍADA MEDITERRÁNEA* <i>Amalia Lejavitzer</i>	139

CAPÍTULO 7. A TRAVÉS DE LOS LENTES DEL ING. ENÓLOGO	
BRENNO BENEDETTI: DESDE EL MICROSCOPIO A LAS BARRICAS	
DE LA GRANJA PONS	
<i>Verónica Sanz</i>	I 57
Anexo.....	I 72
CAPÍTULO 8. LA VITIVINICULTURA URUGUAYA COMO ESCAPARATE	
DE LAS ÉLITES EN LAS EXPOSICIONES NACIONALES E INTERNACIONALES	
<i>Manuel Talamante</i>	I 77
SOBRE LOS AUTORES	I 95

Presentación de la Colección Biblioteca Plural

Vivimos en una sociedad atravesada por tensiones y conflictos, en un mundo que se encuentra en constante cambio. Pronunciadas desigualdades ponen en duda la noción de progreso, mientras la riqueza se concentra cada vez más en menos manos y la catástrofe climática se desenvuelve cada día frente a nuestros ojos. Pero también nuevas generaciones cuestionan las formas instituidas, se abren nuevos campos de conocimiento y la ciencia y la cultura se enfrentan a sus propios dilemas.

La pluralidad de abordajes, visiones y respuestas constituye una virtud para potenciar la creación y uso socialmente valioso del conocimiento. Es por ello que hace más de una década surge la colección Biblioteca Plural.

Año tras año investigadores e investigadoras de nuestra casa de estudios trabajan en cada área de conocimiento. Para hacerlo utilizan su creatividad, disciplina y capacidad de innovación, algunos de los elementos sustantivos para las transformaciones más profundas. La difusión de los resultados de esas actividades es también parte del mandato de una institución como la nuestra: democratizar el conocimiento.

Las universidades públicas latinoamericanas tenemos una gran responsabilidad en este sentido, en tanto de nuestras instituciones emana la mayor parte del conocimiento que se produce en la región. El caso de la Universidad de la República es emblemático: aquí se genera el ochenta por ciento de la producción nacional de conocimiento científico. Esta tarea, realizada con un profundo compromiso con la sociedad de la que se es parte, es uno de los valores fundamentales de la universidad latinoamericana.

Esta colección busca condensar el trabajo riguroso de nuestros investigadores e investigadoras. Un trabajo sostenido por el esfuerzo continuo de la sociedad uruguaya, enmarcado en las funciones que ella encarga a la Universidad de la República a través de su Ley Orgánica.

De eso se trata Biblioteca Plural: investigación de calidad, generada en la universidad pública, encomendada por la ciudadanía y puesta a su disposición.

Rodrigo Arim

Rector de la Universidad de la República

Prólogo

El desarrollo de la historia y otras disciplinas han convertido a la vid y el vino en objeto de estudios rigurosos desde el siglo XIX, enriqueciéndose durante la centuria pasada con nuevos aportes teóricos y metodológicos. Desde entonces, los países vitivinícolas europeos han generado una extensa bibliografía sobre el tema, profundizando en el tratamiento de problemas específicos y la presentación de nuevos y renovados escenarios para su estudio.

La historia en América del Sur es más reciente —en relación con los dos milenios que le precedieron en las culturas mediterráneas y de la Europa templada—. La historia universal de la vid y el vino, desde la óptica de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (oiv), requiere que los jóvenes países latinoamericanos investiguen y presenten estudios profundos de sus respectivas vitiviniculturas. Desde la década de los 90, esta tarea se está llevando a cabo en los países latinoamericanos, y varios de sus investigadores se nuclean en la Red de Estudios Vitivinícolas de la Región Austral (Argentina, Brasil, Chile, Uruguay y Perú).

Las investigaciones sobre el sector vitivinícola de Uruguay es la labor de un equipo multidisciplinario (historia, geografía, agronomía, enología, antropología, sociología, economía, arquitectura, arte, lingüística, arqueología y derecho). Los estudios multidisciplinarios e interdisciplinarios se presentan en el caso Uruguay como el enfoque más apropiado para abordar un tema tan rico, complejo y diverso como lo es la vitivinicultura.

Este libro es el resultado de catorce años de investigación dirigida por el doctor Alcides Beretta Curi y abarca el período 1870-1930, que se analiza en las siguientes áreas de investigación. La preocupación por la filoxera en los primeros viticultores de Uruguay, la presencia de la inmigración europea en la implantación y desarrollo del viñedo, la elaboración y perfil sensorial del primer Tannat del Uruguay, la arquitectura de las bodegas del siglo XIX, la imagen del vino, el empuje de los primeros empresarios, son algunos de los temas abordados en estos tres primeros tomos.

Esta historia permite conocer la tradición de la vitivinicultura de Uruguay, un pequeño y activo país vitivinícola miembro de la oiv que incluye cerca de cincuenta Estados miembros, participando así en las actividades de las Naciones Unidas del vino.

La oiv se define en su acuerdo fundamental del 3 de abril de 2001 como un organismo intergubernamental de carácter científico y técnico, con una competencia reconocida en el campo de la viña, el vino, las bebidas a base de vino, las uvas de mesa, las uvas pasas y otros productos derivados de la vid.

Dentro del campo de sus competencias, los objetivos de la oiv son los siguientes: a) indicar a sus miembros las medidas que permitan tener en cuenta

las preocupaciones de los productores, consumidores y demás actores del sector vitivinícola; b) asistir a las otras organizaciones internacionales intergubernamentales y no gubernamentales, en particular a las que tienen actividades normativas; c) contribuir a la armonización internacional de las prácticas y normas existentes y, cuando sea necesario, a la elaboración de nuevas normas internacionales a fin de mejorar las condiciones de elaboración y comercialización de los productos vitivinícolas, tomando en cuenta los intereses de los consumidores.

Dentro de sus numerosas atribuciones la oiv debe contribuir al conocimiento o al reconocimiento del patrimonio vitivinícola mundial y de los elementos históricos, culturales, humanos, sociales y medioambientales vinculados.

A esta misión correspondía perfectamente el proyecto de investigaciones que ha permitido realizar esta obra muy importante para descubrir y conocer las raíces de un viñedo y de un país donde el vino hace parte de la cultura y de la historia social.

Es mi placer compartir con los lectores estos elementos del patrimonio vitivinícola de Uruguay que forman parte del patrimonio mundial de la vitivinicultura.

Jean-Marie Aurand
Exdirector General de la Organización
Internacional de la Viña y el Vino

Prefacio

La vitivinicultura uruguaya en el contexto regional y sus raíces atlántico-mediterráneas (1870-2000) es un estudio que publica la Universidad de la República (Udelar), donde se recopila la investigación que desde el 2000 al presente ha realizado un reconocido equipo multidisciplinario.

El proyecto que da lugar a esta publicación se desarrolla bajo la dirección del doctor Alcides Beretta Curi y está radicado en el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos «Profesora Lucía Sala» (CEIL) de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FHCE). El equipo multidisciplinario está integrado por prestigiosos profesionales con formación en Historia, Sociología, Economía, Arquitectura, Agronomía, Enología, Legislación, Arte, Lingüística, Arqueología, entre las principales, aunque no únicamente.

Solamente con esta mirada especializada y polifacética se logra presentar este compendio que se destaca por su apropiado enfoque para abordar un tema tan rico, complejo y diverso como lo es la vitivinicultura.

El resultado es un libro en tres primeros tomos, en los cuales se presenta a nuestra vitivinicultura —sabia y comprometida desde los comienzos— de puño y letra de estos quince rigurosos investigadores formados en distintas disciplinas. Pero, ellos no escriben aisladamente, el compendio muestra la armonía que caracteriza a los grandes vinos. En estos años, se han reunido en cinco congresos internacionales, realizados todos en Uruguay. Sin lugar a dudas, fueron válidos foros de discusión académica que lograron reunir a los investigadores con viticultores y bodegueros uruguayos sucesivamente en Montevideo (2000), Colonia (2003), Montevideo (2005), Montevideo (2007 y 2008), Salto (Espacio Tannat exbodega Harriague, 2014).

Este libro y las investigaciones sobre el sector vitivinícola uruguayo (1870-2000) que le dan origen, constituyen una fuente irrefutable para entender a fondo la viticultura de hoy y una herramienta imprescindible para proyectar con acierto el futuro, cuyas estrategias sectoriales son misión específica del Instituto Nacional de Vitivinicultura (Inavi).

Sobre todas las cosas, esta lectura permite reconocer la labor esmerada de nuestros antecesores y proyectarla en los logros actuales.

No cabe duda de que lo que se concreta hoy, tuvo cimientos antaño. Se comprueba con una lectura atenta. Cuando este contenido llega a tomar cuerpo en nosotros, emociona advertir que mucho de lo que hacemos actualmente ya había sido ensayado, propuesto o ejecutado a la luz del conocimiento, circunstancias y necesidades de la época que transcurría.

Es realmente reflexivo y emocionante la lectura de los comienzos, la inmigración europea en la construcción del viñedo uruguayo, el saber hacer de los agricultores y primeros bodegueros, la innovación como método de trabajo. Los

procesos asociativos en el nacimiento del sector vitivinícola uruguayo. Los primeros vinos uruguayos y su imagen, casi como se le concibe hoy. Las bodegas y su equipamiento. La temprana legislación sobre el vino en Uruguay. La creación de un paisaje y arquitectura propios, en las bodegas del Uruguay a fines del siglo XIX hasta la mirada actual sobre sus características patrimoniales.

El Inavi y la FHCE de la Udelar han firmado un convenio —el 28 de mayo de 2014—, basado en que: 1) el Inavi es el organismo rector de la vitivinicultura nacional y que por las atribuciones que le otorga la Ley 18.462, del 8 de enero de 2009, es la institución que tiene por cometido la promoción y difusión del conocimiento del vino y su cultura; 2) que desde 1997, inició un relacionamiento académico informal entre ambas instituciones en la labor y gestión cumplidas por la ingeniera agrónoma Estela de Frutos (Inavi) y el doctor Alcides Beretta Curi (CEIL-FHCE); 3) que desde 2001, ambas partes han convocado, organizado y realizado los cinco eventos internacionales ya mencionados.

Por la firma del referido, ambas instituciones acuerdan específicamente —además de continuar las investigaciones— diseñar, coordinar y sostener un diploma de carácter interdisciplinar sobre «Historia, Tradiciones y Cultura del Vino», destinado a profesionales universitarios y enólogos.

Pocos días después de la firma de este convenio, el 4 de junio de 2014, el presidente de la República José Mujica, firma el decreto que declara al vino uruguayo «bebida nacional» concretando un largo anhelo de Inavi y del sector. Consumido con moderación, el vino es un alimento que puede ser incluido como parte de una dieta saludable. Inavi suscribe compartiendo dicha posición con la Organización la Vid el orv, que reconoce al vino uruguayo como parte de la cultura, el patrimonio y la identidad de los uruguayos. Principios que el libro que tenemos entre manos sustenta con rigor académico como corolario de trabajos científicos universitarios de aplicación práctica en el sector productivo y empresarial.

Finalizando, expreso en nombre de la institución que presido, de su directorio y del mío un reconocimiento a la labor profesional y constante de quienes han sido raíz y tronco de este proyecto: Estela de Frutos y Alcides Beretta Curi, por una parte. Por otra parte, extendemos un agradecimiento profundo a los directores generales de orv, Federico Castellucci (hasta 2013) y actualmente Jean-Marie Aurand, quienes dando el aval de la orv permiten que este proyecto se jerarquice como un gran vino de guarda.

A disfrutar de la lectura de este buen libro, como lo hacemos de un buen vino.

Enólogo *José María Lez Zecchi*
Expresidente del Instituto Nacional de Vitivinicultura

Presentación

La vitivinicultura uruguaya es una de las actividades productivas en la que Uruguay ha conquistado un lugar destacado en mercados altamente exigentes y su «estrella» —el vino uruguayo— ha merecido numerosas premiaciones en los certámenes internacionales más importantes. Esta constatación interpela el perfil de su empresariado, tanto en su recorrido histórico como en sus desempeños actuales, sus capacidades para innovar y su voluntad de liderazgo. No deja de llamar la atención que el sector vitivinícola figure en los dos fines de siglo (xix y xx) como una de las banderas de las «modernizaciones» que sus elites dirigentes se propusieron para el país.

Por una parte, el desarrollo de la vitivinicultura se asocia con la diversificación productiva en el agro, la constitución de una fracción de agricultores con cierta capacidad de acumulación, la expansión del mercado interno y el Estado de bienestar. Por otra parte, el viñedo y el vino han incidido en modificar el paisaje ganadero, han propiciado instancias de innovación, y un cierto nivel de cualificación de sus trabajadores. Más recientemente, se ha reparado en su capacidad para acrecer los valores de «patrimonio», conformar espacios productivo-cultural-paisajísticos (terroir) y fomentar el turismo (enoturismo). No puede ignorarse su proyección sobre el diseño y la publicidad, así como en la generación de una cultura un tanto sofisticada que asocia el placer de los sentidos con el conocimiento y el consumo de vinos finos. A su vez, sustenta una red especializada de servicios (revistas para consumidores, catas, asociaciones de enófilos, cursos de degustación), proyectándose con fuerza sobre la gastronomía. Consiguientemente, el tema es relevante socialmente, a nivel de la producción, el intercambio y la cultura.

Detrás de estos temas que ocupan los primeros planos, otros igualmente importantes son invisibilizados o despiertan menor interés: el espacio de trabajo —en la viña y la bodega—, el de los hombres y mujeres involucrados en las tareas de cada día que plasman en el vino presente en nuestras mesas, en celebraciones familiares y sociales. Del mismo modo, el rol de los técnicos —agrónomos y enólogos, principalmente—, las asociaciones de viticultores y de bodegueros. Más próximas y reconocibles, las imágenes de la inmigración europea inseparables de la viña y el vino de Uruguay. No se agota aquí una diversidad de temas, que iremos abordando a lo largo de los ocho tomos que conformarán esta historia de la viña y el vino de Uruguay.

Desde el último cuarto del xix hasta las primeras décadas del xx, la vitivinicultura generó diversas publicaciones en nuestro país (artículos, folletos, revistas y libros). Desde entonces, perdió «espacio» hasta casi desaparecer. Esa producción procedía, casi exclusivamente, de las disciplinas agronómica y enológica. La historia social y económica reparó en el tema tardíamente y, cuando lo hizo,

lo abordó como un aspecto de la producción agraria e industrial del país. Por lo tanto, se trata de un tema que no ha sido objeto de atención por la academia en una perspectiva diversa y de larga duración. Además de otras razones, fueron el propio proceso de reconversión que protagonizó el sector a fines del siglo xx y el éxito de los vinos uruguayos en los certámenes internacionales —logrando la apertura de mercados altamente exigentes— los que despertaron el interés académico en las dos últimas décadas.

Diversas disciplinas, fundamentalmente la historia y la geografía, han realizado un largo recorrido sobre este tema, particularmente desde la década de los 70. Se ha generado, desde entonces, una extensa bibliografía, con la que este proyecto ha tomado contacto. Los estudios europeos tienen un particular valor por dos razones principales. En primer lugar, esos países expulsaron a muchos de sus productores vitícolas luego de la crisis de la filoxera y la reconversión del viñedo europeo, entre el último cuarto del xix y comienzos del xx. Esos emigrantes, instalados en «tierras nuevas» —entre ellas, el Uruguay—, fueron los creadores del sector en los países de radicación. Por lo tanto, el conocimiento de las realidades de origen, la identificación del paquete de conocimientos técnicos y prácticas originarias aplicados al viñedo y la elaboración de vinos, entre otros, concurren poderosamente a comprender el proceso que estudiamos en Uruguay y la región. En segundo lugar, el prolongado desarrollo de los estudios vitivinícolas en el viejo continente aporta la experiencia de una reconocida y consolidada tradición, motivan creativamente nuestros abordajes, comparten interrogantes, contrastan con nuestros resultados e invitan a un ejercicio comparativo. Del mismo modo, la producción académica regional ha constituido un importante aporte a este estudio, sentándose las bases para un estudio sistemático de la vitivinicultura en el cono sur y Brasil.

El proyecto *La vitivinicultura uruguaya en el contexto regional y sus raíces atlántico-mediterráneas (1870-2000)* —origen de los libros de esta colección—, tiene carácter multidisciplinar (Historia, Economía, Antropología, Agronomía, Enología, Ciencias de la Educación, Lingüística, Arqueología, Arquitectura, Cultura Visual, entre otras disciplinas). La investigación es desarrollada por el Grupo de Investigación Multidisciplinar sobre Vitivinicultura Uruguay en la Región Austral (Grimvits). El proyecto está radicado en el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos (CEIL) de la FHCE de la Udelar.

El grupo inició en 1998, en una actividad concertada entre Estela de Frutos Cid (Facultad Agronomía [Fagro], Udelar-Inavi) y Alcides Beretta Curi (FHCE, Udelar) y del que resultó en 1999 la publicación de *Un siglo de tradición. Primera historia de uvas y vinos del Uruguay*. En 2000, iniciaron sucesivos proyectos hasta el presente, con apoyo de la Comisión Sectorial de Investigación Científica (csic) de la Udelar. El objetivo de este proyecto fue realizar un profundo y completo estudio sobre la vitivinicultura uruguaya, objetivo que requirió una alta dedicación en horas de trabajo en varios e importantes archivos institucionales, de empresas y familiares, entre los principales.

El proyecto *La vitivinicultura uruguaya en el contexto regional y sus raíces atlántico-mediterráneas (1870-2000)* ha implicado para el Grimvits un trabajo meticuloso, paciente y ordenado durante más de una década, del que han resultado el fortalecimiento de las líneas de trabajo implementadas desde el inicio del proyecto, y más recientemente —al incorporarse investigadores con otras formaciones disciplinares— iniciaron otras cuya ausencia era impostergable. El grupo de investigación ha generado una importante obra publicada (libros, capítulos de libros, artículos en revistas académicas), ponencias en congresos, pero también colaboraciones en revistas especializadas dirigidas a los amantes del vino, y que se registra en la bibliografía final.

El diálogo multidisciplinar se ha visto enriquecido en la confrontación con los procesos de otros países productores con vieja historia y tradición: los países de la región y las experiencias de la Europa mediterránea y atlántica. El Grimvits ha conocido el beneficio de una red informal internacional especializada en el tema (la Asociación Internacional de Historia y Cultura de la Vid y el Vino, y la red de la Chair Unesco Culture et Traditions du Vin). A su vez, desde este proyecto se promovió la constitución de la Red de Estudios Vitivinícolas de la Región Austral, actualmente reestructurada como una trama internacional, la Red Interdisciplinaria de Estudios de la Vid y el Vino (RIEVV), que vincula a los investigadores de este proyecto con colegas de universidades europeas, americanas y latinoamericanas.

La publicación de esta obra se realiza con el apoyo del Programa Publicaciones de la CSIC de la Udelar que permitirá, en los próximos tres años, completar los ocho tomos de la serie.

Finalmente, agradecer a las licenciadas Josefina Repetto y Analaura Collazo por la asistencia entusiasta y sostenida desde la biblioteca de la FHCE, a licenciada Isabel Triay desde la biblioteca de la ARU. En el Inavi a su presidente, enólogo José Lez y a la ingeniera agrónoma Estela de Frutos, a los ingenieros agrónomos Ricardo Varela (Viña Varela Zarranz) y Alberto Fossati (Fundación Jacksonville) por acompañar con sostenido apoyo distintas instancias de esta investigación.

Alcides Beretta Curi

El viñedo y el vino,
una perspectiva desde la imagen

Introducción

Pensar las imágenes

La posibilidad de abordar los estudios sobre la historia de la vitivinicultura desde las imágenes implica asumir algunos desafíos. En primer lugar, el de plantearse como objetivo trabajar de manera multidisciplinaria, intentando un acercamiento desde diversas miradas, diferentes enfoques disciplinarios y perspectivas a las imágenes.

Esta es la perspectiva que desde hace varios años se desarrolla desde el Grupo de Investigación Multidisciplinar sobre Vitivinicultura Uruguaya en la Región Austral (Grimvitis) radicado en el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos (CEIL) de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República, desde donde se ha impulsado y alentado este tipo de planteos que trascienden los abordajes específicos para aproximarse a un objeto de estudio complejo.

Así fue que nos integramos a esta investigación desde el Núcleo de Cultura Visual de la Facultad de Artes, intentando aportar desde al campo de las artes visuales algunas posibilidades de trabajo con las imágenes. Para esto, era necesario un ejercicio que permitiera incluir otras herramientas de análisis de los procesos históricos, incorporando a las imágenes como fuentes primarias de conocimiento. En este sentido, era importante intentar poner la atención en fotografías, carteles publicitarios, etiquetas, programas de mano, dibujos y otras imágenes que circulan junto a otros documentos escritos, como forma de construir otros relatos, confluyentes y complementarios. Los estudios visuales como marco general y la cultura visual como perspectiva teórica específica aportan herramientas en esta línea, en tanto permiten volver a las imágenes para revisarlas y volver a mirarlas desde otra lógica de aproximación; identificar qué nos dicen esas imágenes acerca de los procesos de producción, de circulación y de consumo del vino, en épocas específicas con realidades diversas, pero con procesos imbricados e interdependientes.

Nuestra cotidianidad está impregnada de imágenes en sus más diversos formatos, que circulan a través de variados soportes, creando realidades explícitas e implícitas, construyendo discursos acerca de nuestras identidades y entornos inmediatos. Ninguna está exenta de intencionalidad. Todas ellas tienen detrás una idea, un discurso, que nos dice algo acerca de nosotros y que intenta incidir en nuestras decisiones, en nuestras opciones, en nuestras formas de constituirnos como individuos.

Estas imágenes pueden ser sometidas a análisis estéticos, formales, históricos —o a todos ellos—, pero solo las preguntas que el investigador se formule van a lograr conseguir las claves de interpretación buscadas. Datos no revelados o mencionados por el lenguaje escrito a través de la historias toman cuerpo en las

imágenes, incluso sus omisiones o afirmaciones intencionales así como sus construcciones y discursos en torno a los enfoques de una época determinada.

El desafío, entonces, era trabajar esta perspectiva desde varias disciplinas, proponiendo nuevas miradas en relación con las imágenes que siempre habían estado presentes en las investigaciones, pero ahora, como eje de la reflexión. Al mismo tiempo, trascender la dificultad de la falta de información específica acerca de las imágenes, e intentar aproximarnos a ellas con una metodología de trabajo que tuviera como punto de partida esa dificultad metodológica.

La confianza del equipo de investigación, la disposición a repensar las propias prácticas y a asumir el riesgo de aproximarse desde esta perspectiva fue la base fundamental para concretar este trabajo.

Seguramente, el resultado de este proceso de investigación es imperfecto, incompleto, mejorable. Sería razonable pensar que faltan otras aproximaciones y que se requiere profundizar en aspectos disciplinarios específicos, incluso volver a mirar otros documentos para identificar y completar otras miradas; ir al encuentro de nuevas imágenes, visitar las fuentes ya relevadas para intentar encontrarlas.

Pero, al mismo tiempo, este trabajo articulado constituye una aproximación a los estudios sobre vitivinicultura que amplía las posibilidades de investigación, con otros formatos, con otras miradas que complementan y dialogan los abordajes historiográficos sobre el tema.

Gonzalo Vicci Gianotti
Coordinador

Los paisajes de la vitivinicultura a través de la imagen. Un estudio de caso para el noroeste del departamento de Montevideo, 1870-1930

CARLOS ALTEZOR, MARÍA TERESA HAMPE Y MARA MOYA

El paisaje es una construcción subjetiva de una realidad percibida. La sociedad, mediante la transformación del territorio, lo adecua a sus necesidades tanto físicas como emocionales. La Convención Europea del Paisaje define al paisaje como cualquier parte del territorio, tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción e interacción de factores naturales o humanos. Los paisajes culturales son bienes culturales y se definen en 1992 en el artículo 1 de la Convención del Patrimonio Mundial como «obras conjuntas del hombre y la naturaleza». Ilustran la evolución de la sociedad humana y sus asentamientos a lo largo del tiempo, condicionados por las limitaciones u oportunidades físicas que presenta su entorno natural y por las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales tanto externas como internas y abarcan una diversidad de manifestaciones (Unesco, 2005). El carácter histórico del paisaje está dado por su condición de portador de rasgos superpuestos y marcas de distintos tiempos. En cada período temporal la sociedad deja su impronta particular, sin que las huellas de un tiempo anterior sean completamente borradas o modificadas, lo que le otorga el carácter de palimpsesto.

En el paisaje es posible identificar dos componentes indisolublemente ligados entre sí: la base material territorial —con distintos grados de transformación y antropización— y los aspectos simbólicos, aquellos que le dan sentido y son comprendidos de forma diferente para cada entorno sociocultural. Develar el paisaje para un momento de la historia supone identificar sus elementos constitutivos, tanto aquellos que conforman la superestructura —cuyo alcance, impacto y permanencia son mayores— como los que lo caracterizan y dotan de cualidades únicas para cada unidad y tiempo establecido. Estos últimos son los portadores del sentido que individuos y sociedades les otorgan, de modo que representarán aspectos identificados con los colectivos que viven ese paisaje, en tiempo presente.

Los viñedos y los establecimientos se constituyen en el interregno entre el paisaje natural originario y el paisaje antropizado, habitado. La vid representa la expresión mínima de estos paisajes, como lo expresa Jean Nogué (2008):

...plantas símbolo del genio que revela la cultura y el consecuente encanto de un paisaje. He ahí la metáfora del arte, la imagen de una relación que el individuo moderno ha perdido, el umbral entre la naturaleza y la acción humana. La viña, incluso cuando es don de los dioses, en particular del dios de la técnica abstracta de la música, Dionisos, es signo del trabajo, nobleza de lo cultivado. El cultivo de la tierra es un culto y la vid representa el límite entre la naturaleza y el paisaje, el paso de una realidad a otra, estética y favorita de una actividad cuya finalidad principal es procurar los bienes necesarios para la vida (p. 130-131).

Debe subrayarse, entonces, su carácter social y simbólico en el paisaje, que como producto cultural, aporta al conocimiento de los valores y creencias de una sociedad en un tiempo y espacio.

Dado el alto porcentaje de población inmigrante existente en el país en el período en estudio, los componentes simbólicos del paisaje estarán teñidos con los valores y la cultura provenientes de la tierra de origen tanto como por los de la cultura local criolla. Concordando con lo expresado por Carmen Pena (2009), estaríamos ante la presencia de paisajes del recuerdo y del olvido. Por otro lado, en un contexto de gran dinamismo de la sociedad y desarrollo local, con la influencia de una cultura europea occidental —en particular francesa— este paisaje es también el reflejo de una realidad deseada. La cultura local se construye con las miras puestas en Europa, especialmente en Francia, como modelos de sociedad civilizada. Los imaginarios están influidos por los paisajes conocidos —tanto en forma directa como a través de publicaciones provenientes de la capital francesa— y se expresan en el acondicionamiento del entorno habitado y en imágenes difundidas por los diferentes medios de comunicación y publicadas o transcritas en mapas, postales y otros medios.

En el proceso de caracterización del paisaje, se recurre a las imágenes consideradas en su acepción polisémica en ejemplos de imagen fotográfica, registro territorial, arte y arquitectura, que a su vez contribuyen a definir el marco histórico-cultural en estudio. Las imágenes fotográficas conllevan una forma de registro que alude a pautas comunicacionales de la época.

El trabajo aborda la lectura y la comprensión de los subtextos detrás de las imágenes, como forma de discernir el mensaje que conllevan. En el proceso de análisis de las imágenes se elaboran algunas hipótesis referidas a los vínculos de los actores sociales con su entorno y a los mensajes explícitos e implícitos presentes en los documentos analizados.

Fuentes como fotografías y demás imágenes posibilitan la comprensión de la percepción del paisaje a escala humana y del impacto sensorial derivado de los vínculos entre las actividades y las acciones de transformación del territorio y este mismo. Su análisis puede proveer de algunas claves para comprender aspectos de especial valoración para la sociedad de la época, en tanto elección para su registro, priorización en el encuadre e intencionalidad supuesta, entre otros.

Fuente fundamental de información para la escala, que comprende la totalidad del área analizada, es provista por las cartas topográficas del Servicio Militar del Ejército (hoy Instituto Geográfico Militar). La cartografía constituye una representación del territorio producto de la información brindada por las fotografías aéreas que las anteceden y luego validada y complementada con trabajo de campo. El registro de los nombres de las personas que llevaron adelante esta tarea de campo daría cuenta del valor otorgado al trabajo, laborioso sin duda, de recorrer el país palmo a palmo, en pos de la calidad de la información. La cantidad de información de la carta responde a su destino multifinalitario, dado que el ejército ha sido, históricamente, el mayor proveedor de información territorial del Estado uruguayo. La zona motivo del estudio está comprendida en las cartas topográficas en escalas 1:20.000 a 1:10.000, correspondientes a *Colón* de 1918 y 1920. La cantidad y calidad de la información contenida en ellas permiten tanto la decodificación del macropaisaje como la identificación de elementos para su caracterización.

A través del conjunto de estas imágenes, fotografías, postales y cartas topográficas se indaga y se elaboran supuestos en torno a aspectos relativos tanto a los productores como a los posibles destinatarios de la comunicación, sus mensajes implícitos y su intencionalidad, como parte de la construcción de las nociones de paisaje.

El área y su contexto sociocultural

Esta investigación se centra en el departamento de Montevideo, al noroeste y en las inmediaciones del límite con el departamento de Canelones, en las cuencas de los arroyos Miguelete y Pantanoso. Allí se establecen, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, numerosos emprendimientos productivos, entre ellos, las propiedades de Vidiella, Passadore, Alegresa y Moizo. Esta área, donde también se asientan a partir de 1872 los amanzanamientos primitivos de Villa Colón y Pueblo Ferrocarril, fue parte del territorio colonial conocido como las *chacras del Miguelete*, resultado del reparto de tierras de la corona española, ejecutado por Pedro Millán en 1730. En este reparto, a cada uno de los primitivos pobladores de Montevideo se le asigna un lote en la ciudad, una suerte de estancia y una suerte de chacra. Las chacras se ubican en las zonas hoy conocidas como Colón y Melilla.

En los años posteriores al final de la Guerra Grande (1839-1851) Montevideo inicia un largo proceso de extensión territorial y demográfica. A partir de la segunda mitad del siglo XIX la ciudad capital se extiende hacia el sureste del arroyo Miguelete, actual zona del Prado. Las antiguas chacras del Miguelete, ubicadas entre dicho arroyo y el arroyo Pantanoso, transcurren una etapa floreciente gracias al afincamiento de población permanente, y el área de producción crece teniendo a su inmediato alcance un seguro mercado consumidor, la población montevidéana. El negocio de la granja se ha extendido al oeste del Pantanoso, particularmente en la zona conocida como Melilla, que lleva el nombre del primitivo poseedor de una suerte de chacra en la época colonial.

Aquí se desarrolla la tipología arquitectónica conocida como *casaquinta*, originalmente vivienda de veraneo para familias de las clases privilegiadas, de carácter suntuario. Estas viviendas serán utilizadas poco a poco para afincamiento permanente, sin dejar de lado el uso de áreas para la producción. La introducción de especies arbóreas y arbustivas que se aclimatan facilita la tarea de acondicionamiento del espacio privado y también del arbolado de alineación en las calles de las zonas urbanizadas.

La existencia de estas propiedades, insertas originariamente en el medio rural y en la periferia de la ciudad de Montevideo, supone una importante transformación del paisaje, lo que constituirá una parte sustantiva de la impronta particular del área en estudio.

Cuando en 1860 Perfecto Giot inicia la adquisición de solares para conformar una mayor área de su propiedad y comienza la tarea de forestación, tiene como objetivo principal la creación de una población de recreo, siguiendo las tendencias europeas, en el marco de un emprendimiento inmobiliario con capitales privados. Este será el inicio de un proceso urbano y territorial que tendrá como uno de sus puntos centrales la creación y el desarrollo de Villa Colón y zonas aledañas.

En el momento histórico particular en el que se enfoca esta investigación, la población es de origen diverso. Al promediar el siglo XIX, casi la mitad de la población de Montevideo está integrada por extranjeros y aún en 1908 estos constituyen el 30% de la población de la ciudad (Rodríguez Villamil y Sapriza, 1982). En particular en las últimas décadas del siglo XIX, los italianos representan hasta el 70% de la población inmigrante, compuesta muchas veces por integrantes de distintas generaciones de una misma familia (Zannier, 1994). Estos inmigrantes conformarán mayoritariamente la población de trabajadores agropecuarios, tanto en carácter de asalariados como de propietarios medianos de los terrenos próximos a la urbanización Villa Colón.

A fines del siglo XIX el acervo poblacional de la zona se complementa con los montevidéanos que, al igual que en la zona del Prado, privilegian esta área rural para la estadía, el esparcimiento y también la inversión productiva.

Al respecto, los salesianos desempeñan un rol preponderante, en particular a través de las actuaciones del padre Luis Lasagna, quien interviene directamente en la concreción del afincamiento productivo de las familias inmigrantes, al mediar entre estas y los propietarios de tierras para su contratación y respaldarlas con su persona y probidad. En una carta dirigida a su superior en Turín, padre Miguel Rua, manifiesta en 1895 desde Villa Colón,

...pero lo que yo tomaba más a pecho era el dar trabajo y honrosa ganancia a nuestros coterráneos emigrados. A los que ya poseían un trozo de tierra, yo mismo di gratuitamente vides, instrucciones y aliento y así vi surgir en torno nuestro los hermosos viñedos de Saettone, Rocca y Pastorino... (Vener y Martínez, 1998).

En los primeros decenios del siglo xx, Villa Colón —pensada por sus fundadores como pueblo de recreo y subsidiariamente como asiento de un privilegiado servicio educacional— adquiere, en el proceso de su crecimiento, una gran importancia desde el punto de vista cultural. Su área de influencia constituye un singular polo productivo, al transformarse en un progresista y reconocido centro productor vitivinícola a la par de la existencia de una riquísima actividad granjera que surtirá al mercado montevideano. En ese proceso de crecimiento han tenido que ver una serie de factores que hacen a la modernización de la villa y sus alrededores. Modernización de los transportes, particularmente en lo que tiene que ver con el ferrocarril que une la ciudad capital con el resto del territorio, con la consolidación de una estación y el desarrollo del llamado Pueblo Ferrocarril desde 1872, el mejoramiento del Camino Nacional que comunica con el norte del país en 1896, el establecimiento de una línea tranviaria y la instalación de la electricidad para la zona en 1912, el paulatino crecimiento del transporte automotor, el desarrollo de la actividad educacional teniendo como centro de prestigio el Colegio Pío, la creación del Hospital de Convalecientes en 1917 y la instalación del aeródromo de Villa Colón —luego Melilla— en 1915. Notoriamente, la proximidad de La Tablada, núcleo de comercialización de la producción pecuaria, alienta la actividad comercial y productiva de la zona. Época de industrialización y de modernización en el seno de una concepción liberal de la economía que propicia la inversión privada y las iniciativas individuales. La falta de planificación, así como los débiles controles por parte de un Estado ausente, facilitan la especulación y la aparición de emprendimientos que generan ciudad y brindan servicios, mediando el lucro privado.

El Colegio Pío es de importancia sustantiva en el desarrollo de la zona, al desplegar una variedad de actividades y servicios vinculados a la educación, la religión, el trabajo y la investigación científica. En lo que refiere a la educación, la institución dedicará sus esfuerzos a los niños y jóvenes de familias influyentes, que pueden pagar por los servicios de una educación de calidad, a la vez que orienta a hijos de inmigrantes y población desfavorecida, a la que alienta a la superación mediante una educación para el trabajo.

En materia cultural, Villa Colón será centro de una intensa actividad de creación e intercambio literario y musical, manifiesto por la presencia de destacadas figuras como André Giot, Líber Falco, Delmira Agustini y Juan Carlos Onetti, entre otros. La influencia de la cultura francesa, con París como «la capital del mundo civilizado» (Romero y Romero, citado por Bergman, 1998, p. 25) se refleja en la sensibilidad y en los gustos, en el habla y en los modales, en la vestimenta y en los modelos urbanos y arquitectónicos.

En cuestiones urbanísticas, la influencia francesa incluye el movimiento a favor de los parques públicos y el parque El Prado es el primero en ponerse a disposición del público montevideano, en 1882. El valor otorgado a los bosques y los aires puros es resultado en Europa de la Revolución Industrial y las subsecuentes concepciones higienistas y moralistas, trasladadas con posterioridad a la realidad de las urbanizaciones americanas.

Figura 1. Sector de la carta topogràfica «Colón», 1920



Fuente: Instituto Geográfico Militar (IGM)

La urdimbre del macropaisaje está conformada por los principales elementos que caracterizan a la zona, tanto naturales como antrópicos, que conforman la estructura territorial y que presentan cualidades de permanencia e inalterabilidad en largos períodos de tiempo. Las imágenes provenientes de las fotografías aéreas y expresadas en las cartas topográficas permiten reconocer la topografía del lugar y, asociados a ella, los caminos principales. El tamaño real de la carta impide su reproducción total en esta publicación; a modo representativo, la figura 1 muestra un sector del área. Están presentes los registros de elementos naturales como elevaciones singulares o cauces de ríos y arroyos, la expresión de elementos construidos como vías de circulación, obras públicas e infraestructura para servicios que transforman de forma más o menos permanente el paisaje natural original. Cabe resaltar que hasta hoy día los caminos estructuradores del territorio uruguayo son herencia de los caminos de abrevadero coloniales, sendas de acceso a los ríos y arroyos para beneficio del ganado. Constituyen, además, límites de las asignaciones de tierra de labor, quintas y chacras para los habitantes del Montevideo colonial.

Como estructuras territoriales del área se destacan los caminos conectores que transitan por los puntos altos de las estribaciones de la Cuchilla Pereyra y la Cuchilla Grande, en sentido aproximado norte-sur: carretera de Melilla, Camino Nacional (hoy avenida Garzón y su continuación avenida César Mayo Gutiérrez) y Camino de Mendoza. Se expresa asimismo la línea principal del ferrocarril central, paralela y cercana al Camino Nacional, con dos bifurcaciones en sentido este-oeste. La primera comunica a la zona de La Tablada, punto de concentración de tropas de ganado vacuno desde el interior del país, e instalación de los primeros saladeros y luego frigoríficos. La segunda va hacia el este, con destino a Toledo. Los puntos altos de la zona surgen de la lectura de las curvas de nivel presentes en la carta de 1920 y son útiles para definir las cuencas visuales y el horizonte visible para cada una, límites en la percepción del paisaje. Los cursos de agua presentes constituyen también elementos definitorios de los límites físicos: entre el Camino Nacional y el de Mendoza, el arroyo Miguelete. Al sur, el arroyo Pantanoso; hacia el oeste, los contribuyentes al Santa Lucía y zona de humedales; al norte, el arroyo Las Piedras, que limita el área en el borde urbano de la ciudad de La Paz y es límite departamental entre Montevideo y Canelones.

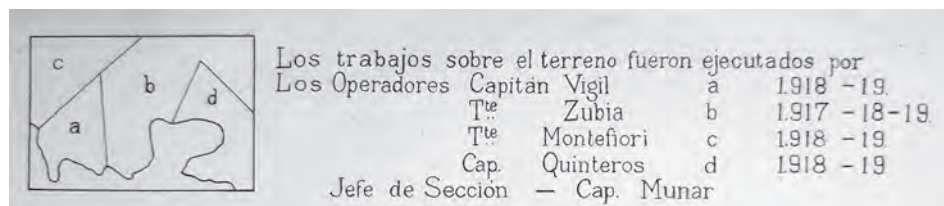
En esta área que se extiende de sur a norte desde el cruce de vías, a la altura de Pueblo Conciliación y Pueblo Ferrocarril y hasta La Paz, se seleccionaron para su registro en la carta algunos establecimientos de alcance departamental y nacional: el Colegio Pío y su observatorio meteorológico, el aeródromo de Melilla y la Escuela Militar de Aeronáutica, el establecimiento La Tablada, la fábrica y la chimenea de Méndez y los talleres de Peñarol. Ello es muestra de la importancia del área en el concierto metropolitano, con servicios únicos en sus prestaciones y calidad reconocida, y también de su atractivo para el afincamiento de población.

Los elementos que conforman la trama son los usos del suelo y su impronta en el territorio. En la carta topográfica a escala 1:10.000 es posible identificar el

sistema de parcelas urbanas de aproximadamente una hectárea. Y rurales, de dimensiones mayores. Se detecta la presencia de áreas forestadas y un tejido cuasi homogéneo, cultivado, que se diferencia del urbano, además de por el tamaño, por la existencia de construcciones distribuidas a escasa distancia entre sí. En 1920 el área es de uso predominantemente agrícola, con inclusión de algunos sectores urbanizados de límites más o menos precisos: los amanzanamientos de Villa Colón, Pueblo Conciliación y Pueblo Ferrocarril.

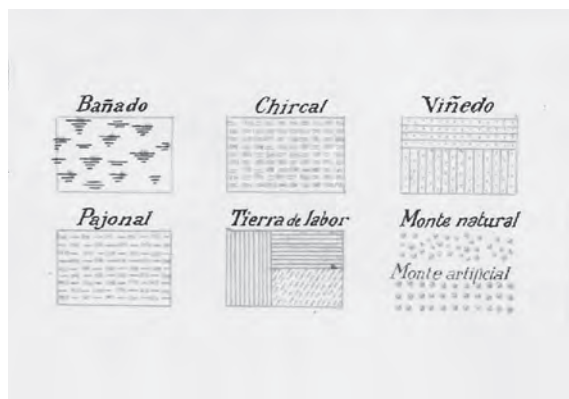
Las cartas informan de los establecimientos existentes, entre los que se cuentan granjas, quintas, bodegas y alguna cabaña. La información contenida incluye los nombres de los propietarios de los predios, un grado de detalle obtenido gracias al trabajo de campo, tal como se constata en la cabecera de la carta topográfica (figura 2). Los nombres que aparecen en el registro como dueños de los establecimientos, muchos de ellos de prestigio en distintos ámbitos del quehacer nacional, ponen de manifiesto el atractivo que presenta la zona y su valor social para el afincamiento en el período considerado. Además de la granja Vidiella, sita al norte de Pueblo Ferrocarril, están las granjas de Peirano, Canale, Alegresa, Puppo, Lliard, Artigas, Panizza, Curti, Sena, Miguelete, Wautrain, Stratta, A. Molle, J. Burastero, M. Passadore, viuda de Etchevarne, M. Buscasio, Brignon, Los Olmos, Chaque y J. P. Musto. Al oeste del Camino Nacional (hoy Garzón) y de la vía del tren, se sitúan las granjas de Piñeiro, de Carve y la de Giot. En la zona próxima a La Tablada y pueblo Conciliación, las granjas de Bellenda, Trabal y Santa María. Y un poco más al oeste, las de Arteaga y Ferriolo. Algunas quintas son las de Alonzo Criado, Regules, A. Rodríguez, Basso e Ylla. Entre las bodegas, la de L. Campi, J. Esclavo, L. Motta, J. Bó, C. Moyso y R. Tálice, así como la cabaña de Zaz.

Fig. 2. Los operarios de campo. Carta topográfica Colón, 1920



Fuente: IGM

Figura 3. Referencias de la carta topográfica Colón, escala 1:20.000, 1920



Fuente: IGM

Las referencias expresadas en la carta de 1920 (figura 3) muestran que en el espacio rural se jerarquizaron para su representación los montes (naturales o artificiales), chircales, pajonales y bañados y tierras de labor. La representación cartográfica es un dibujo lineal que expresa los principales rasgos de cada tipo de cobertura del suelo. El dibujo es una reelaboración de los principales patrones territoriales detectados desde la altura que permite el vuelo, documentados en las fotografías aéreas. Este vínculo directo entre dibujo y fotografía y la calidad de la reelaboración en esquemas simples, de fácil y rápido reconocimiento, explicaría la vigencia de la convención adoptada, que subsiste hasta nuestros días. La representación gráfica de los viñedos responde a los rasgos distintivos del cultivo, con las plantas apoyadas en alambrados dispuestos en líneas paralelas a igual distancia entre sí. La información relativa a los usos del suelo cultivado denota una selección, en la cual se agrupan, por una parte, los cultivos en general y, por otra, los viñedos en particular. Esta clasificación podría ser un indicio tanto de la facilidad para su identificación en las fotografías aéreas —en razón de la particular impronta territorial de los viñedos— como de la prevalencia y el valor otorgado al cultivo en el área y aún más, en la época que nos ocupa, acorde a una política de promoción del cultivo (Sanz, 2016).

Algunos establecimientos están delimitados por cercos vegetales, también expresados en las cartas topográficas. La separación entre sectores cultivados está conformada por caminos internos, a veces flanqueados por especies vegetales, las que cabe suponer son árboles —ya para reparo, ya para producción frutícola— como olivos, ciruelos o manzanos.

Figuras 4 y 5. Granjas Piñeiro y Vidiella. Carta topográfica «Colón», 1920



Fuente: IGM

Figuras 6 y 7. Viñedos de Vidiella y Ordeig



Fuente: att. A. Beretta y archivo Bodega Carrau (att. J. Carrau).

Las fotografías del paisaje vitícola destacan en primer lugar a las propias plantas, que por su disposición y apoyatura generan patrones particulares del paisaje agrario. La toma de la figura 6 presenta al viñedo extendiéndose hacia la lejanía, con plantas de vigoroso desarrollo a las que el primer plano hace lucir con buen tamaño. La fotografía realza las líneas de plantación, producto de un trabajo ordenado, un cultivo al que se han dedicado no pocas horas de labor. La presencia de árboles frutales otorga variedad a la percepción visual y conforma un puente entre los doseles bajos de la vid y los árboles de reparo que bordean el establecimiento. En el fondo están las construcciones para el almacenamiento y procesamiento de la uva, construcciones sólidas levantadas con materiales durables, signo de propietarios con capacidad de inversión embarcados en una actividad industrial que aspira a la permanencia. Al fondo, eucaliptus y otras especies probablemente exóticas, ya aclimatadas. En conjunto la imagen muestra un paisaje vitivinícola de un establecimiento próspero, en el que el ser humano no está a la vista, pero está presente. Se sabe que Vidiella estuvo muy orgulloso de sus viñedos una vez estos superaron las pruebas respecto a la aclimatación y supervivencia de las cepas, según su propio testimonio, recogido por Alcides Beretta y Elena Beyhaut (2003):

nuestras plantaciones de viñas y olivos no dejan nada que desear, puesto que las lindísimas filas de cepas, tiradas a cordel, están magníficamente engalanadas por la naturaleza [...] ochenta mil pies de viña sistema Guyot y tres mil cuatrocientos olivos Niza, Sevilla y Cataluña... (p. 171)

Se podría suponer que la fotografía fue tomada por su propio dueño o por alguien cercano y a los efectos demostrativos del éxito obtenido, en virtud de las condiciones totalmente experimentales de los cultivos, y para su prevalencia frente a otros coetáneos. La imagen correspondiente a la figura 7 muestra también un paisaje social. Las vides de tendido casi infinito hacia el horizonte, en una extensión de tierra de escasas diferencias topográficas, son el escenario de encuentro entre trabajadores y patrones. En este sector destinado a la producción, los trabajadores están acompañados por las familias de los propietarios o visitantes, con sus hijos vestidos para la toma fotográfica. Las fotografías en exteriores son aún deudoras de las convenciones establecidas por el retrato y las sesiones en el estudio del fotógrafo. Las personas se distribuyen en el espacio en planos paralelos, de frente al espectador. La vestimenta pone de manifiesto las jerarquías sociales: colores claros, adornos y telas suaves en los vestidos de los patrones; colores oscuros, diseño simple y telas bastas para la ropa de trabajo de quienes están en contacto con la tierra. La presencia de niños y mujeres junto a trabajadores hombres denota las características de un cultivo que ocupa a toda la familia, y cabría suponer la existencia de un cierto clima de confraternidad entre el propietario del establecimiento y sus trabajadores. Esta característica, compartida por viñedos y otros cultivos hortofrutícolas, de vínculo y arraigo del productor y su tierra, de ocupación de mano de obra que vive en el área cercana, en el que las mujeres y también los niños ocupan un lugar en el ciclo productivo, es muy afín a la cultura mediterránea, origen de muchos de estos primeros dueños de establecimientos. En el horizonte se distinguen especies vegetales de alto porte, donde es posible suponer la existencia de eucaliptus, signo de un paisaje ya transformado. En lo sensorial, la variación fenológica de la viña y los frutales genera un paisaje cambiante, acorde al paso de las estaciones. En ambos casos las fotografías muestran las plantas cubiertas de hojas; son fotografías de la temporada estival, en la que la vid ostenta todo su verdor y en febrero, en particular, también el aroma de los racimos maduros. En otoño los colores variarán a los amarillos y ocre, y finalmente en invierno destacará la estructura de troncos y ramas sobre un fondo compuesto por la propia tierra. Esta variación será acompañada por distintos sonidos producidos por aves y otros animales que se asocian a los cultivos en las distintas etapas.

A efectos de una interpretación del paisaje del ámbito urbano se analiza el área de Villa Colón, la que responde, tanto en su trazado de amplias calles como en las plantaciones en el espacio público, a los preceptos establecidos por el barón de Haussmann para París y adoptados luego a lo largo y ancho del mundo occidental. La condición de *villa de recreo* con la que se publicitó esta urbanización es acorde a las características de los desarrollos ejecutados

por promotores privados en el último tercio de siglo XIX y hasta las primeras décadas del siglo XX, cuando el Estado tomará a su cargo la tarea urbanizadora. La presencia de arbolado de alineación en las calles provee de una calidad ambiental altamente valorada, con los influjos del higienismo y diferenciable de las cualidades predominantes en la ciudad de Montevideo, abigarrada, de calles y veredas estrechas y en la que las construcciones ocupan la totalidad del lote urbano, sin retiros frontales, imagen correspondiente a la mayor parte de la ciudad circunscrita a los límites del Bulevar Artigas.

El paisaje urbano de Villa Colón está caracterizado por la fuerte impronta de las plantaciones arbóreas atribuidas a Jean Pierre Serrés, para las propiedades de Perfecto Giot (Barrios Pintos, 1992). Las imágenes ampliamente difundidas de la Avenida Isabel la Primera, hoy Avenida Lezica, muestran el profuso arbolado de doble hilera de eucaliptus, verdadero símbolo del atractivo paisajístico y la calidad ambiental que ofrece la villa. Son numerosas las descripciones publicadas en la época que destacan el frescor brindado por la sombra, los aromas de hojas y flores y el sonido agradable de la brisa entre el follaje.

Figura 8. Avenida Isabel la Primera (hoy avenida Lezica), 1922-1923



Fuente: Archivo del CDF, Intendencia de Montevideo.

Figura 9. Calle Monseñor Lasagna, 1923



Archivo del CDF, Intendencia de Montevideo

La figura 9 es una fotografía de la calle Luis Lasagna en el tramo entre Veraguas y Guanahany. A ambos lados, las manzanas son parte de los terrenos que ocupa el Colegio Pío. El arbolado de alineación —atribuido a don Perfecto Giot y su paisajista Jean Serrés— otorga especial calidad urbana a esta calle, paralela a la calle principal de Villa Colón. El colegio está resguardado por un muro. Al otro lado de la calle, las vides extienden el paisaje antropizado, la naturaleza presente en forma ordenada provee de un entorno amable y es signo de desarrollo para tantas familias que vendrán a trabajar la tierra. La extensión del área cultivada inserta una imagen perteneciente al ámbito rural en el área urbana. El banco instalado a la vera del camino da cuenta del lugar preferente otorgado a la calle y su valor social como espacio de contemplación: ver y ser visto en el espacio público es parte de prácticas sociales permitidas y aceptadas.

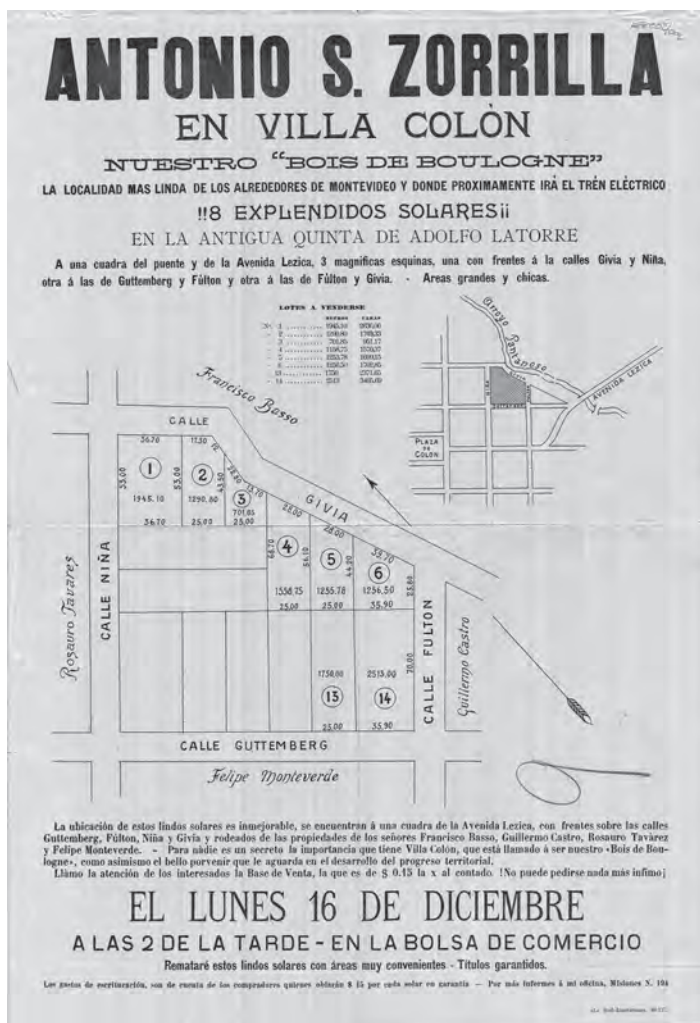
El inusual ancho de las calles de la villa, trazadas por el francés D'Albenas en 1868, y el profuso arbolado de las aceras son testimonio de la influencia de las ideas francesas imperantes en la época y aplicadas a los ámbitos urbanos allí donde fuera posible. Este paisaje de singulares cualidades estéticas y ambientales será destacado por locatarios y visitantes y registrado en no pocos escritos, tanto de índole pública como privada. A título de ejemplo, el texto de uno de los afiches de remate de solares en la zona describe a Villa Colón como *nuestro Bois de Boulogne*, mientras que dos referencias al paisaje son recogidas en la publicación

que celebra los cincuenta años de la villa, en 1922. La primera, atribuida a Teresa Landívar de Fielitz:

gracias a ese ideal de lo bello, que poblaba la mente del señor Giot, trazó sobre este pedazo de tierra uruguaya, un plano que en todos sus detalles le recordara el hermoso parque de Monceau, en las cercanías de París, uniendo así el recuerdo de su patria al suelo en que emplearía más tarde todas sus energías de hombre amante del trabajo y el progreso (Mossman Gross, 1922, p. 15).

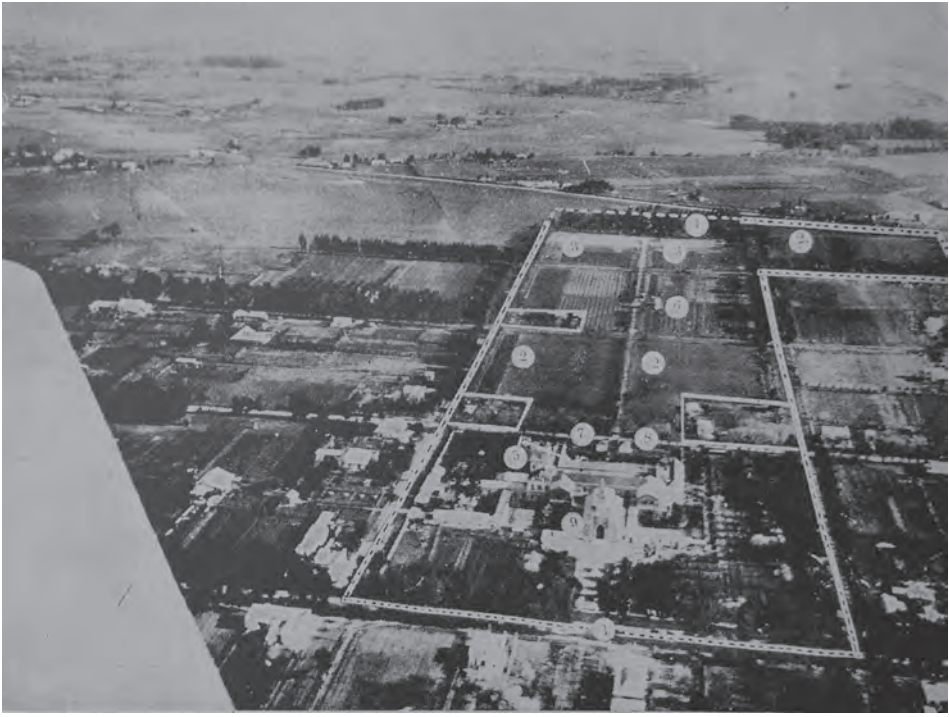
La segunda referencia es a lo que habría manifestado el paisajista catalán Rusiñol en una publicación de su autoría: «siempre que siento olor a eucaliptus, me recuerdo de Villa Colón» (Mossman Gross, 1922, p. 15).

Figura 10. Afiche de remate en la zona de Villa Colón. 1914



Fuente: Archivo IHA, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de la República

Figura 11. Terrenos del Colegio Pío, 1922



Fuente: Mossman Gros, 1922, p. 9. Villa Colón en su cincuentenario, 1872-1922

La participación del Colegio Pío y su influencia en la vida y prestigio de la localidad merecieron su inclusión en el Libro del Centenario (Consejo Nacional de Administración, 1925) que compendia los avances de un país que quiere mostrar su condición de progreso. Allí se publica una fotografía aérea difundida antes en el libro de Mossman Gross (1923), atribuida a Angel Aldama, que muestra los terrenos pertenecientes al colegio en el corazón de la planta urbana de Villa Colón (figura 11). En la villa las calles se presentan con el arbolado de alineación ya desarrollado, aun cuando la localidad no está consolidada y los terrenos están escasamente ocupados por edificaciones. Los viñedos se pueden ver tanto en el predio del colegio como en sus alrededores. La existencia de viñedos en terrenos urbanos, y también en la sede educativa, pueden ser interpretados como expresión de una sociedad en la que el trabajo y el vínculo con la tierra son valores a conservar y transmitir. Por otra parte, cabe reconocer que la preparación para el trabajo está en el centro de los objetivos de misioneros salesianos —alineados con los valores del Uruguay de la época— quienes se hacen cargo del colegio a partir de 1876 y a los que seguirán en 1877 las hermanas Hijas de María Auxiliadora, para orientar también a las jóvenes y niñas. La educación y la investigación están presentes en elocuentes registros fotográficos, como los que se presentan a continuación. Los viñedos del Colegio Pío, por otra parte,

serían reconocidos por su calidad y producción. En carta de Lasagna a don Rúa ya citada, aquel decía:

A fuerza de ensayos, obtuvimos finalmente excelentes variedades de uva, algunas de las cuales, encontrando aptos suelo y clima, dan ahora fruto exorbitante. ¡Imagínese qué plantecitas bajas de Nebiolo, Croveto y Dolcetto, y aún más las francesas de Cavernais y Bourgogne, cultivadas con el sistema Guyot, nos dan un promedio de catorce a dieciséis kilos de uva cada una! Era un espectáculo maravilloso, y muchos señores venían a propósito a nuestro colegio para admirar la estupenda producción de uva. El vino resultó excelente, como lo prueban las medallas obtenidas en las exposiciones de Génova, Chicago y Montevideo. Desde hace años, somos nosotros quienes proveemos el vino de misa a la mayor parte de las iglesias de la República, aun a las más apartadas (Vener y Martínez, 1998).

En la sede del instituto (hoy Casa Provincial) en Villa Colón, las misioneras Hijas de María Auxiliadora también se dedicaron al cultivo y a la producción de vino para sustento de la casa. La fotografía de la figura 12 muestra a las hermanas posando para el fotógrafo, bajo el arco del parral. Las vides proveen de un marco apropiado a la necesidad de mostrar un perseverante y amoroso cuidado, el que se brinda a las plantas y se transmite a las jóvenes para generar un mejor entorno para la vida. También cabe suponer la importancia que tiene para las misioneras —cuya vida se rige por la más completa austeridad, muchas veces al borde de la supervivencia— la concreción exitosa de un cultivo que provee de alimento y sustento económico, lo que explicaría su protagonismo a la hora del registro. Por último, cabe señalar que el paisaje de viñedos no es ajeno a las misioneras, que según los testimonios recogidos habrían participado de las tareas de recolección, junto a sus padres, en las cercanías de su pueblo natal (Franco, 2017). En este sentido, la fotografía con un marco de vides podría constituir un medio de comunicación con aquellas familias que permanecen en el viejo continente. La vid es también el vehículo para rememorar aquellos paisajes del recuerdo al mitigar la necesaria condición de desarraigo de las jóvenes misioneras. La fotografía, cumpliendo el cometido atribuible a las postales de la época, conllevaría un mensaje implícito de reconocimiento y acercamiento entre paisajes conocidos y extraños. La que muestra a los farmacéuticos entre los viñedos de la institución educativa es por demás reveladora (figura 13). En momentos de experimentación con variedades de cepas, ensayo de distintas formas de cultivo y condiciones de supervivencia de las plantas, la presencia de los embajadores de la ciencia en esta viña reporta múltiples implicancias. Para la institución, es símbolo de prestigio y expresa condiciones ventajosas en el concierto de los productores de la zona. La jerarquía social del farmacéutico, equiparable a otras ramas del entorno de la medicina y la salud, y manifiesta en su vestimenta, prestigia con su presencia estos viñedos, que parecerían reclamar su atención, en desmedro de otros tantos, pertenecientes a productores afincados en las inmediaciones, en el ámbito rural y en tierras destinadas principalmente a su cultivo. La institución expresa con esta presencia su aporte al desarrollo del cultivo y su industrialización, así como su rol protagónico en aspectos que

hacen a la calidad, tanto más valorada en momentos en que el marco institucional y normativo nacional no es suficiente para garantizarla. Para los consumidores es una garantía de calidad del producto final; para posibles clientes del instituto y sus familias, una señal de la existencia de una enseñanza vinculada a la ciencia y una referencia de prestigio a la hora de insertarse en el ámbito laboral. Para los referentes de la institución salesiana que están en Europa, el mensaje de éxito y prosperidad lograda en las nuevas tierras.

Figura 12. Hijas de María Auxiliadora en la casa provincial. S. f.



Fuente: Archivo Casa provincial María Auxiliadora

Figura 13. Fotografía s. f. En el reverso se lee «Farmacéuticos en el viñedo»



Fuente: Archivo casa provincial María Auxiliadora

Figura 14. Alumnos en el Colegio Pío



Fuente: Museo del Colegio Pío (att. Gerardo Cantú)

La figura 14 es una fotografía de un grupo de alumnos del Colegio Pío, en los viñedos del colegio. Es posible que esta haya tenido como objetivo mostrar a las familias —ya vinculadas a la institución o con posibilidades de hacerlo— cuál es el tipo de educación que reciben los niños: orientada al conocimiento a través de la observación de la realidad, en contacto con el ámbito productivo y como preparación para la vida laboral. Los niños están vestidos con túnicas blancas, sin adivinarse si son provenientes de familias adineradas que pagan por su hospedaje o de origen humilde. Es sabido que el colegio dependía de los primeros para solventar la tarea, en tiempos en que los costos de mantenimiento del emprendimiento superaban largamente lo que la congregación podía aportar.

El cultivo de la vid dentro del perímetro urbano de Villa Colón se extiende más allá de los predios del Colegio Pío y la Casa Provincial de las Hijas de María Auxiliadora. La carta topográfica de 1920 muestra que de las 32 manzanas que componen la villa según el plano original de D'Albenas de 1868, 17 detentan plantaciones de vid, lo que significa un poco más del 50% del amanzanado. Si computamos el área señalada como plantada con viña, habría 11 hectáreas de viñedos al interior de las manzanas urbanizadas de la villa. Por otra parte, la carta muestra que la totalidad de los terrenos que rodean el área urbana están cultivados con vid, tanto hacia el sur como en las granjas de Ferriolo, al noroeste, y de Giot, al este.

Figura 15. Villa Colón, 1920



Fuente: Carta topográfica escala 1:20.000, 1920. Instituto Geográfico Militar

Las cartas topográficas también expresan elementos de menor escala, como las áreas parquizadas o ajardinadas y equipamientos productivos como los molinos.

Los jardines privados merecen una consideración especial en el análisis del micropaisaje, al mediar entre el entorno y la vivienda y como extensión de esta, en tanto ofician de carta de presentación y su antesala al aproximársele desde el ámbito público. Es de destacar que, junto a los portales, están presentes en las grandes residencias urbanas y en los alrededores de establecimientos rurales. En algunas de las propiedades con acceso por el Camino Nacional se señala la presencia de jardines vinculada a emprendimientos agrícolas o industriales, así como en la propiedad de Giot, con acceso desde la avenida Lezica. Estas áreas ajardinadas son de particular destaque a la vera del Camino Nacional (hoy avenida Garzón y avenida César Mayo Gutiérrez), al sur de la avenida Carve en la granja Piñeiro y en las granjas de J. P. Musto, en la esquina con el camino Colman, y granja Los Olmos, al norte del camino Hilario Cabrera. La traza de estos jardines muestra un diseño afrancesado, cuyos límites rectos albergan una caminería interna de líneas sinuosas que separa los parterres plantados. Los espacios de recreo están dotados con senderos de generosas curvas que otorgan variedad perspectiva y sugieren, más que mostrar, la continuidad del paseo. En el ámbito urbano las viviendas también presentan espacios ajardinados como transición entre estas y el espacio público, y su jerarquía a veces es acentuada por la presencia de rotondas o escalinatas. Las construcciones de mayor envergadura

están acompañadas por fuentes, esculturas y otros elementos ornamentales como las rejas. La paleta vegetal estaría compuesta por una amplia variedad de especies, con predominio de árboles y arbustos de follaje persistente y hojas, flores o frutos fragantes, según muestran las fotografías de la época. En el entorno de las construcciones para vivienda del ámbito urbano y rural también es posible encontrar espacios de uso doméstico como la huerta familiar.

Figura 16. Jardines en los accesos de la granja Musto en Camino Nacional y Camino Colman. Carta topográfica, 1920



Fuente: IGM

Figura 17. Jardín del chalet de José Ameglio



Fuente: Villa Colón en su cincuentenario, 1872-1922

Los accesos son objeto de interés y parte del proyecto arquitectónico, conformando los jalones detectados desde caminos y carreteras. Portales constituidos por fuertes pilones que enmarcan las consiguientes puertas de hierro o madera y que señalan los límites de las propiedades. A veces exhiben la denominación del establecimiento productivo o el nombre del propietario. Están presentes como delimitación de la propia Villa Colón, en los grandes establecimientos agrícolas y en residencias urbanas. Estos portales, percibidos desde el camino transitado a velocidad de los medios primitivos de transporte y los incipientes sistemas mecanizados, estarían denotando la necesidad de establecer la presencia de los establecimientos y su jerarquía familiar o empresarial frente a otros predios.

Fig. 18 y 19. Portales de ingreso a Villa Colón y al chalet de los Mailhos



Fuente: Mossman Gros, 1922, pp. 4 y 57
Villa Colón en su cincuentenario, 1872-1922

Las instalaciones y construcciones para la producción registradas en fotografías son de líneas simples y despojadas de adornos. Los materiales utilizados son el ladrillo de campo y a veces la piedra. Las imágenes priorizan el trabajo humano, mostrando las áreas libres para el ingreso o la salida de la producción, delimitadas por una secuencia de galpones y escasos árboles cercanos. En la fotografía de la figura 19, destaca en el centro el producto en cajas apiladas

por mano de obra varonil; al costado, un carruaje sobrecargado con más cajas. Los operarios son hombres, responden al canon occidental que María Ángeles Durán llama *varavó*: varones activos en edad intermedia y excelentes condiciones físicas y sociales (Durán, citado en Nogué 2009, p.30). Es más que probable que el fotógrafo también lo fuera; es un paisaje de hombres portador de un mensaje para hombres. La escena es un alarde de trabajo, tecnología y producción humana y apuntaría a mostrar el progreso de una empresa en crecimiento.

La segunda fotografía, de un momento posterior en el tiempo, muestra que las necesidades de equipamiento físico se han mantenido de forma similar. Como paisaje productivo, las vides se extienden tras las construcciones, hacia el horizonte lejano.

Figuras 20 y 21. Bodegas cooperativas Varzi en Colón y bodega Santa Rosa



Fuente: archivo de bodega Carrau y página web de bodega Santa Rosa.

Conclusiones

En el curso del proceso de identificación de los paisajes de la zona, las cartas topográficas muestran dos áreas claramente diferenciadas por sus aspectos físicos, que serán la base territorial de dos unidades de paisaje. El área rural está estructurada por los cauces de agua, las vías de comunicación y las infraestructuras de carácter nacional que la vinculan con la ciudad de Montevideo y con un vasto territorio. En su dimensión estética, las fotografías muestran que esta unidad de paisaje está definida por amplias cuencas visuales, la línea del horizonte limitada por árboles de gran porte, eucaliptos, que con su follaje persistente ofician de inalterable telón de fondo a una trama conformada por los viñedos, que predominan sobre otras plantaciones agrícolas de la zona. La impronta derivada del método de cultivo aporta el ritmo compuesto por líneas paralelas que tienden a unirse en el infinito, solo interrumpidas por algunos otros árboles frutales como olivos, ciruelos y manzanos. Las construcciones presentes son para vivienda, elaboración y almacenamiento de vino. Es un paisaje donde los colores, texturas, aromas y sonidos varían con cada estación, proveyendo una lectura del paso del tiempo y subrayando los vínculos entre la vida, el trabajo y la tierra.

En tanto, la estructura de la unidad de paisaje urbano, asociada a Villa Colón y manifiesta en las cartas topográficas, es de un amanzanado cuadrado separado por calles inusualmente amplias de clara impronta francesa. La trama está compuesta por predios de tamaño regular, con bajo porcentaje de ocupación de suelo y con retiros frontales acondicionados con jardines de cuidado trazado. Las fotografías muestran el profuso arbolado de las calles, en el que destacan los eucaliptos y, en los jardines, la presencia de variadas especies vegetales y elementos artísticos. La percepción ambiental y paisajística de Villa Colón resulta así vinculada al espacio público y su arbolado de alineación, con visuales que se extienden hacia el espacio privado en una continuidad de verdor y aspectos valorados de sombra, frescor, aromas y colores. El paisaje generado contrasta con aquel de los barrios centrales de la ciudad de Montevideo, abigarrados con construcciones que ocupan la totalidad del lote, sin retiros frontales o laterales. En Villa Colón se manifiesta el ideal ambiental y paisajístico de finales del siglo XIX y principios del XX —a imagen del modelo europeo—, un paisaje deseado donde los sentidos se regocijan con aires puros y fuerte presencia de una naturaleza domesticada, al servicio del hombre.

Las cartas topográficas y también las fotografías aportadas por las comunidades salesianas develan la presencia de vastas áreas cultivadas con vid en el área urbana de Villa Colón. Esta característica en el uso de los suelos, hallazgo de la presente investigación, dota a la urbanización de una impronta particular y propia en la que los viñedos son el vínculo entre dos ámbitos que en principio se supusieron totalmente diferentes: el rural y el urbano. Ambas unidades detentan otros elementos comunes, características que permiten asociar al paisaje con su momento histórico particular. Los portales de acceso, presentes en

los puntos de ingreso a la villa, a viviendas particulares y a establecimientos agrícolas, con sus pilares revocados y ornamentados y sus portones de hierro forjado, jalonan calles y caminos. Son deudores de una cultura europea que señala los límites entre lo privado y lo público con desvelo por la calidad y el refinamiento de ese primer contacto del visitante con la propiedad. Los jardines que acompañan a las viviendas en Villa Colón y también preceden los establecimientos productivos son indicativos de la influencia francesa en la cultura local y de los avances de viveristas y horticultores en la adaptación de especies para uso ornamental.

El carácter polisémico del paisaje se manifiesta en su dimensión simbólica. En el ámbito rural y para un conjunto de hombres de relevancia a nivel nacional, el cultivo de la vid representa el dinamismo productivo, el espíritu emprendedor, la innovación y la confianza en el impulso individual y colectivo para el desarrollo del país. Para una población con fuerte presencia de inmigrantes el cultivo de la vid representa el vínculo con la tierra de origen y las actividades ya conocidas, y garantiza el sustento presente. Para un conjunto de niños y jóvenes que se forman en las instituciones educativas de Villa Colón y aspiran a una inserción laboral en una rama que promete, el mismo paisaje es portador de futuro.

Ambas unidades de paisaje prueban oficiar de referencia común para un amplio espectro de población. En el ámbito rural, el cultivo de la vid reúne a patrones y empleados, mayoritariamente hombres, y a estos con sus mujeres y niños. En el ámbito urbano, el Colegio Pío y las Hijas de María Auxiliadora concitan la presencia de familias de renombre y de familias de inmigrantes en busca de un lugar donde asentarse y educar a sus hijos. La villa será conocida y reconocida en producción literaria y prensa escrita, y es asiento y lugar de reunión de un grupo de destacadas personalidades vinculadas a la cultura: André Giot, Delmira Agustini, Líber Falco o Juan Carlos Onetti, entre otros.

En el período considerado, el paisaje de viñedos adquiere una especial intensidad en el área que nos ocupa. Este paisaje desempeñará un rol preponderante en la sociedad de la época al dotar de significado al territorio para una numerosa población que lo tuvo como referente para sus actividades de habitar, trabajar y recrear. El cultivo de la vid opera como elemento de vinculación, en primer lugar, entre distintos ámbitos físicos: entre el hombre y el espacio natural y entre el paisaje prístino y los espacios antropizados, en un gradiente que va desde la pradera y los bosques de galería hasta las construcciones para habitar, los jardines y otros equipamientos de la producción cultural. En segundo lugar, los viñedos constituyen el uso predominante del suelo agrícola y por lo tanto aportan sus características distintivas a este sector del área rural. Al permear la trama urbana, la dotan de expresiones diferenciales respecto a otras áreas urbanizadas, y en particular respecto a otros barrios de la ciudad de Montevideo. Entonces, el paisaje de viñedo conforma el vínculo entre ambas áreas, la urbana y la rural, con una impronta espacial y perceptual particular tanto para el campo como para la ciudad. En tercer lugar está la presencia y

confluencia, en este mismo espacio, de destacadas personalidades del ámbito político, empresarial y cultural y de familias de inmigrantes vinculadas al trabajo con la tierra.

Las imágenes analizadas nos muestran paisajes deseables, paisajes amables, paisajes de confraternidad, paisajes del sustento, paisajes del recuerdo. Son el reflejo de una sociedad, sus realidades, sus aspiraciones y anhelos y sus memorias. Se construyen en torno a los relatos que proveen las imágenes, en un vínculo de influencias recíprocas. En este contexto, se puede afirmar que las imágenes analizadas —cartas topográficas, afiches y fotografías— a la vez que reflejan realidades prueban ser un poderoso vehículo para la generación de percepciones y la creación de otras imágenes, estas ya producto de la mente, los paisajes del noreste de Montevideo en los primeros decenios del siglo xx.

Referencias

- AGUAYO, F., y ROCA, L. (Coords.) (2012). *Investigación con imágenes: usos y retos metodológicos*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- ALTEZOR, C., y BARACCHINI, H. (1973). *Historia urbana y social de Villa Colón*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- BARACCHINI, H. (1981). *Historia de las comunicaciones en el Uruguay*. Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/26497>>
- BARRIOS PINTOS, A. (1992). *Villa Colón y su entorno*. Montevideo: Intendencia de Montevideo.
- BERETTA CURI, A., y BEYHAUT, E. (2003). *Pioneros, conocimientos y experiencias en los inicios del sector vitivinícola uruguayo (1870/1890): un abordaje interdisciplinario a propósito de don Francisco Vidiella*. En: *Primer Congreso de Historia Vitivinícola. Uruguay en el contexto regional (1870-1930)*. Montevideo: INAVI-Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/eventos/1er%20Congreso%20Vinos.pdf>>
- BERETTA GARCÍA, E. (2015). *Imágenes para todos: la producción litográfica, la difusión de la estampa y sus vertientes temáticas en Montevideo durante el siglo XIX. Primera etapa, de la constitución del Estado Oriental al fin de la Guerra Grande (1829-1851)*. Montevideo: Biblioteca Plural, Universidad de la República.
- BERGMAN, S. (1998). *Plazas y parques de Buenos Aires: la obra de los paisajistas franceses*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BRUÑA BRAGADO, M. (2005). *Delmira Agustini: dandismo, género y reescritura del imaginario modernista*. Serie Perspectivas hispánicas, vol 23. Bristol: Peter Lang.
- FRANCO, M. (COMP.) (2017). *Navegando en la historia... recreamos el sueño. Las hijas de María Auxiliadora en el Uruguay entre los años 1877-1917*. Montevideo: Inspectoría Inmaculada Concepción FMA-Uruguay.
- BURKE, P. (2005). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Consejo Nacional de Administración. (1925). *El libro del centenario*. Montevideo: Agencia de publicidad Capurro y Compañía.
- DURÁN, M. (2009). Paisajes del cuerpo. En: J. NOGUÉ (Ed.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Iberoamérica Central de Noticias (2012, diciembre 12). Colón festeja sus 140 años. *ICNDiario*. Recuperado de <www.icndiario.com/2012/12/02/la-emblematica-villa-colon-en-uruguay-conmemora-sus-140-anos/>
- MADERUELO, J. (Ed.). (2006). *Paisaje y pensamiento*. Madrid: Abada.
- MARTÍNEZ MONTERO, H. (1976). *Villa Colón*. Montevideo: Junta Departamental de Montevideo.
- MONTAÑEZ, M., y RISSO, M. (1986). *Las casas quintas de El Prado*. Montevideo; Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/18029>>
- MOSSMAN GROSS, A. (1922). *Villa Colón en el cincuentenario de su fundación, 1872-1922*. Montevideo: s.d.
- NOGUÉ, J. (2008). *El paisaje en la cultura contemporánea*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- PENA, C. (2009). Paisajes del recuerdo y el olvido. En: J. NOGUÉ (Ed.), *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva.

- RIEGO, B. (s.f.). *Interpretando las imágenes: el grabado informativo y la fotografía del siglo XIX como documentos para la Historia*. Recuperado de <<https://bernardoriego.files.wordpress.com/2016/09/libro-interpretacion-de-imagenes-historia-siglo-xix.pdf>>
- RIEGO, B. (2000). Hitos de campo en la historia de la fotografía española. *Cuadernos de Campo*, (19). Recuperado de <http://www.vacarizu.es/Cuadernos/Cuaderno_19/Hitos_de_la_fotografia.htm>
- (2006). La historiografía española y los debates sobre la fotografía como fuente histórica. *Ayer*, 24, 91-111. Recuperado de <<https://bernardoriego.files.wordpress.com/2018/01/la-historiografica-espanola.pdf>>
- (2011). *Una revisión del valor cultural de la tarjeta postal ilustrada en el tiempo de las redes sociales*. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 1, 3-18. <<https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2011.voi2.5857>>
- RODRÍGUEZ VILLAMIL, S., y SAPRIZA, G. (1982). *La inmigración europea en el Uruguay: los italianos*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- SANZ, V. (2016). Aportes de la Asociación Rural del Uruguay a la viticultura en Uruguay (1872-1900). *Mundo Agrario*, 17(34), e001. Recuperado de <www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv17n34a01>
- Unesco (2005). *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*. Recuperado de <<https://whc.unesco.org/archive/opguide05-es.pdf>>
- Unesco (s.f.). *Cultural landscapes* [archivo electrónico]. Recuperado de <<http://whc.unesco.org/en/culturalandscape>>
- VENER, C., y MARTÍNEZ, Á. (1998). *Congregaciones de origen italiano en Uruguay*. Recuperado de <<https://mercaba.org/K/Historia/Congregaciones%20italianas%20en%20Uruguay.htm>>
- ZANNIER, G. (1994). Vision panoramica della presenza italiana nella cultura uruguayana. En: S. ÁLVAREZ CATALÁ DE LASOWSKI (Comp.), *Presencia italiana en la cultura uruguaya*. Montevideo: Centro de Estudios Italianos, Universidad de la República.
- ZUBILLAGA, C. (1994). Religiosidad y religiosos en la inmigración italiana en Uruguay. En: S. ÁLVAREZ CATALÁ DE LASOWSKI (Comp.), *Presencia italiana en la cultura uruguaya*. Montevideo: Centro de Estudios Italianos, Universidad de la República.

Ganar a la infancia. La lucha contra el alcoholismo desde las imágenes

PÍA BATISTA, SILVANA ESPIGA Y SEBASTIÁN RIVERO

En las primeras décadas del siglo xx, a la vez que se impulsaba la modernización en la producción vitivinícola y los bodegueros fomentaban el consumo de vino, grupos con posiciones abolicionistas promovieron campañas de propaganda antialcohólica. La inmigración, el incipiente desarrollo industrial y el crecimiento de la vida urbana fueron procesos sociales significativos en el Uruguay batllista. En la época, legisladores, médicos y educadores relacionaron estas transformaciones con temas tales como el alcoholismo, las enfermedades venéreas, la prostitución y el analfabetismo. Desde espacios gubernamentales y civiles diversas ligas y asociaciones benéficas promovieron, fundamentalmente en el ámbito de la ciudad, prácticas y discursos higienistas.

En este capítulo se analizan imágenes de manuales y revistas que circularon a principios de siglo, dirigidas sobre todo al público infantil. Estas imágenes estuvieron vinculadas a la lucha antialcohólica, y la escuela fue el principal espacio de proyección de esta política relacionada con el discurso del higienismo social. Se entiende que la institución escolar fue uno de los principales ámbitos de disciplinamiento de niños y niñas, en la cual el Estado podía intervenir y educar en los preceptos basados en la idea de progreso, moral republicana y salud pública.

Para los poderes públicos la infancia fue un medio «para adoptar y trasladar valores, modelos, rutina y así modificar prácticas y concepciones de higiene de los adultos en su mayoría aún analfabetos» (Espiga, 2015, p. 16); por ello el discurso contra el alcohol tuvo su espacio en el aula. Si bien pueden reconocerse diversos contextos de socialización en los cuales la infancia estuvo expuesta al consumo de bebidas alcohólicas, como por ejemplo el trabajo en la vendimia, la asistencia a fiestas con adultos o su presencia en bares, en el aula el discurso de la lucha antialcohólica fue hegemónico.

Para este trabajo se seleccionaron imágenes divulgadas en la revista de la Liga Nacional contra el Alcoholismo y en folletos y manuales publicados por médicos y pedagogos como José H. Figueira, Antonio Valeta y Roberto Abadie Soriano, los cuales tuvieron una acción directa en los ámbitos escolares.

El soporte material en el que se difundieron estas imágenes no es neutral y cabe plantear una reflexión al respecto. El manual, como fuente y objeto cultural complejo, «transmite un sistema de valores, una ideología, una cultura [que]

participa en el proceso de socialización» (Choppin, 2001, p. 210). Los relatos e imágenes son construcciones sociales, culturales e históricas, por lo tanto, no son naturales. En tal sentido, las imágenes ilustradas en los textos escolares constituyen discursos visuales, que transmiten valores y modelos referentes. Recuperar la historicidad de las imágenes es condición necesaria para comprenderlas, analizarlas e interpretarlas. Las imágenes ofrecen una visión del mundo y de concepciones de cada época (Burke, 2005). El manual llega a todos los estudiantes escolarizados; forma parte de los procesos de enseñanza. En tal sentido, los relatos y discursos se contextualizan y articulan en procesos de escolarización y transmisión de conocimientos, saberes y prácticas, que se legitiman en el aula.

El problema del alcohol y la lucha antialcohólica a principios del siglo xx

Al comenzar el siglo, la inmigración, el crecimiento urbano y la aparición de un proletariado industrial fueron generando problemas propios de una sociedad de masas. La llamada cuestión social, que ocupó un rol privilegiado el Estado batllista, concitó la atención de diversos actores.

Las clases populares fueron los principales sujetos de atención, puesto que en el discurso que se construyó sobre ellas se las asoció a los males de la época: tuberculosis, influenza, alcoholismo y enfermedades venéreas. Todos estos aspectos fueron relacionados con el analfabetismo, como generador de enfermedades sociales. Por ello, ante una sociedad de fuerte base inmigratoria y analfabeta, la escuela fue el medio genérico para abordar estos temas. En particular, la infancia y el manual (entendido como dispositivo) funcionaron como instrumentos claves para desarrollar nuevos valores. En los *Anales de instrucción primaria* se recogieron las resoluciones del Congreso Americano del Niño, que había acordado:

...que se declare obligatoria en todas las escuelas de América la enseñanza sanitaria para la profilaxis de la tuberculosis, la sífilis, el alcoholismo, los quistes hidáticos y el paludismo. Que se organicen, por parte de las autoridades correspondientes, comisiones médicas especiales y exclusivamente destinadas a despistar la tuberculosis en la vida escolar... (*Anales de instrucción primaria*, 1919, p. 469 y ss.).

En este contexto social, la infancia fue considerada un grupo vulnerable ante un problema de adultos y el alcoholismo infantil era también una de las aristas del problema. Por ello, niños y niñas fueron valorados por los grupos antialcohólicos como instrumento de cambio del mundo adulto. Desde una mirada política, la acción sobre la infancia tuvo dos objetivos claros. Por un lado, una mirada proyectiva del niño como futuro ciudadano para formar una patria sana. Por otro, el niño como partícipe de la propia campaña y transmisor de conocimientos en el hogar y espacios públicos en general (desfiles, actividades deportivas, concursos).

En la segunda presidencia de José Batlle y Ordóñez (1911-1915) se impulsó la lucha contra el alcoholismo. La Cámara de Diputados creó una Comisión

de Represión del Alcoholismo, la cual presentó en 1913 un proyecto de ley destinado a regular la venta de bebidas alcohólicas (Acevedo, 1934, p. 678). En 1914, el diputado y médico Atilio Narancio, por su parte, presentó un amplio proyecto para combatir el alcoholismo, el cual no prosperó. En junio de 1915 fue fundada la Liga Nacional contra el Alcoholismo, que a partir del año siguiente fue subvencionada por el Estado. Sus trabajos eran desarrollados por la Comisión de trabajo educativo, sección escolar, y la Legión de templanza, sección de juventud.

En 1918 fue organizado el 1.º Congreso Regional contra el Alcoholismo en el Uruguay, que abarcó diversas áreas relacionadas con el tema en el país:

...disposiciones legales y modificaciones a la penalidad, exigidas por el aumento de los delincuentes y de la reincidencia; enseñanza y propaganda antialcoholista en la escuela, en el taller y en los cuarteles, en la ciudad y en el campo; influencia del alcoholismo en las cárceles, asilos, hospitales, etcétera (Abadie Soriano, 1922, pp. 199-200).

Con fecha 17 de marzo de 1920 se aprobó una ley de represión al alcoholismo (la cual había sido proyectada en 1914 por Narancio). Entre sus disposiciones figuraba la prohibición de la venta de alcohol a mujeres y niños. A la vez, establecía que se enseñara una materia dedicada a transmitir los peligros del alcohol en todas las escuelas públicas, «tratando de infundir a la niñez aversión hacia el alcohol» (Abadie Soriano, 1922, p. 201). Roberto Abadie Soriano (1922), en su manual, establece algunas sentencias y tópicos literarios que fueron recurrentes en la lucha antialcohólica. A modo de ejemplo, se transcriben dos sentencias: «El vino engendra enfermedades, riñas, sediciones. (Fenelón)» y «No mires el vino cuando rojea en la copa. Al fin muerde como serpiente y envenena como víbora» (p. 24). Menciona, asimismo, los estragos del «enilismo o intoxicación por el vino» (p. 46), y cita la lectura «El alcohol» de Carlos B. Quiroga (de «El hombre y la vida», escrito publicado en la revista *Nosotros*, de Buenos Aires):

Durante largas temporadas, desde mucho tiempo atrás, todos los hombres —con rarísimas excepciones— y muchas mujeres embriáganse todos los días. En épocas de agitación política de vendimia y de festividades religiosas, los aficionados al alcohol emborráchanse cotidianamente; y borrachos aman y engendran. Produce indignación verlos llegar al «boliche» insensibles a todo, con idiotizado rostro, sucios y desgarrados, perdida toda altivez y toda vergüenza, entregados a una vida sin aspiración alguna, ni siquiera la muy pedestre de la acumulación de centavos. ¡Quieren vino! ¡No quieren nada más! Han perdido hasta los afectos de familia y —no hay en ello exageración— ni la propia muerte o la de los suyos los conmueve. ¡Quieren vino! [...] Cometerían la mayor bajeza por un litro de tan amado líquido. Para ellos no hay otro valor que el «valor vino» (pp. 27-28).

El consumo de vino se representa como un mal de toda la sociedad (en que participan hombres y mujeres), pero se entendía que afectaba más que nada a los sectores populares. En relación con esto, puede señalarse que el alcoholismo

estuvo asociado, de manera especial, a la delincuencia. Cabe recordar que hacia 1880 en Buenos Aires las causas de la mayoría de los arrestos eran borrachera o escándalo público, contravenciones sujetas, según la historiadora Lila Caimari (2012), «a la definición policial y a su iniciativa represiva» (p. 81). En Uruguay, a comienzos del siglo xx, el juez correccional doctor Lacueva Stirling afirmó al respecto: «Sobre un total de 1024 sentencias definitivas dictadas en 1908 y 1909, alcanza al 50% el promedio del alcoholismo como agente principal en materia de desacatos, atentados, peleas y heridas»; Por su parte, el juez de instrucción doctor Bocage sostuvo: «Puede calcularse en un 90% el porcentaje de la embriaguez de los delincuentes en materia de homicidio, lesiones, desacatos y atentados contra la autoridad» (Acevedo, 1934, p. 679). El doctor Manuel F. Silva respalda estas apreciaciones en un informe:

Los hechos de sangre tan frecuentes en las reuniones de campaña (bailes, carreras, etc.), tienen por causa el alcohol principalmente. Se calcula que un 40% más o menos de los delitos se deben en primer término al alcohol. El resto de la criminalidad en los departamentos lo forman el hurto y el abigeato, que como se sabe lo originan la pobreza y la vagancia (Abadie Soriano, 1922, p. 126).

El número de delitos atribuidos al alcoholismo al parecer se había incrementado: «El número de ebrios delincuentes ha aumentado en Montevideo en una progresión alarmante, pues mientras en 1905 entraron en la cárcel 5700, ocho años después se había casi duplicado esa cantidad, llegando a 10200 los alcoholistas ingresados» (Abadie Soriano, 1922, p. 120). La investigadora Daniela Bouret (2014) relativiza estos comentarios y ofrece datos diferentes para 1922:

Así encontramos que el total de delincuentes que se encontraba en condiciones «normales» era de 708, mientras que se consideró en estado de «algo ebrios» a 18 y en estado de «ebriedad manifiesta» a 13 (y como especificación habría que decir que todos ellos fueron hombres). O sea, un 2,4% de delincuentes «algo ebrios» y un 1,8% de delincuentes «ebrios manifiestos» cometieron los delitos contra la propiedad en Montevideo en 1922; el gran porcentaje del 95,8% de los delincuentes estaban en condiciones normales. A la luz de estas estadísticas, la vinculación entre ebriedad y delincuencia no encuentra suficiente sustento... (p. 200).

En la obra de Washington Beltrán (1990) *Cuestiones sociológicas: lucha contra la criminalidad infantil*, escrita en 1910, figura el tema de los «niños moralmente abandonados» (p. 38), los que pertenecían a hogares en «desquicio» (p. 39), huérfanos, expósitos o los que debían abandonar el asilo por la edad cumplida. El abandono también se relacionaba con el alcoholismo, la prostitución y el «infortunio de los padres» (p. 37). Esta población infantil fue vista como un problema social que la escuela y el legislador debían atender de manera decidida y «reparadora» (p. 37), y así «...evitar la contaminación de un niño, es más sencillo que curarlo una vez contaminado...» (p. 38). Las cuestiones del alcoholismo fueron abordadas desde diversos frentes institucionales: las ligas de la época y las acciones médicas, en particular las del cuerpo médico escolar. Desde

una mirada eugenésica e higienista el proyecto de instrucción sexual, de Paulina Luisi, también abordó este problema social. Prevención y disciplinamiento iban de la mano; el Estado definió la nueva moral laica y progresista, por lo tanto, había que «combatir prácticas “degenerativas” como el alcoholismo, la drogodependencia, la masturbación o la prostitución. De esta campaña participaron tanto médicos como pedagogos» (Duffau y Pellegrino, 2016, p. 190). La proyección de nuevos valores, el cuidado de la natalidad y la alfabetización fueron claves para la lucha antialcohólica. Otras miradas acerca de la lucha antialcohólica pueden verse en esta colección, en el capítulo de Daniela Bouret, Fernando Miranda y Gonzalo Vicci (2016).

Las imágenes como dispositivos de prevención

Algunas de las imágenes escogidas pertenecen a manuales escolares, y otras, a folletos, revistas y textos específicos sobre el alcoholismo como los de Abadie Soriano y Antonio Valeta. Es necesario precisar que las imágenes vinculadas al alcoholismo no son frecuentes en los manuales escolares. El relevamiento para el período en estudio muestra que pocas imágenes refieren explícitamente al problema del alcoholismo, como, por ejemplo, la encontrada en *Trabajo: libro cuarto de lectura*, de José H. Figueira, aparecido en Montevideo en 1907, con ediciones posteriores. Es en los impresos específicos sobre alcoholismo, como los de Roberto Abadie Soriano y Antonio Valeta, que se recurre a más imágenes que tematizan la cuestión. Esto no excluye que circularan, en nuestro medio, otros textos para niños, vinculados al tema. O que, desde los espacios educativos, congresos y la legislación fuera una cuestión presente, visible y discutida.

El libro de Abadie Soriano *Manual de enseñanza antialcohólica* fue publicado en 1922. Aunque en un principio el texto parece estar dirigido a la infancia, el Consejo Nacional de Enseñanza Primaria y Normal lo aprobó como obra de consulta para los maestros y como material de lectura para los cursos nocturnos para adultos. En uno de sus epígrafes de portada se destaca el rol relevante de la infancia en la lucha antialcohólica: «El niño debe ser considerado como el verdadero campeón del antialcoholismo en el porvenir. -Legrain». Por otra parte, en el prólogo, Narancio vuelve a resaltar este papel de la infancia: «Con ella [esta obra] se llena cumplidamente el pensamiento del legislador que ha querido que la niñez conozca el tóxico y sepa mantenerlo a distancia, para librarse de sus terribles efectos» (Abadie Soriano, 1922b, pp. 3 y 7). Pero se trataba de una publicación demasiado específica y extensa para ser adoptada como manual en el aula. De todas formas, algunas lecturas e imágenes podían ser recuperadas por las maestras para ser utilizadas en clase.

En general las imágenes no eran producidas para los textos, sino que se recogían de otras publicaciones y solo en ocasiones se registraba su origen, que en todos los casos corresponde a libros de procedencia europea. No figura, por tanto, el nombre del artista.

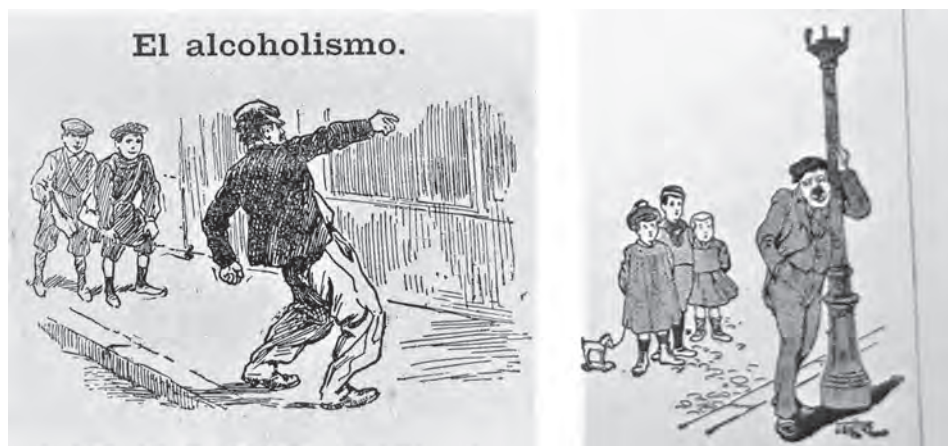
En términos metodológicos es importante superar la mirada pedagógica de la imagen. Despedagogizar la imagen, superar lo obvio y reconocer en ellas el alcance ideológico, cultural e histórico. Las imágenes constituyen discursos visuales que significan y actúan en congruencia con el discurso hegemónico escrito. En el ambiente ideológico, referido específicamente al tema alcoholismo, la instrucción se circunscribe de manera dialógica con diversos discursos fronteras, a saber: higienista, médico, eugenésico, político y educativo, todos ellos dentro del paradigma del progreso.

El material visual empleado en la escuela desde comienzos del siglo xx comprendía las ilustraciones de los manuales, y carteles. El pedagogo Jesualdo Sosa recuerda a propósito de su tránsito escolar en la década del diez del siglo xx: «los carteles abigarrados de animales que pendían de las paredes. ¡Esos carteles que después iban a ser nuestra tentación y la causa de los estentóreos papamoscas!, con que premiaba doña María [la maestra] nuestras distracciones» (Sosa citado en Ponce de León, 2019, pp. 55-56).

En el Museo Pedagógico se conserva un cartel para uso en la aula de principios del siglo xx en el que se ilustran los efectos del alcohol en el organismo de animales. A su vez, este cartel didáctico diferencia las implicancias entre el consumo de bebidas fermentadas y destiladas. En estos términos, el consumo del vino se presenta como bueno, aunque «sin exceso» (Colin, s.d.).

El manual *Trabajo: libro cuarto de lectura*, de José H. Figueira, aparecido en Montevideo en 1907, se inscribe en su Serie Gradual de Libros de lectura (Curso Intermedio). La lectura «El alcoholismo» aparece también en la edición de 1930, con otra ilustración, pero con el mismo significado. En sus reflexiones finales se sentencia: «El alcoholismo es el vicio que trae peores consecuencias, no solo porque arruina la salud, sino porque el borracho no sabe lo que hace» (Figueira, 1907, p. 190).

Figura 1 y 2. «El alcoholismo» José H. Figueira, Trabajo



Fuente: *Libro cuarto de Lectura*, Montevideo, 1907, p.189.

Figura 3. «El Alcohol y sus funestas consecuencias». Roberto Abadie Soriano



Fuente: 3. *Manual de enseñanza antialcohólica*,
Montevideo, Mariño Impresor, 1922, p. 91

El alcoholista se muestra en las ilustraciones de los manuales de manera estereotipada y calificado de forma negativa, y se deja en claro que las consecuencias de su vicio recaen en él y en la sociedad. En los textos reseñados de Figueira y Abadie Soriano se lo presenta como un ser carente de dignidad y moral. El texto del primero comienza con la frase «¿Qué efecto repugnante produce el aspecto de un borracho!» (Figueira, 1907, p. 189).

Las tres imágenes son similares desde el punto de vista conceptual y visual. El discurso se torna circular, explícito y reiterativo. En el espacio público aparecen los niños y el alcohólico; se expone así el carácter social de la adicción. Por otra parte, se observa a los niños en grupo sin la compañía de adultos. En la primera edición de Figueira, y en el manual de Abadie Soriano, el borracho es objeto de burla y agresión y constituye un espectáculo degradante. Sin embargo, en la segunda imagen correspondiente a 1930 aparecen dos niñas y un niño de más corta edad en una actitud contemplativa, distante y vulnerable. En este caso, el ebrio se transforma en un posible peligro. En el manual de Abadie Soriano (1922b) la leyenda de la imagen advierte: «El hombre ebrio pierde la dignidad. No debemos reírnos ni burlarnos de los infelices borrachos, sino compadecerlos y socorrerlos» (p. 91). Cabe señalar que el texto condena la acción agresiva de los niños que la imagen muestra.

El rol pedagógico resulta claro. Al incorporar a los niños/as como personajes destacados de la escena, se insta a los estudiantes a compenetrarse con el

problema: el *hombre ebrio*, ser indigno, merece, a la par de repugnancia, cierta compasión y socorro. Vale considerar, asimismo, otro aspecto: el borracho es representado como miembro de las clases bajas o populares, mientras que los niños, por su indumentaria, se adscriben a los sectores medios o altos. Tema constante y repetido durante el período: el borracho, visto como enfermo, es ante todo un hombre pobre. Por otra parte, de manera subyacente se entiende que el individuo es el único responsable de su situación.

La condena social no solo recae en el hombre alcohólico, sino que se extiende a su lugar de sociabilidad: el bar. La imagen se inserta en la segunda parte del libro de Abadie Soriano (1922b), capítulo II «El alcoholismo en la familia», donde se menciona:

Cuando el alcohol se introduce en la familia, es para destruirla y aniquilarla. ¡Cuántas familias honradas y felices han sido llevadas a la ruina, por la acción nefasta del alcohol! ¡Cuántas esposas abandonadas! ¡Cuántos hijos degenerados, enfermos, viciosos, ignorantes y desgraciados, por las consecuencias desastrosas de ese germen destructor! (p. 97).

En la ilustración ofrecida por Abadie Soriano (1922) el bar o taberna es mostrado como un lugar rústico, donde se bebe y se fuma. La leyenda que acompaña la imagen afirma: «Hacer fumar a un niño es tan criminal como darle de beber alcohol» (p. 99). Una mujer se asoma en la puerta para rescatar a su familia (es dable suponerlo), sin atreverse a ingresar. Su presencia, ajena a la situación, pero pendiente de esta, denuncia la corrupción vivida en el bar. Además, desde lo gestual, se diferencia el espacio masculino del femenino. La mujer es observadora, ¿eso implica una naturaleza y moral diferenciada? Según la imagen del árbol analizada más adelante (Figura 6) las consecuencias del alcoholismo eran diferentes para hombres y mujeres.

Entre texto e imagen existe una clara congruencia conceptual. Otra vez el espacio público expone a ebrios y a niños. La mujer, que no ingresa a la taberna, se presenta como la figura que rescata y recompone a la familia. Es necesario tener presente que el discurso médico configuró una idea de mujer y madre en la cual esta tuvo el rol de articuladora entre el saber médico y la familia.

Figura 4. «Hacer fumar a un niño es tan criminal como darle de beber alcohol». Roberto Abadie Soriano



Fuente: *Manual de enseñanza antialcohólica*, Montevideo, Mariño Impresor, 1922, p. 99.

La tercera parte del manual de Abadie Soriano (1922b) comprende «La lucha antialcohólica». De este modo se reproduce, con el sugestivo título «Cómo puede ser salvado un alcoholista», un grabado tomado de la «colección de los 20 buenos puntos antialcohólicos del doctor Galtier-Boissiere» (p. 195). En la historieta se muestra cómo el alcoholístico, con el apoyo de su esposa y vecinos, es regresado al seno del hogar. El cuadro final, por tanto, proporciona un contraste manifiesto con el que abre la serie (evidente, incluso, en el orden y desorden que se plantea entre uno y otro).

Figura 5. «Como puede ser salvado un alcoholista». Roberto Abadie Soriano



Fuente: *Manual de enseñanza antialcohólica*, Montevideo, Mariño Impresor, 1922, p. 195.

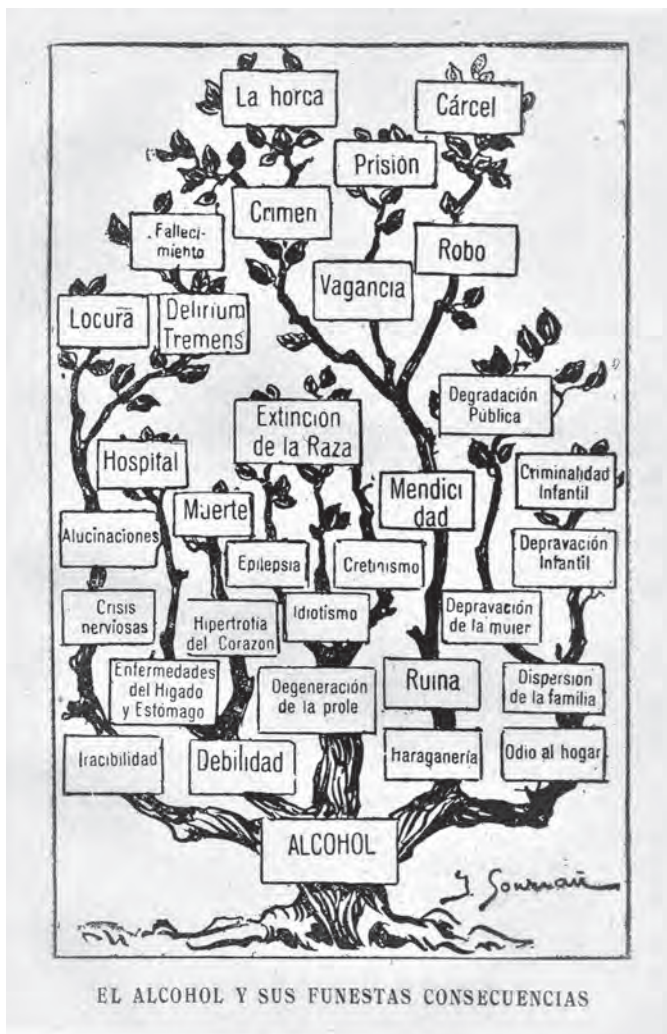
Tanto en los relatos escritos como en los discursos visuales es claro que el alcohol es la raíz de muchos males sociales y tiene consecuencias casi irreversibles. Una de las imágenes más explícitas es el dibujo del árbol, en que hay una raíz de todos los males: el alcohol. Esta imagen, que ya había aparecido en la revista de la Liga Nacional contra el Alcoholismo, emplea la figura del árbol para establecer relaciones entre las diversas consecuencias derivadas del alcohol.¹ Imagen y texto se refuerzan y establecen así causalidades y consecuencias en orden creciente de gravedad. Estas consecuencias se pueden clasificar en: económicas (ruina), biológicas (debilidad, irascibilidad, crisis nerviosas, hipertrofia del corazón, enfermedades del hígado y del estómago, epilepsia, locura, extinción de la raza y muerte), degenerativas (idiotismo, cretinismo, alucinaciones, debilidad, delirios, degeneración de la prole), sociales (vagancia, mendicidad, haraganería, hospital, criminalidad infantil, depravación de la mujer, depravación infantil, degradación pública, robo y crimen) e intrafamiliares (odio al hogar y dispersión de la familia).

Las consecuencias se presentan desde ramas ascendentes en la complejidad y gravedad de las secuelas del alcoholismo. Se visualizan conceptos que son

1 El diagrama de árbol «El alcohol y sus consecuencias» había aparecido en la tapa de *Lazo Blanco*, la revista de la Liga Nacional Antialcohólica, en diciembre de 1921, un año antes de la publicación del libro de Roberto Abadie Soriano.

interdependientes y es evidente que la escalada del alcohol es continua y sin retorno. A su vez, se reiteran conceptos que se refuerzan (vagancia, haraganería, mendicidad, prisión, cárcel y crimen). El árbol presenta una estructura de secuencias interrelacionadas de los efectos del alcohol. La violencia del alcohólico, aunque no se explicita, aparece relacionada con la idea del crimen. Es interesante observar que la depravación afecta solo a la infancia y las mujeres.

Figura 6. «El alcohol y sus funestas consecuencias». Roberto Abadie Soriano



Fuente: *Manual de enseñanza antialcohólica*, Montevideo, Mariño Impresor, 1922, s/p.

En relación con lo anterior, tanto en los textos de Abadie Soriano como en el de Valeta existen imágenes específicas sobre las consecuencias de este vicio en los hijos de alcohólicos. Desde el discurso médico se sostienen de forma lineal

las implicancias inefables sobre la descendencia del alcohólico. Al respecto señala Fernando Mañé Garzón: «La etiología no estaba desarrollada, por lo que cualquier malformación o retardo mental se le atribuía al alcoholismo o la sífilis como causa de la degeneración de la raza...» (citado en Bouret, Miranda y Vicci, 2016, p. 241). Es necesario destacar el carácter gráfico de las imágenes en relación con la deformación física y moral y el idiotismo. En este sentido, el recurso visual, de fuerte impacto, pudo haber incidido en los niños de forma disuasiva.

Figura 7. Roberto Abadie Soriano



Fuente: *Manual de enseñanza antialcohólica*, Montevideo, Mariño Impresor, 1922, p. 146-147.

Figura 8. Antonio Valeta, «Sobriedad»



Fuente: *Lecciones de antialcoholismo para escolares y universitarios*, Montevideo, Editorial Higiene y salud, 1933, p. 1.

Otras imágenes: el lazo blanco

La Liga Nacional contra el Alcoholismo, fundada en 1915, integraba el movimiento internacional de las Ligas de la Templanza, siguiendo la orientación abolicionista de EE.UU. Era un espacio en el que sus miembros, principalmente mujeres, podían participar de una causa social, con la oportunidad de integrar una comunidad internacional así como de asistir a congresos y presentar trabajos académicos. Desde esta organización se solicitaba a las autoridades que prohibieran el expendio de alcohol en fiestas públicas, se promovían leyes para desestimar su consumo y se hacían obras de beneficencia en barrios populares.

La liga identificaba a la infancia y a las mujeres de sectores populares como los frentes privilegiados de acción de la lucha antialcohólica. Por un lado, para atacar los efectos del alcoholismo, ya que se representaba a mujeres y a niños como víctimas de un problema social masculinizado. Pero además, eran los grupos en los que se buscaba promover valores de sobriedad y templanza para las generaciones futuras: los niños como futuros ciudadanos y las mujeres como encargadas de la crianza de las siguientes generaciones.

La Liga Antialcohólica organizaba actividades para niños y niñas, que buscaban brindar un espacio de socialización alternativo que encarnara los valores y el estilo de vida que pretendía promover: reuniones de ligas infantiles de templanza, campeonatos de ajedrez, picnics y concursos de declamación. Pero una línea fundamental de la acción dirigida a la infancia estaba vinculada con la penetración de la liga en el espacio escolar, a través de acuerdos con las autoridades de la enseñanza pública y de contactos con directoras de escuela. Se percibía a la escuela como un ámbito clave, y buscaban «...hacer converger en la escuela las miras de nuestra propaganda porque comprendemos que es ella la máquina más poderosa donde deban elaborarse los productos indispensables para la salud y bienestar de la sociedad futura» (Nuestra acción en la escuela, 1920, p. 9). En ese contexto, la liga colaboró en exponer en las escuelas imágenes contra el consumo de alcohol dirigidas a la infancia.

Las representantes de la liga que iban a dar charlas a las escuelas, las *maestras de templanza*, llevaban consigo material didáctico visual. En las charlas, que terminaban con un «voto de abstención» por parte de los niños y la conformación de una Legión Escolar de Templanza, las delegadas de la liga usaban «carteles luminosos, que resultan bastante interesantes» (Nuestra acción en la escuela, p. 9). A principios de 1927, la revista de la liga, *Lazo Blanco*, reproduce la carta que una niña de Maldonado había enviado a una de las maestras de la templanza luego de la visita a su escuela. La niña cuenta las actividades que han organizado desde la creación de la Legión Escolar, y agrega: «Son en nuestro poder los afiches y los cuentitos que se sirvió mandarnos» (Nuestra obra en Maldonado, p. 8).

En estas visitas se habían conformado, solo durante 1925, 32 nuevas legiones escolares de la templanza (Legiones escolares de templanza fundadas durante el año corriente y nómina de alumnos que la forman, pp. 16-17), y estimaban que

en Montevideo había unos cinco mil niños y niñas legionarios, «que engrosan las filas antialcohólicas de la capital» (Sección Club Juventud, p. 16). De esta forma, la acción de la liga significaba otra vía de entrada de imágenes antialcoholistas al espacio escolar, que complementaba la que los manuales ponían en circulación.

Las maestras integraban el lector objetivo que construía *Lazo Blanco*. La revista notificaba a las maestras lectoras que podían solicitar material didáctico para abordar temas vinculados a la lucha antialcohólica en sus clases:

...considerando que son las educadoras las que pueden hacer obra grande en contra del vicio nos ponemos completamente a sus órdenes, teniendo a su disposición folletos, músicas, declamaciones, etc. que se han publicado con ese objeto y que remitiremos a todas aquellas personas que los soliciten (1921, p. 8).

En varios números se incluían, además, lecciones para que las maestras reprodujeran en el aula, desde lecturas hasta ejercicios aritméticos inspirados en el problema del alcoholismo. «Nos complacemos en presentar a nuestras maestras la segunda lección con el deseo de servir al personal docente...» (Lección II. Agua de fuego, p. 8). Algunas de esas lecciones venían acompañadas de imágenes fácilmente reproducibles para su uso en clase. Un ejemplo es el conjunto de miniaturas de la Figura 10, que acompañaban la lectura «La primera copa» (López Rocha, 1920, p. 5). Estas pequeñas imágenes, que conformaban como una plantilla, representaban distintas situaciones, muchas de ellas violentas, que se interpretaban como consecuencias *desastrosas* del consumo de bebidas alcohólicas. Podían ser copiadas por las maestras con facilidad, para ilustrar los cuadernos de los alumnos, como era usual en la época.²

Otro ejemplo de imágenes a las que las maestras podían recurrir con facilidad es el esquema de árbol de la tapa de diciembre de 1921 (Figura 6), que también publicó Abadie Soriano en su manual de 1922.

Se alentaba a las maestras a leer la revista a sus niños: «A los señores maestros. La Liga Nacional contra el Alcoholismo les exhorta a leer en alta voz a sus alumnos esta revista, a fin de mantener vivo en ellos, el sentimiento antialcohólico» (A los señores maestros, p. 16). Esa lectura podía ser acompañada con la exhibición de las imágenes de la publicación, algunas publicadas como láminas de página completa. En ese sentido, a partir del número 44, de 1928, se hace más frecuente la reproducción de afiches en la contratapa de la revista, que se prestaban para fines didácticos.

2 El estudio de los cuadernos escolares como fuente producida en conjunto entre niños y maestras y el relevamiento en estos de la presencia de imágenes vinculadas al alcohol sería muy interesante para preguntarse por la recepción de las imágenes que desde los grupos de propaganda antialcohólica fueron puestas en circulación.

Figura 9. «Los desastres del alcoholismo»



Fuente: Lazo Blanco, enero 1920, p. 5

Figura 10.



Fuente: Lazo Blanco, contratapas n.º 56 y 57.

Con tópicos muy similares a los ya identificados en los textos escolares, las imágenes de la revista asociaban consumo de alcohol con alcoholismo y alcoholismo con violencia. Se representaba al alcoholismo como un problema masculinizado y a las mujeres y niños como víctimas de ese *mal social*. Recién a partir de 1930 la revista comenzó a incorporar imágenes del consumo de frutas, entre ellas la uva, como hábito saludable alternativo a las bebidas alcohólicas.

Figura 11.



Fuente: Lazo Blanco, contratapa, n.º 50.

La liga contribuyó entonces a la circulación de impresos e imágenes vinculados al alcoholismo en el espacio escolar tanto en las intervenciones que realizaban en las escuelas y con la organización de las ligas escolares de templanza como a través de las maestras, al dirigirse a ellas en la revista *Lazo Blanco* y ofrecerles textos e imágenes que podían reproducir en las aulas.

Al mismo tiempo, la Liga Antialcohólica produjo imágenes dirigidas a los adultos, que vincularon a la infancia con la lucha antialcohólica, fuera del aula escolar. Además de visualizar a los niños como futuros adultos sobrios, desde la liga se los veía como potentes promotores y concientizadores de la sociedad, apelando también a una dimensión afectiva. En varias ocasiones la liga congregó niños en concursos masivos de declamación en el Teatro Solís, actos, desfiles y demostraciones gimnásticas. «Hermoso y al mismo tiempo conmovedor era el espectáculo que se ofrecía a la vista al contemplar tantos cientos de niños afiliados a una causa por la cual sienten verdadero amor...» (*Lazo Blanco*, 1925, p. 12). También puso a circular en las páginas de *Lazo Blanco* imágenes tomadas en sus visitas a las escuelas, de niños *en guerra* contra el alcohol.

Figura 12.



Fuente: Lazo Blanco, n.º 39, p. 13

Figura 13.



Fuente: Lazo Blanco, n.º 45 p. 9

Reflexiones

La selección de las fuentes citadas evidencia las preocupaciones sociales de la época tanto a nivel global como local, y expone claramente el carácter moralizador de las políticas educativas, disuasivas y preventivas.

Imágenes y lecturas se retroalimentan en una composición uniforme, coherente y redundante en cuanto al mensaje del discurso. Se puede identificar el carácter clasista y discrecional del discurso higienista y moralizante, el cual fue dirigido fundamentalmente a los sectores populares, tanto a hombres como a mujeres, aunque en las imágenes el hombre aparece con mayor frecuencia.

Como plantea Julio César Andreoli (1998), los términos *pobreza* y *miseria* son usados de forma indistinta en los textos escolares. La ignorancia es entendida como un mal social que debía ser atacado desde la instrucción. Médicos, higienistas, damas de beneficencia y maestros/as fueron los portavoces de los nuevos preceptos morales y de salud pública a impartir. En este sentido, los niños y niñas escolarizados fueron los portavoces de las nuevas directivas sanitarias.

Destacamos que el alcoholismo se asoció sobre todo a sus consecuencias sociales, respecto de las individuales. Una vez iniciado el camino del consumo de alcohol la escalada era ascendente y sus secuelas e implicancias cada vez más graves. Esta enfermedad fue entendida por la clase dirigente como social, ya que limitaba el progreso. En este sentido, la preocupación principal de las autoridades educativas y médicas era generar una campaña preventiva dirigida a la infancia, sobre todo a la escolarizada, la cual era considerada el porvenir de la sociedad y recogía, como expresa Abadie Soriano, la bandera de la lucha anti-alcohólica, constituyéndose, al mismo tiempo, en interlocutora entre el discurso de la escuela y la familia.

El análisis de la revista *Lazo Blanco* pone en evidencia la relevancia de preguntarse no solo por las imágenes disponibles en los impresos, sino también por sus posibles usos en clase. La acción de propaganda que la Liga Nacional contra el Alcoholismo logró desarrollar en las escuelas públicas con el apoyo oficial, además de la interacción con las maestras que se buscó establecer desde la revista, brinda algunos indicios al respecto. Por último, es evidente que desde las políticas públicas de salud promovidas por higienistas, legisladores y pedagogos en esta lucha antialcohólica durante el período batllista la infancia ocupó un rol significativo.

Referencias

- * ABADIE SORIANO, R. (1922a). Medios de combatir el alcoholismo. *Anales de Instrucción Primaria*, XIX-XX, Tomo XIX, n.ºs 7 y 8. Montevideo: Talleres gráficos A. Barreiro y Ramos.
- * ——— (1922b). *Manual de enseñanza antialcohólica*. Montevideo: Mariño impresor.
- ACEVEDO, E. (1934). *Anales históricos del Uruguay*. Tomo V. Montevideo: Barreiro y Ramos.
- * *Anales de Instrucción Primaria*, «Higiene y asistencia», Segundo Congreso Americano del Niño, Tomo XVI, n.ºs 4-6, junio 1919, Montevideo, 469.
- ANDREOLI, J. C. (1998). *Imágenes del pobre y la pobreza en los textos escolares en las primeras décadas del siglo (1900-1930)*. Papeles de trabajo. Montevideo: FHCE, Universidad de la República.
- * «A los señores maestros». *Lazo Blanco*, n.º 40, febrero de 2017, p. 16.
- BELTRÁN, W. (1990). *Cuestiones sociológicas: lucha contra la criminalidad infantil*. Montevideo: Cámara de Representantes.
- BOURET, D. (2014). *Moral y salud en el consumo de vinos: una perspectiva histórica de la incidencia de las variables que inciden en el consumo de vinos y la conformación del gusto en los sectores urbanos durante la modernización* (Tesis de maestría, FHCE, Universidad de la República, Montevideo). Recuperado de <<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/9292>>
- , MIRANDA, F., y VICCI, G. (2016). Apuntes para integrar el uso de las imágenes. En: A. BERETTA CURI (Dir.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)*. Tomo 3 (pp. 227-279). Montevideo: Universidad de la República.
- BURKE, P. (2005). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona. Biblioteca de Bolsillo.
- CAIMARI, L. (2012). *Apenas un delincuente: crimen, castigo y cultura en la Argentina, 1880-1955* (2.ª ed). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- CARRETERO, M., y CASTORINA, J. (2012) *La construcción del conocimiento histórico. Enseñanza, narración e identidades*. Buenos Aires: Paidós.
- CASTORINA, J. A. (Comp.) (2008). *Representaciones sociales: problemas teóricos y conocimientos infantiles*. Buenos Aires: Gedisa.
- * COLIN, A. y Cía. (s.f.). *El alcohol, ¡he aquí el enemigo!* Colección de cuadros murales. París.
- CUCUZZA, H. (Comp.) (1996). *Historia de la educación en debate*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- CHOPPIN, A. (2001). Pasado y presente de los manuales escolares. *Educación y Pedagogía*, XIII(29-30), 209-229.
- DUFFAU, N., y PELLEGRINO, A. (2016). Población y sociedad. En: G. CAETANO (Dir. y Coord.), *Uruguay: reforma y democracia de partidos, 1880-1930*. Montevideo: Mapfre-Planeta.
- ESPIGA, S. (2015). *La infancia normalizada: libros, maestros e higienistas en la escuela pública uruguaya 1885-1918*. Montevideo: Antítesis.
- * FIGUEIRA J. H. (1907) (1909). *Trabajo: libro cuarto. Nuevo método de lectura expresiva y de literatura*. Montevideo: s.e.
- * ——— (1923). *Vida: libro quinto*. Montevideo: José H. Figueira e hijos Editores.
- * «Lección II. Agua de fuego», *Lazo Blanco*, n.ºs 8-10, agosto de 1921.

- * «Legiones escolares de templanza fundadas durante el año corriente y nómina de alumnos que las forman», *Lazo Blanco*, n.º 35, octubre de 1925, pp. 16-17.
- * López Rocha, C. (1920, enero). «La primera copa», *Lazo Blanco*, s.n., p. 5.
- * «Nuestra acción en la escuela». *Lazo Blanco*, s.n., enero de 1920, pp. 9-12.
- * «Nuestra obra en Maldonado». *Lazo Blanco*, n.º 40, febrero de 1927, pp. 6-8.
- OSSENBACH, G. (2009). La manualística escolar y la enseñanza de la historia de la educación. *El patrimonio histórico-educativo y la enseñanza de la historia de la educación. Cuadernos de historia de la educación* (6): Sociedad Española de Historia de la Educación.
- PONCE DE LEÓN, E. (2019). *Milagro en la escuela: educación, creación y trabajo en Jesualdo Sosa*. Montevideo.
- * «Sección Club Juventud». *Lazo Blanco*, n.º 36, diciembre de 1925, p. 16.
- * Valeta, A. (1933). *Sobriedad: lecciones de antialcoholismo para escolares y universitarios*. Montevideo: Higiene y Salud.

Establecimiento La Cruz. El proyecto modernizador de la Asociación Rural del Uruguay

ANDREA BENTANCOR, JUAN MANUEL CERDÁ Y VERÓNICA DE LEÓN

Introducción

Este capítulo analiza cómo un sector de la sociedad uruguaya cuyo objetivo era diversificar la economía nacional e insertarla en la nueva división internacional del trabajo como productora de materias primas desarrolló un proceso de modernización en el campo que impactó en el paisaje, (re)configurándolo y construyendo una idea de espacio productivo al mismo tiempo que *civilizado*. A partir del análisis del espacio construido es posible conocer la racionalidad de los individuos que lo conformaron, así como los procesos económicos, sociales e históricos en los que se vieron inmersos.

En particular se tomará el caso de la Sociedad Vitícola Uruguaya (svu) — Estancia y Bodega La Cruz—, ubicada en el departamento de Florida, un proyecto asociativo impulsado y desarrollado por la Asociación Rural del Uruguay (ARU). Este establecimiento fue fundado en 1887 con el fin de expandir la industria vitivinícola y sentar las bases del modelo de la modernización en el interior del país.

Como se profundizará más adelante, este sector de la elite construyó un discurso en el que el campo uruguayo era considerado como un espacio vacío. Un sector agrario que era percibido como de baja productividad, pero que tenía potencial para ser transformado a partir de la diversificación de su estructura productiva. En línea con este pensamiento la ARU crea la svu que, junto a otros establecimientos vitivinícolas de la época fueron ejemplo de dicho proyecto. Sin embargo, la svu tiene algunas características diferenciadas del resto de los establecimientos vitivinícolas. Fue creada como *modelo* del ideario modernizador de dicho grupo, que logró destacarse no solo en el plano productivo y en las formas *modernas* de trabajo (Bonfanti, 2015; Cerdá y Bentancor, 2016), sino que también se extendió sobre la *arquitectualización* del paisaje (Clement, 2014), proceso singular por el cual se transformó el espacio. De esta forma surge un paisaje *arquitecturado* donde el *medio natural* es objeto de transformaciones efectivas y se interviene de manera activa, a través de prácticas sociales que generan espacios construidos. Estos se traducen en parcelas, caminos, canales de riego y drenaje, entre otros. Es la expresión máxima de un paisaje domesticado:

es un paisaje construido artificialmente (Criado Boado, 2013) que, en principio, tiene un fin específico que es el económico, pero también otro: el simbólico.

En este capítulo el paisaje es entendido como producto sociocultural. Está conformado por la conjunción de tres tipos de elementos que configuran una determinada dimensión: 1) el espacio en cuanto a *entorno físico* o matriz medioambiental de la acción humana; 2) el espacio en cuanto a *entorno social* o medio construido por el ser humano sobre el que se producen las relaciones entre individuos y grupos y 3) el espacio en cuanto a *entorno pensado* o medio simbólico que ofrece la base para desarrollar y comprender la apropiación humana (Knapp y Ashmore, 1999) de la naturaleza (Criado Boado, 1999). Por lo tanto, espacio, pensamiento y sociedad están íntimamente ligados, y la (re) configuración del espacio natural es una parte importante en la construcción de la sociedad, de un determinado sistema de saber-poder —en sentido foucaultiano— que deja en evidencia que el espacio es ante todo un tema histórico y político (Criado Boado, 1993). En este sentido, lo que podremos ver a lo largo del texto es cómo dicha configuración ideológica dio lugar a la construcción de un territorio en el sentido de Milton Santos (1996): las tensiones entre las diferentes dimensiones se pusieron en juego y las relaciones de poder se hacen evidentes a partir de las imágenes.

Con este marco general se muestra cómo el ambiente fue transformado en unidades productivas *modernas y civilizatorias* que tendrían como fin último fomentar el arraigo de la población en el medio rural y la conformación de un nuevo actor social: el asalariado rural. Desde este sector de la élite se veía a la vitivinicultura como una actividad que vehiculizaba la puesta en marcha del capitalismo agrario.

El desarrollo vitivinícola uruguayo en el marco del proyecto agrario de finales del siglo XIX

En la segunda mitad del siglo XIX los países del sur de América Latina iniciaron el proceso de consolidación de los estados nacionales, con cierta estabilidad política, lo que permitió a las élites locales emprender diferentes caminos de transformación de sus instituciones y de sus economías. Según María Inés Moraes (2012), en el caso uruguayo este proceso halló, por un lado, una expresión económica concreta en la denominada *modernización rural*, que consistió en una serie de transformaciones tecnológicas e institucionales que modificaron la base agropecuaria de la economía uruguaya, y, por otro lado, una expresión política en la consolidación de un Estado moderno. Aún con diferentes posturas,¹ la historiografía uruguaya

1 El concepto de modernización es controversial y ha sido ampliamente discutido en las últimas décadas por la historiografía uruguaya agraria. Un trabajo seminal en este sentido fue el de Barran y Nahúm (1978), que tiene una fuerte influencia de las corrientes de pensamiento de la época que a finales del siglo pasado fueron puestas en discusión por Julio Millot y Magdalena Bertino (1996). Este trabajo, tributario de la historiografía marxista, adopta para

ha llegado a un consenso respecto a que el desarrollo de la ganadería implicó un cambio cualitativo del sector primario iniciado durante el período denominado *militarista* (1876-1886) y que continuó hasta la primera década del siglo xx. Ello estuvo basado en la intención de un sector de la élite gobernante de insertar a la economía uruguaya en la nueva división internacional del trabajo. Más allá de las diversas interpretaciones con respecto a las consecuencias que tuvo este período,² los diferentes autores coinciden en el papel preponderante que tuvo la expansión del ovino y el mestizaje del vacuno en el desarrollo del capitalismo agrario uruguayo. En gran medida estos estudios han hecho hincapié en la evolución de la ganadería y dejan de lado a la agricultura.

Sin embargo, en las últimas décadas, un grupo de investigadores ha comenzado a explorar qué sucedió en la agricultura en general y en la vitivinicultura en particular durante aquellos años finales del siglo xix. Así, el trabajo pionero de Alcides Beretta Curi (2003) sobre la ARU es un aporte fundamental en este sentido. Según él, este modelo propiciado desde la ARU para el agro uruguayo estaba basado en la diversificación productiva, con el fin de abastecer a un mercado interno en crecimiento, producto de la inmigración. Estos hombres estaban convencidos de que solo a través de la diversificación económica el país se liberaría de las fluctuaciones del mercado internacional y de esta forma podría sostener su pequeña economía. Así, en el discurso de la ARU el crecimiento de los pequeños productores y de la diversificación agrícola fue sinónimo del progreso de los pueblos del interior del país.

En este marco, algunos de los socios más activos de la ARU entendieron que la actividad vitivinícola permitiría el desarrollo del país, no solo en su aspecto económico, sino también cultural y social. Estas actividades, a diferencia de la ganadería extensiva, darían lugar a la conformación de una clase de pequeños agricultores que se arraigaron en su territorio y crearon una mayor diversificación productiva del agro uruguayo (Beretta Curi, 2011). Por lo tanto, estas características, entre otras, son las que diferencian a la primera generación de

este período la idea de *transición* y marca así un «tardío, pero necesario *aggiornamento* de la historiografía económica rural uruguaya. En buena medida los autores retraducen los hitos principales del proceso “modernizador” a un nuevo lenguaje teórico» (Moraes, 2011, p. 19). Para una ampliación de estas visiones del desarrollo historiográfico sobre el agro uruguayo se recomiendan los textos de María Inés Moraes (1999, 2011).

- 2 Como indica Moraes (2011), «En síntesis, en Millot y Bertino las grandes transformaciones del medio rural ocurridas entre 1860-1910 marcan —como en la versión clásica [Barran y Nahúm]— el ingreso del país en las formas capitalistas de producción y en un determinado contexto comercial internacional. Pero en esta versión el proceso no aparece “bloqueado” por el latifundio ni el campo uruguayo; resulta, al final del período, marcado por la rémora de la gran propiedad y la mentalidad retardataria, si no que emerge una economía rural plenamente integrada a los mercados mundiales y de lógica homogéneamente capitalista, donde las únicas diferencias relevantes al interior del sector ganadero son respuestas racionales a diferentes calidades de recursos naturales. Por lo demás, el Uruguay rural de Millot y Bertino, que es capitalista y ganadero como en la versión “clásica”, rehúye la tipificación de dependiente» (p. 16).

miembros de la ARU de miembros de similares entidades corporativas existentes en el Cono Sur.³ Esta asociación primero se pensó y luego puso en marcha un proyecto político, económico y social para el agro uruguayo que incluía el desarrollo de la ganadería y la agricultura, pero también de otras actividades agroindustriales como la vitivinicultura.

Esta entidad presentaba características que la distinguían claramente de otras existentes en Sudamérica, lo que le otorga un interés especial a su estudio. Estas diferencias no solo refieren a la concepción general de los miembros de la ARU respecto de la necesidad de poner en marcha la svu, sino a las características que esta adoptó: empresa constituida como una sociedad anónima por acciones, que en sus inicios utilizó exclusivamente mano de obra asalariada, integró verticalmente todo el proceso productivo e impulsó el desarrollo de otras actividades secundarias. Estos elementos, junto a la propuesta *civilizatoria* del espacio lo presentan como un proyecto modernizador —racional y capitalista— de la élite uruguaya, que buscaba la instauración del capitalismo en el agro uruguayo.

La Sociedad Vitivinícola del Uruguay

Sus orígenes

La svu estaba ubicada en la localidad de La Cruz, en la zona centro-oeste del departamento de Florida, sobre el antiguo trazado de la ruta nacional n.º 5, Brigadier General Fructuoso Rivera y el paso del Ferrocarril Central, que tenía allí una de sus estaciones. El pueblo de La Cruz tiene sus orígenes en la iniciativa llevada adelante por la empresa Ferrocarril Central del Uruguay y don Carlos Vanelli, hombre de negocios establecido en este paraje con una importante casa de comercio y un establecimiento ganadero.

Tiene su asiento sobre la cuchilla del Pintado en el camino nacional al Durazno. Dista 22 kilómetros de la ciudad de Florida —cabecera del departamento—, y 131 kilómetros de Montevideo. La principal riqueza a mediados del siglo XIX era la ganadería, destacándose el establecimiento de los Sres. Venelli Hermanos por la cría de reproductores de *pedigree*. Le seguía en importancia la agricultura, el cultivo de la vid, la elaboración de vinos y la explotación de granjas, siendo la más importante la granja María Orfilia, propiedad del señor Isabelino Bidegain. Esta granja es famosa por la cría de pavos y otras aves de gran calidad que han obtenido premios honoríficos en todas las exposiciones del país (*Diario del Plata*, 1931, p. 31).

Si se focaliza en el paisaje rural de esta región, se advierte una particular concepción del espacio, en el cual se efectuaron modificaciones en los núcleos de población y se desarrollaron los medios de transporte, así como las

3 La Asociación Rural de Uruguay fue fundada en marzo de 1971 y se constituyó rápidamente en un organismo de poder político y económico en Uruguay. Su existencia hasta la actualidad no solo habla del poder que tuvo, sino de la importancia que aún tiene hoy el sector agrario en la economía nacional.

concentraciones parcelarias, entre otras. Por otro lado, el departamento de Florida fue un lugar clave en el proceso político de pacificación del Uruguay, ya que allí se firmó el Pacto de la Cruz que dio por terminada la guerra civil.⁴ Finalmente, esta localidad fue declarada pueblo a través de la Ley n.º 8.497, el 23 de octubre de 1929 (Uruguay, 1929).

La svu se constituyó con un capital de 120 000 pesos. Según se hace referencia en la *Revista de la Asociación Rural del Uruguay (RARU)*, con esta inversión

...se procedió a adquirir mil setecientas cuerdas de terreno [...] poniéndose en almácigo trescientos veinte y cinco mil sarmientos, que serán plantados en su sitio el año próximo. Es esta una demostración del camino que ha hecho en el país la necesidad de constituir sociedades de orden económico que impulsen el progreso agrícola-industrial de nuestro suelo, tan apropiado para el cultivo de la viña (*RARU*, 1887, n.º 6, p. 566).

Los terrenos se ubican próximos a la estación de tren del pueblo de La Cruz, con acceso directo desde el establecimiento. La finca fue seleccionada por Luis de la Torre —quien había asesorado a Pascual Harriague o al propio Francisco Vidiella en sus emprendimientos vitivinícolas— entre una serie de propuestas que había tenido la comisión iniciadora para la instalación de la svu. Luis de la Torre pidió un informe técnico al químico italiano Florentino Filippone a partir del cual se aconsejó a la comisión la compra de las tierras en manos de la empresa Ferrocarril Central del Uruguay por sus características apropiadas para el cultivo de la vid. Para lograr asentar dicho emprendimiento en el paraje de La Cruz se necesitó de un acuerdo con la dirección del Ferrocarril Central del Uruguay, dueña del predio. Una vez logrado el acuerdo, el paraje —dominado hasta entonces por la producción ganadera y con escasa población— se convirtió en asentamiento de los empleados vinculados a la estación del ferrocarril y al establecimiento de la svu. El predio de la svu tenía 1650 cuerdas (unas 1220 ha aproximadamente). Durante los primeros años la svu también recibió el compromiso de la empresa de ferrocarriles del Uruguay, que establecería precios preferenciales para el traslado de mercadería —hacia y desde el establecimiento— y en los pasajes para los obreros que trabajaran en el establecimiento.

El predio es presentado en los documentos fotográficos de la época como un área «vacía», un espacio «natural» y «salvaje» que el hombre «moderno» debía transformar en un espacio productivo y «civilizado». Esta construcción

4 La fundación de esta localidad se vinculó al Pacto de la Cruz: el 18 de setiembre de 1897, el Partido Colorado y la dirección del Partido Nacional se impusieron a la revolución liderada por el caudillo blanco Aparicio Saravia. En dicho acto se acordó formalmente el fin de la guerra civil, lo que implicó renunciar a la lucha armada, impulsar una reforma electoral, asumir el compromiso de elegir a jefes políticos a nivel departamental, amnistía y restitución de derechos civiles y políticos para quienes se habían alzado en armas, indemnización por concepto de gastos de pacificación y la puesta en práctica del principio de igualdad entre los orientales.

ideológica del espacio era particular de la élite de la época, que consideraba al espacio natural como un elemento que debía ser puesto en producción y así darle sentido económico. Esta idea fue impuesta a la sociedad de la época de forma muy diversa desde la literatura, los periódicos y las imágenes. Así en la siguiente fotografía se puede apreciar como don José A. Ferreira observa el horizonte, pero al mismo tiempo «domina» y piensa el futuro de ese espacio vacío que pasará a ocupar la svu. Esta imagen construye la idea del *entrepreneur* que, con una visión moderna, va a transformar «ese espacio vacío» en «otro productivo». La fotografía pretendía transmitir la idea de «tabla rasa», y el nuevo proyecto productivo de la svu vendría a imponer la modernidad y el desarrollo del agro uruguayo por intermedio de la acción del ser humano.

Figura 1 . Establecimiento La Cruz



Fuente: Fotografía tomada para la Exposición de París-Société Viticole «Uruguaya»: Vinoble, La Cruz, Florida, ed. Joseph Fillat (Montevideo), 1889. Colecciones: Exposición Universal de 1889 (París), Pabellón de Uruguay, Biblioteca Nacional

Ferreira era una persona influyente dentro de la sociedad uruguaya finisecular. Fue elegido entre muchos para pensar, planificar y buscar la mejor solución para poner en producción ese predio, o sea, un hombre formado en

el ideario de la modernidad capitalista. Ferreira, hijo del inmigrante portugués Antonio Ferreira (Oporto, 1817-Montevidéo, 1876), nació en Montevidéo en 1847, en 1881 se casó con Carmen Martínez Durán y falleció en 1932.⁵ Fue una figura destacada de su época, vinculado a la búsqueda de inversores internacionales para diferentes emprendimientos nacionales, así como también en el ámbito político. Fue una persona de referencia para quienes deseaban invertir en nuestro país y se desempeñó como diputado titular por Montevidéo entre el 15 de febrero de 1899 y el 14 de febrero de 1902. Al respecto, Alberto Palomeque consignaba:

Como orador parlamentario, correcto y persuasivo, sin soberbias políticas, dotado de una gran modestia, lo que eleva sus méritos, ha adquirido el derecho a que se le escuche con respeto y consideración. No habla sino de lo que sabe. Estudia las cuestiones, y no es de aquellos que se hacen inabordables a un cambio de opinión después que han meditado un asunto (Palomeque, 1900, p. 214).

Antonio Galanti (1918) destacó también la labor del director en aquel momento: el Sr. José A. Ferreira (contador), a quien se lo reconoce por su aporte a la selvicultura nacional y, particularmente, por la labor que había realizado dentro del establecimiento, conformando un «pequeño *chateau*, una especie de oasis en un desierto de campos incultos, cuyas hermosas dependencias cubierta de árboles y flores se destacan de los alrededores más próximos, que no ofrecen, por cierto, muchos atractivos» (Galanti, 1918, p. 118).

Esta construcción discursiva se repite en la figura 2, en la que se muestra la llegada del ferrocarril a la ciudad de Florida y que fue expuesta en la Exposición Internacional de París de 1889. El tren estuvo asociado directamente a la producción y vinculado con el traslado de insumos, productos y personas «civilizadas» que dejan el caballo por este medio de transporte asociado a la modernidad. En la imagen posan el chofer de la locomotora (uniformado con la característica casaca blanca) y un empleado que está parado sobre la tolva, que con seguridad se encarga de alimentar la locomotora con carbón (también uniformado). Detrás, varios hombres, entre los que podrían encontrarse quienes estaban vinculados a la supervisión de las imágenes que mostrarían la vastedad y magnificencia de nuestras tierras en la exposición de París de 1889.

5 Información brindada por Alcides Beretta Curi en entrevista realizada al arquitecto Arturo Berro.

Figura 2. Estación de La Florida



Fuente: Fotografía tomada para la Exposición de París-Société Viticole «Uruguaya»: Vinoble, ed. Joseph Fillat (Montevideo), 1889 y expuesta en el Pabellón de Uruguay en la Exposición Universal de 1889 de París

Estas dos figuras transmiten la idea de la rusticidad del paisaje, la desolación, donde predomina, el espacio vacío, pero, al mismo tiempo, dominado por la llegada de la modernidad representada en la figura de Ferreira y en el ferrocarril. En cierta medida esto condice con el pensamiento de la élite uruguaya de la época que veía a la ganadería como un elemento premoderno o retardatario del agro uruguayo. Como es sabido, esta región estaba dominada por el desarrollo ganadero destinado al consumo del mercado interno. Es posible pensar que la construcción de las imágenes tiene como finalidad mostrar los esfuerzos que estos hombres de la élite estaban haciendo por modernizar el espacio rural. Así, tanto Ferreira como el ferrocarril son expuestos como vehículos de la modernidad, asociados al impulso que traían consigo a una región supuestamente deshabitada, desierta. Al mismo tiempo, las imágenes brindaban una visión de un presente en construcción —el de finales del siglo XIX— y de un futuro cargado de abundancia. Así, Ferreira aparece como una figura icónica que representa

a ese hombre de negocios, racional y emprendedor que ve en ese horizonte la oportunidad del progreso. Estas dos fotos producidas intencionalmente para la Exposición Internacional de París de 1889 llaman a invertir en un país que quería integrarse al mundo. Las imágenes pretendían mostrar al Uruguay como un país de oportunidades con una infraestructura básica que permitiría desarrollar casi cualquier emprendimiento en el medio rural. Pero como se mencionó antes, no solo se expusieron las virtudes de ese espacio, sino que la propia élite desarrolló sus propios proyectos.

La transformación del espacio

Esa transformación, anhelada por un sector de la ARU, no se hace esperar. A partir de 1887 —aunque podemos presumir que su planificación fue previa a su formación— se pone en marcha el proyecto de creación de la svu, que tuvo como consecuencia la domesticación del ambiente. Veinte años más tarde el espacio intervenido por la mano del ser humano estaba modificado en su totalidad. La Cruz cambió rápidamente o, mejor dicho, se observa una (re)configuración simbólica del espacio. Se dejó atrás un concepto de *naturaleza* —que es diferente al actual—, en el que esta fue dominada por el ser humano, conformándose un modelo de territorio productivo —capitalista—. Así, como afirma Jean Braudillard (1981) el espacio fue civilizado, ordenado, apropiado y jerarquizado.

Una forma más que ha encontrado la modernidad para (de)mostrar sus ideas ha sido por medio de los planos. Como es ampliamente conocido, el mapa es una representación visual simplificada de un área determinada, lo que equivale a decir que el paisaje complejo se nos traslada convertido en un conjunto de símbolos ordenados y jerarquizados, elegidos con un propósito determinado cuyo resultado es una imagen simplificada. El trabajo cartográfico supone una elección deliberada, un dejar de lado elementos secundarios para resaltar los que tengan que ver con el fin de nuestro mapa (Monmonier, 1996). En el plano de 1894 se representaba a la svu como un elemento central, que dominaba la imagen, y se destacaba el área cultivada (figura 3). Hacia el sureste el predio estaba limitado por las vías del tren, mientras que hacia el norte el espacio parece continuar sin límites claros. Sin embargo, se incorporaron una serie de rectángulos simétricos que indicarían el área cultivada con vid, alcornoques y otras plantaciones que formaban parte del establecimiento.

Figura 3. Plano. Establecimiento La Cruz



Fuente: Plano del establecimiento de La Cruz, 1894⁶

Se trata de un plano acuarelado que da cuenta del área de producción de la svu a fines del siglo XIX. En este se pueden reconocer, de forma clara, la parcelación de la tierra y la caminería. Dicha información se complementa con otros registros documentales⁷ que también dan cuenta del nivel de detalle con el que se registraban las diferentes actividades llevadas adelante en el establecimiento.

En el centro de la imagen, y próxima a la vía del tren, se puede observar un área parqueada donde se ubican la finca del administrador, el laboratorio, los talleres y la bodega. A la derecha, en un área deprimida del terreno, está la zona del alfalfar y más próximo al pueblo, la «arboleda», que marca el límite del establecimiento. Sobre el margen derecho de la imagen se indica la superficie ocupada con vid, ordenada de forma rectangular, formando cuadros de producción simétricos, con una orientación noreste para buscar una mayor exposición a la luz solar. También hay dos calles que son identificadas con nombres:

6 Este plano fue encontrado en el acervo documental de la empresa, en 2014, en el marco del relevamiento de la documentación empresarial realizado por el equipo de Grimvitis.

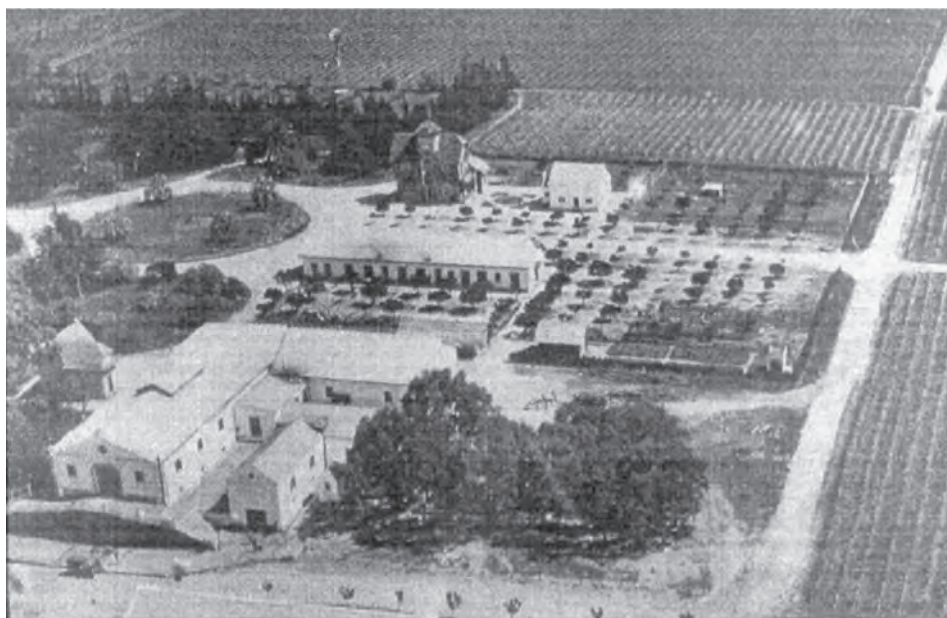
7 Libro diario de cuentas corrientes, Libro envases en cuentas corrientes, Libro de caja diaria, Libros copiadores, presupuestos, libros de registro de trabajadores.

la avenida ubicada al sureste, denominada avenida Asociación Vitivinícola del Uruguay, que marca, a su vez, el límite de la propiedad (o el límite entre la civilización y la barbarie), y en el centro del establecimiento, la calle que comunica la casa y la bodega con el viñedo, que lleva el nombre de avenida Federico F. Vidiella. Finalmente, hacia el norte, son las chuchillas las que demarcan el fin del predio y, hacia el noreste aparecen representados amplios espacios vacíos asociados a los espacios improductivos. El plano se cierra hacia el sur, con la identificación del pueblo de La Cruz, mediante unas pocas cuadrículas que simbolizan las manzanas, y de la estación del ferrocarril. El pueblo, si bien aparece como algo secundario, también formó parte del complejo de La Cruz ya que allí estuvo la estación del tren y es el lugar donde habitaban los trabajadores no permanentes de la svu.

El establecimiento se integra localmente en una unidad territorial mucho más amplia que abarca al pueblo de La Cruz y la estación ferroviaria. Este territorio combina tres elementos claves: un polo agroindustrial, un asentamiento estable de personas y la cercanía con las vías de comunicación y el transporte. Al inicio, el ferrocarril cuenta con una estación en el pueblo y una parada en la entrada del establecimiento. Luego se procede a la construcción de la ruta n.º 5 Brigadier General Fructuoso Rivera.

Como se afirmó más arriba, el emprendimiento contemplaba una integración vertical que vinculaba la producción primaria con la bodega y la comercialización. Las plantaciones de vid se desarrollaron a partir de plantines e injertos provenientes, en su gran mayoría, del establecimiento de Federico Vidiella y de otros socios de la ARU. Estos sirvieron para comenzar con el proceso productivo, el cual fue completado con almácigos producidos en el mismo establecimiento de La Cruz (Cerdá y Betancor-Bossio, 2016). La svu contó desde sus inicios con un diseño específico en sus parcelas e instalaciones, con las mejores maquinarias y contenedores, y se caracterizó, simultáneamente, por un orden y un criterio técnico en su funcionamiento. En este sentido, el proyecto no dejó ningún aspecto librado al azar. Así es que podemos ver espacios reservados para el cultivo de árboles —álamos, robles y alcornoques—, vivero para la producción de almácigos, una zona de alfalfa para alimentar a los animales, la huerta y, también un aserradero, un lagar y una bodega. A partir de una foto aérea del establecimiento tomada hacia 1930 se puede observar con mayor detalle el área de la bodega, el laboratorio, la vivienda del administrador, la del encargado y las de los peones.

Figura 4. Foto aérea del establecimiento La Cruz



Fuente: Agencia de Publicidad Capurro (1923).
Esta imagen fue cedida por Carlos Altezor

La arquitectura y el entorno que la comprende se mantiene incólume hasta el día de hoy, con algunas alteraciones menores. Se destaca la sencillez que se aprecia en los edificios destinados a la función de casa-habitación y en especial en aquellos destinados al proceso industrial como la bodega. El espacio está construido y racionalizado entre la finca y la zona industrial por un lado, y este y la zona destinada a área social, por el otro.

El complejo de edificios se ubica en la entrada del establecimiento, a la vista de todos los que llegan. El camino de entrada conduce directamente a la casa que funcionaba como administración y venta y, detrás, en forma de ele, estaba la bodega. Hacia el norte, una rotonda (ubicada en la foto en el margen superior izquierdo) comunica con el laboratorio y, por último, por detrás, está la vivienda del administrador, rodeada de un área parqueizada de estilo francés. Estos espacios de jardines, junto con la casa del administrador, pretenden recrear la idea de la campiña europea, y distinguirse así del estilo de la vivienda tradicional del campo uruguayo.

El edificio fue proyectado por el arquitecto C.R. Larreta y constructores Benedetti Hnos. Tanto en el plano (figura 3) como en la foto aérea (figura 4) puede apreciarse la construcción de un espacio racional que jerarquiza y diferencia las áreas de producción, de comercialización y de vivienda de los trabajadores y del administrador. Estos espacios están diferenciados entre sí, no solo por la disposición, sino por su tipo constructivo y significativo. La vivienda asignada al

administrador está separada de la actividad productiva; de este modo se diferencia del área de producción. Por otro lado, la orientación de la entrada de la casa hacia el área parqueada impone una centralidad de esta que resta importancia a los viñedos y, por lo tanto, a la actividad productiva.

Por su parte, como se dijo, la bodega está compuesta de un edificio en ele ubicado al frente del establecimiento, que deja ver su fachada desde la vieja Ruta 5 y desde la vía del tren. La fachada sur de la bodega tiene un diseño propio del lenguaje clasicista. El edificio está construido sobre una base de piedra, con columnas del mismo material que se prolongan hasta el techo, y transmite solidez y perdurabilidad (figuras 5 y 6). Aparece elevado en su frente, lo que le da mayor presencia en el espacio. Sin embargo, como veremos a continuación, está construido en una pendiente del terreno. La edificación estaba coronada por dos grandes portones adornaban con marcos de piedra que, ubicados en el centro del edificio, captaban la atención de los visitantes. A la parte superior se accede por una doble escalinata destacada por tramos de balaustradas con remates de copones como decoración. A poco más de un siglo de su fundación, el establecimiento mantiene casi intactas sus edificaciones. El casco, la cava, la bodega, la casa patronal, los depósitos y la administración han tenido, hasta nuestra última visita en 2016, algunas alteraciones menores que básicamente responden a la falta de mantenimiento y a los estragos propios del paso de los años.

Figuras 5 y 6. Bodega La Cruz (frente y lateral derecho)



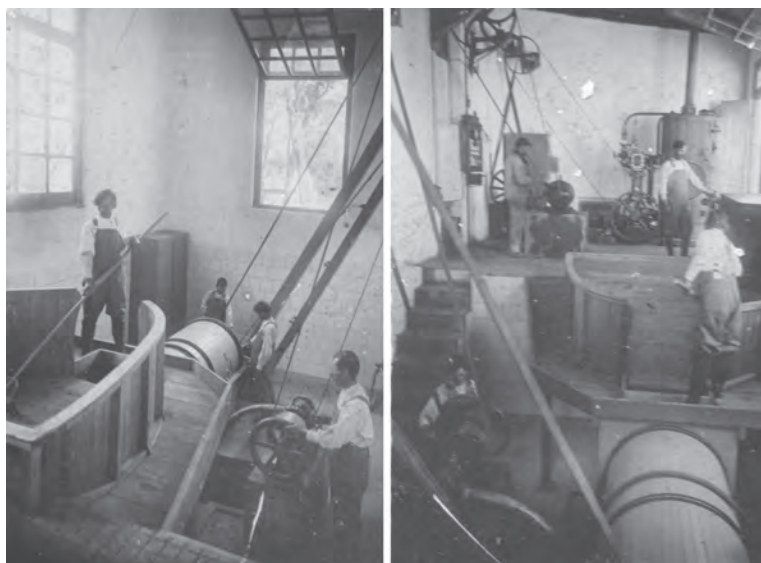
Fuente: Fotografías tomadas por Nicol de León, 2016

Esta estructura racionalista se expresa también en el interior de la bodega. Como describe Galanti (1918), la bodega utiliza las pendientes del terreno para optimizar el proceso productivo y el traspaso de los productos de un lado al otro con el uso más eficiente de mano de obra y de los espacios. Este desnivel natural fue aprovechado para diseñar un proceso continuo de producción que comienza en los viñedos y termina en la parte inferior del establecimiento, en la zona de fermentación y guarda de los vinos antes de su venta. Según la descripción de época de Galanti (1918), la bodega se compone de

...dos cuerpos principales en ángulo [como se puede ver en la foto aérea y en el plano] y de los departamentos de: fermentación, maquinaria, luz y energía eléctricas, aserradero, talleres de tonelería, carpintería y herrería, alambiques y generador de vapor [...] la materia prima que llega de la viña en pequeños carritos volcadores sigue, desde la moledora hasta el enlace de expendio del vino, su curso evolutivo, ordenado y metódico, aprovechándose las facilidades del desnivel, y determinando un considerable ahorro de mano de obra y de tiempo a la par que una mejor y más simple elaboración (p. 119).

Por este espacio, ubicado en la zona noroeste de la bodega, ingresaba la vid para luego pasar por la despalladora y la moledora y finalmente dirigirse a las piletas de fermentación ubicadas en la planta inferior de la bodega. La despalladora constituye el primer paso del proceso de transformación de la uva en vino. El espacio racionalizado y construido en el exterior trasciende y se introduce en la bodega.

Figuras 7 y 8. Bodega La Cruz (Espacio Interior destinado a molienda y fermentación)



Fuente: Fotografías obtenidas del fondo documental de la svu que se preservaba en la bodega en el 2016

Junto a la maquinaria más moderna de aquel momento se observa una construcción que favorece la ventilación y la iluminación natural de los espacios interiores, en la medida que el proceso productivo lo permita. Es llamativo para la época encontrarse con paredes azulejadas que superan los dos metros de altura.⁸

8 La bodega contenía caldera, dínamo, moledora, desgranadora Garolla, piletas de cemento forradas de baldosas comunicadas entre sí por una canaleta, mezclador eléctrico, toneles de cemento armado y prensa, con una capacidad efectiva de seiscientos mil litros (tomado de Galanti, 1918).

Esta sección luminosa y abierta se diferencia del área de fermentación y, especialmente, de la cava —ubicada en la parte inferior del edificio— que, por el tipo de construcción, tiene las condiciones de temperatura y humedad necesarias para la conservación de los vinos. En la siguiente figura se puede observar el sistema constructivo original de la sala de fermentación, con techos de paja y caña, para mantener un ambiente fresco durante dicho proceso. Del techo penden una serie de rieles y poleas que recorrían toda la bodega y que facilitaban el traslado del mosto desde un lugar a otro, así como la remoción del orujo. Como también puede apreciarse en la figura 9, las piletas estaban azulejadas y el personal vestido con uniforme, dando cuenta de otro elemento de la modernidad finisecular del siglo XIX. Sin lugar a dudas, esta imagen nos traslada al proceso taylorista que podría haber inspirado a los arquitectos y desarrolladores del emprendimiento. Por tanto, las áreas internas (de la bodega) como las externas (el paisaje domesticado) forman parte de un proyecto que intentó dar cuenta de una idea de modernización del campo uruguayo a finales del siglo XIX. Sin lugar a dudas, la svu no fue el único emprendimiento de este estilo,⁹ pero su planificación y su organización lo convirtieron en un ejemplo único de la vitivinicultura uruguaya que logró trascender el devenir del tiempo. La Cruz ha sido testigo de la relación que el ser humano ha forjado con el espacio y, por tanto, un medio para interpretar las relaciones sociales que allí se establecieron. No en vano, Galanti (1918) habla de «una bodega modelo» y destaca «el orden, la prolijidad, los conocimientos científicos y prácticos [que] se evidencian en todas las partes» (p. 118).

Figura 9. Bodega La Cruz (sector donde se encontraban las piletas de fermentación)



Fuente: Fotografía obtenida del fondo documental de la svu que se preservaba en la bodega en 2016

9 Otros establecimientos con características similares en la época son Los Cerros de San Juan en Colonia, el establecimiento de Francisco Piria en Maldonado, el establecimiento de Buonaventura Caviglia en Soriano, etcétera.

Parecería verosímil la hipótesis de que las figuras 7, 8 y 9 fueron tomadas hacia el año 1918 con motivo de una publicación de Galanti que refería al estado de situación de la industria vitivinícola uruguaya.¹⁰ Si bien el autor hace una reseña sobre los establecimientos vitivinícolas más importantes del momento (Granja Vidiella, Granja Varzi, Granja Giot, Granja Pons, Sociedad Cooperativa Regional de Viticultores, Bodega Nacional, Granja Salvo, etc.), es a la Sociedad Vitícola Uruguay a la que le dedica el mayor número de páginas e ilustraciones y a la que define como *bodega modelo*.

Estas imágenes también dan cuenta de la división social del trabajo. La svu fue una sociedad por acciones que se desarrolló a partir de una estructura empresarial fuertemente jerarquizada. El director-administrador, elegido por los accionistas, estaba encargado del establecimiento; había obreros especializados (carpintero, responsable de la bodega, injertador, etc.), capataces o cuadrilleros y trabajadores asalariados contratados como jornaleros o zafrales, según correspondiera. Esta estructura permaneció casi inalterable hasta 1912, cuando la svu decidió implementar el sistema de aparcería.

Si bien las fuentes documentales dan cuenta de una estructura de trabajo en la que se registran las labores diarias de un número fijo de asalariados que realizan tareas en el campo (poda, cura, recolección, calzada, descalzada, poda en verde, etc.) no se han encontrado imágenes que registren este tipo de tareas, a diferencia de lo que ocurre con la fase industrial (bodega), de la cual sí se conservaron registros fotográficos. Allí se ven asalariados varones, jóvenes, usando uniforme, algo novedoso para un establecimiento ubicado en una zona rural a comienzos del siglo xx. Galanti (1918) destacaba el aseo del personal, así como la utilización de uniformes por parte de quienes estaban abocados a las labores de la bodega. Los obreros vestían «polainas livianas y un pantalón con pechera que a la par de las condiciones higiénicas extensivas a la propia salud del obrero, reúne las de una estética agradable» (Galanti, 1918, p. 121). Esta descripción tan detallada del autor no solo muestra el grado de desarrollo que había logrado el establecimiento, sino, también, un modelo que pretendía imponer cierto orden y una mejor organización del trabajo.

En la figura 9 también se puede percibir cierta división social del trabajo según la posición/ubicación que toma cada individuo en la foto, y en relación con su indumentaria. Se desconoce quiénes son los personajes. La vestimenta de las personas que aparecen en esta figura da cuenta de su posición social, de su estatus. El uso de la galera y el bastón por parte de uno de los retratados se asocia directamente a un rol social de alto nivel jerárquico. Tal vez pudiera ser uno de los accionistas o el mismo Miguel A. Ferreira. Debajo de él en la estructura

10 «...la obra tendrá un carácter esencialmente ilustrativo y crítico y responderá a una independencia de criterio desprovista de toda alabanza que no resulte justificada y de toda presión catedrática. La enseñanza que pueda resultar en el curso de mi exposición, emanaba pues, de los propios datos informativos, estadísticos o gráficos que le acompañan» Finalidad y carácter de la obra (Galanti, 1819, p. 17).

social de la fotografía encontramos al capataz, luego los obreros, tal vez los más especializados, y finalmente los novatos, que están representados por estos púberes que tal vez no tengan más de 15 años.

La misma imagen brinda también información sobre las labores de bodega, ya que se identifica con claridad el uso de la prensa y el trasiego de vinos o mostos de una cuba a la otra, tarea frecuente en el proceso de elaboración de los vinos luego de la fase inicial de molienda y fermentación.

El paisaje construido: llegó para quedarse

Hacia el año 1900, el establecimiento había llegado a su pleno desarrollo, habiendo atravesado sin grandes contratiempos la presencia de la filoxera.¹¹ A comienzos del siglo xx, la svu contaba con unos 40000 pies de vides americanas que se utilizaron para la realización de 1800 injertos de la variedad Harriague. Según los libros de bodegas, la svu contaba entre sus existencias con 1700 litros de vino tinto, 875 litros de blancos, 335 litros de coñac y 585 litros de grapa; todo ello ascendía a un valor de \$23623,06. Con orgullo, el director de la svu manifestaba que en un plazo no mayor a un año estaría en condiciones de reconstruir el viñedo. A su vez declara que «...vista la escasa producción de Cabernet y su propensión a ser atacada por antracnosis, se ha continuado injertando esta variedad con Harriague y tenemos actualmente 35000 injertos logrados» (svu, 1900). Como se muestra en el plan original, estas parcelas estaban dispuestas en forma de damero alrededor de la bodega y sus rasgos perviven hasta el presente.¹²

Con el paso del tiempo lamentablemente se han perdido muchos elementos significativos de este emprendimiento, pero otros han sobrevivido como *cicatrices* en el territorio. Las huellas de la intervención humana dejan marcas en el paisaje —mucho más cuando este ha sido explotado de manera intensiva— y en sus representaciones simbólicas.

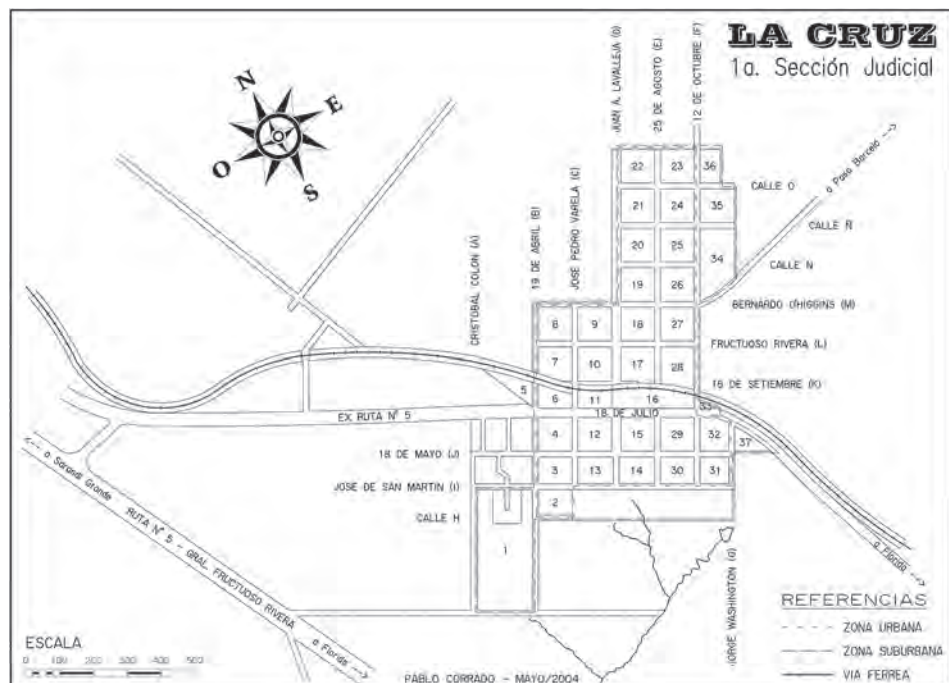
Como se observa en el mapa destinado a representar el nuevo trazado de la Ruta n.º 5 Brigadier General Fructuoso Rivera (figura 10) de 2004, el establecimiento de la svu no está identificado, con lo cual perdió su centralidad o lugar de referencia. Sin lugar a dudas esto tiene que ver con su decadencia y con la pérdida de referencia por parte de las nuevas generaciones de técnicos y del Estado. En este plano solo es posible percibir, por un ojo experto, las calles internas de acceso a la estancia y bodega, que parecen no llevar a ningún lado, pero que lo conectan con la antigua ruta 5. Por otro lado, el nuevo trazado también da cuenta de la escasa importancia que se le da al establecimiento, con un acceso restringido y mal mantenido. En esta nueva representación de comienzos del siglo xxi, el espacio

11 La filoxera contaminó viñedos franceses a partir de 1860. La plaga se extendió en el país siguiendo la densidad de plantación y la influencia de los vientos dominantes. A pesar de las medidas tomadas por los distintos estados para controlar la importación de vid, la filoxera infectó progresivamente los viñedos de todo el mundo, excepto los plantados en suelo arenoso.

12 Según los datos provistos por la enóloga y agrónoma Estela de Frutos, en 2016 había una hectárea de vides que tendría alrededor de cien años.

vacío domina el predio de la svu, asumiendo un lugar de preponderancia el pueblo y sus vías de acceso. El mapa representa en cierta medida la decadencia y el olvido del que estaba siendo objeto dicho establecimiento.¹³

Figura 10



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, *Cartografía*, 2004.

No obstante, hoy es posible apreciar las huellas de la svu en las vistas de las imágenes tomadas desde Google Earth (figura 11). Las edificaciones, las calles internas, las parcelas, los montes y los límites han dejado su impronta en el espacio construido a finales del siglo XIX. Esto supuso la expresión de códigos sociales de un determinado grupo humano; el espacio que estos construyeron muestra determinadas representaciones que dejaron huellas en el paisaje, es decir, la manifestación en el territorio y la ordenación en este permiten comprender el espacio construido, incorporando tanto la expresión arquitectónica como el paisaje. Aun cuando ya no están las grandes extensiones de viñedos a partir de esta imagen satelital es sencillo analizar su posición, el proceso de producción y hasta su desarrollo.

13 Entre 2004 y 2010 la familia Arocena, que desde la década del cincuenta tenía el 100% de las acciones de la empresa svu, comienza a desprenderse de los campos, la bodega y un importante viñedo en producción.

Figura 11. Plano satelital del establecimiento



Fuente: Google Earth, agosto de 2019.

Intentando hacer un paralelismo con el mapa que se muestra en la imagen se ha tomado una foto de Google Earth donde se puede observar, en la parte inferior, el pueblo de La Cruz y, en el centro, a la svu, o los vestigios que de esta han quedado testimoniados en el paisaje. Se pueden distinguir con claridad los edificios, sus jardines y los espacios de bosques, así como también las parcelas, aun cuando muchas —que no estaban identificadas en el mapa anterior— ya no están en producción. La construcción en parcelas característica de la vitivinicultura dejó sus marcas en el territorio, notorias en la imagen satelital. En el centro de la imagen se identifica la parcela con vides, que aún perviven al momento de su registro (2019), así como también el bosque de álamos y alcornos ubicados en el ángulo superior izquierdo de la imagen. Los caminos que limitan la propiedad y las vías del ferrocarril marcan claramente la importancia que tuvo dicho establecimiento en el pasado.

Conclusiones

Sin lugar a dudas, la utilización de las imágenes como fuente documental es una herramienta necesaria para apreciar las transformaciones a lo largo de los años. Estas, en sentido amplio, permiten analizar un problema desde una dimensión diferente a la que suele hacerse a partir de fuentes escritas u orales. Cuando se pretende reconstruir parte de la historia social y empresarial de uno de los emprendimientos más emblemáticos de la vitivinicultura uruguaya de fines del siglo XIX la imagen nos enfrenta con nuestra propia subjetividad.

En este capítulo se ha dado cuenta del proceso de construcción ideológica de un sector de la élite uruguaya que aseguraba que el campo era un lugar propicio para el desarrollo capitalista basado en la agricultura. La svu fue un proyecto concebido para demostrar el potencial de desarrollo que tenía Uruguay a finales del siglo XIX, pero también la capacidad de transformación que poseía su élite política y económica.

Así, el paisaje fue transformado con una clara intencionalidad productiva, pero, al mismo tiempo, dicho proceso fue transmitido a partir de imágenes que simbolizaban este cambio. Ni las fotografías ni los mapas fueron meras ilustraciones, sino *constructos* —entendidos estos como una síntesis de un proceso complejo de transformación socioeconómica— que permiten percibir el ideario modernizador.

A lo largo de estos casi cien años se ha modificado la sociedad, las vías de acceso y hasta el papel productivo de la svu. Los edificios, el pueblo, los viñedos, el bosque y el ferrocarril se mantienen hoy como parte de un pasado modernizador. Dicho proceso ha dejado huellas en el espacio construido y en el imaginario de sus pobladores.

Referencias

- BERETTA CURI, A. (2003). La acción de una elite empresaria desde la Asociación Rural del Uruguay: el caso de la vitivinicultura (1871-1930). En: *Segundo congreso de historia vitivinícola, Uruguay en el contexto regional (1870-1950)*. Recuperado de <https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/estudio_agrarios/GRIMVITIS/II_congreso/2do%20Congreso%20vino.pdf>
- (2011). Élités, agricultura y modernización: el programa de la Asociación Rural del Uruguay, 1870-1900. En: A. BERETTA CURI (Coord.), *Agricultura y modernización, 1840-1930*. Montevideo: Ediciones universitarias-CSIC. Recuperado de <<https://www.csic.edu.uy/content/agricultura-y-modernizaci%C3%B3n-1840-1930>>
- BONFANTI, D. (2015). *Una mina más rica que las de oro de Potosí: élites, técnicos, instituciones y trabajadores en el nacimiento de la vitivinicultura uruguaya (1870-1930)* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid).
- BRAUDILLARD, J. (1981). *El espejo de la producción*. Barcelona: Gedisa.
- CERDÁ, J. M., y BENTANCOR BOSSIO, A. (2016). «Empezar es haber andado la mitad»: organización social y condiciones laborales en la Sociedad Vitícola Uruguaya. *Mundo Agrario*, 17(34). Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1515-59942016000100006>
- CLEMENT, C. R. (2014). Landscape Domestication and Archaeology. En: SMITH, C. (Ed.), *Encyclopedia of Global Archaeology* (pp. 4388-4394): Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0465-2_817>
- CRiado BOADO, F. (1993). Límites y posibilidades de la arqueología del paisaje. *SPAL*, 2, 9-55. Recuperado de <http://institucional.us.es/revistas/spal/2/art_1.pdf>
- (1999). Del terreno al espacio: planteamientos y perspectivas para la arqueología del paisaje. *Capa 6. Criterios y Convenciones de la Arqueología del Paisaje*. Grupo de Investigación en Arqueología del Paisaje, Universidad de Santiago de Compostela. Recuperado de <<http://hdl.handle.net/10261/5698>>
- (2013). *Arqueología del paisaje: las formas del espacio en la Galicia Antigua* (Preprint). Recuperado de <<http://hdl.handle.net/10261/66142>>.
- * GALANTI, A. (1918). *El vino: la industria vitivinícola uruguaya*. Mendoza: Tipografía Italia.
- KNAPP, A. B., y ASHMORE, W. (1999). Archaeological Landscapes: Constructed, Conceptualized, Ideational. En: W. ASHMORE y A. B. KNAPP (Eds.), *Archaeologies of Landscape. Contemporary Perspectives*. Malden: Blackwell.
- Libro de Florida y su departamento. *Diario del Plata*, Montevideo, noviembre de 1931.
- * LÓPEZ CAMPAÑA, P. (Dir.) (1825). *El libro del centenario del Uruguay*. Montevideo: Imprenta Latina-Agencia Capurro.
- MILLOT, J., y BERTINO, M. (1996). *Historia económica del Uruguay*. Tomo II, 1860-1910. Montevideo: FCU.
- MONMONIER, M. (1993). *Mapping It Out: Expository Cartography for the Humanities and Social Sciences*. Chicago: University of Chicago Press.
- (1996). *How to Lie with Maps*. Chicago: University of Chicago Press.
- MORAES, M. I. (1999). Dos versiones sobre las transformaciones económicas y sociales del medio rural uruguayo entre 1860-1914. *Cuadernos del CLAEH*, 24(83-84).
- MORAES, M. I. (2011). Las transformaciones rurales en el Uruguay de la segunda mitad del siglo xx: una síntesis revisada. En: A. BERETTA CURI (Coord.), *Agricultura y modernización, 1840-1930*. Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.csic.edu.uy/content/agricultura-y-modernizaci%C3%B3n-1840-1930>>

- * PALOMEQUE, A. (1900). *Triunfo!* Tomo 1. Montevideo: Imprenta El siglo ilustrado.
- Asociación Rural del Uruguay, *Revista de la Asociación Rural del Uruguay (RARU)*. Varios números
- SANTOS, M. (1988). *Metamorfoses do espaço habitado*. San Pablo: Hucitec.
- (1996). *De la totalidad al lugar*. Barcelona: Oikos-Tau.
- Sociedad Vitícola Uruguaya. *Revista de la Asociación Rural del Uruguay (RARU)*, 31 de marzo de 1887, año XVI, n.º 6, Montevideo, Asociación Rural del Uruguay.
- Uruguay (1929). Ley n.º 8.497 de 23 de octubre de 1929. La Cruz Código 08.723 (3.ª Sección Censal del Departamento de Florida). Elevada a Pueblo la agrupación de sus casas. Instituto Nacional de Estadística (INE), Toponimia y categorización jurídica oficial de las localidades urbanas de Uruguay, p. 32. Recuperado de <<https://www.ine.gub.uy/documents/10181/34551/Toponimia+y+categorizaci%C3%B3n+jur%C3%ADdica+oficial+de+las+localidades+urbanas+de+Uruguay/f1af89b9-6d5c-42bc-9826-ec5cbe6b4ffd>>

Los trazos del vino. Etiquetas y publicidad (1870-1930)

ESTELA DE FRUTOS Y ALCIDES BERETTA CURI

Aproximarnos a la producción de vinos en el Uruguay del 900 es un objetivo al que se puede llegar transitando diferentes caminos. En esta oportunidad será a través de etiquetas y publicidad, que nos introducen en las estrategias de las empresas para posicionar los productos nacionales en un mercado hasta entonces exclusivo del vino europeo. Es cierto que se presenta una dificultad inicial, ya que la mayoría de las antiguas bodegas han desaparecido, los archivos estatales conservan escasa documentación al respecto y, con frecuencia, tanto las bodegas que perduran como las memorias familiares, no siempre cuentan con los documentos y la información requeridos por los investigadores. Sin embargo, una tesonera motivación y la sensibilidad y el interés de terceras personas han concurrido en un esfuerzo común para reunir los materiales que hacen posible este capítulo.

Etiquetas y mercados del vino

La etiqueta de un vino, tanto de ayer como de hoy, puede conducirnos a través de la imagen y del texto al paisaje de origen, al estilo del producto e incluso al perfil del elaborador, porque este suele intervenir en forma directa desde la producción de la uva hasta la comercialización, como una característica de la industria vitivinícola mundial y de todos los tiempos. La botella —por su forma, color y peso—, la etiqueta, la contraetiqueta y la cápsula son la presentación del vino y anuncian su contenido, no solo por perfil, sino, y principalmente, por su segmento de mercado. Cuando ubicamos, aceptamos o descubrimos esta relación directa entre presentación del vino y mercado, encontramos un hilo conductor sólido para analizar las etiquetas de los vinos uruguayos en el período que nos ocupa.

El punto de partida será entonces considerar la presencia de vino importado en Uruguay en el período (1870-1930). En 1874, cuando aún no había registros de producción nacional, el vino importado ocuparía casi el 100% del consumo. Cabe recordar, además, que el puerto de Montevideo fue, desde fines del siglo XVIII, uno de los puntos de entrada más importantes del vino europeo a la región. En 1904 las cifras de vino importado y nacional se equilibraron y mostraron el crecimiento del consumo del vino uruguayo, que continuó posicionándose en el mercado interno ganando el paladar de los uruguayos. Al final del período (1930), la producción nacional ocupaba el 98% del mercado. Este crecimiento de producción y mercado conlleva acciones de penetración y ventas

que actualmente llamaríamos de difusión y *marketing*, en las que las etiquetas ocupan un lugar importantísimo, en la construcción de imagen y prestigio. Entonces, con esta premisa de valor estratégico, analizaremos cuánto influyeron las etiquetas de los vinos europeos en el diseño de las que exhibieron los primeros vinos uruguayos, vinos que empezaron a convivir y competir en el pequeño mercado local uruguayo, incluso casi en exclusividad montevideano.

No hay duda de que buscamos parecernos y diferenciarnos. Primero, para heredar o transmitir imagen de prestigio. Segundo, porque la diferenciación es un gran valor del vino, y el origen es la primera fuente de estas diferencias, debido a factores naturales y humanos de cada región.

Conceptos implícitos en las etiquetas

Un recorrido por el muestrario de etiquetas disponibles nos aproxima a conceptos de gran valor internacional del pasado y del presente.

Desarrollaremos primero el concepto de *vino natural*, que figura en las etiquetas y toma valor de ley en 1903. La norma quizá tenga su origen en la defensa del vino nacional frente al extranjero, que incluso se importaba para corte con el uruguayo, para aumentar su grado alcohólico.

Los otros conceptos importantísimos son el de *vino regional* y el de *marca registrada regional*. El origen era muy valorizado en los cuatro países grandes exportadores de vino en esa época casi en exclusividad hasta 1950: España, Francia, Italia y Portugal. En el caso de Portugal, la apelación de origen *vinho de Porto* es de 1756. En Italia, el *chianti* desde 1716. En 1902 se promulga en España una real orden que determina el origen para los vinos de Rioja. En Francia, Burdeos hace la primera clasificación de sus vinos por origen en 1855, y la Cámara de Comercio las inscribe, en 1932, para darles visibilidad comercial. Así, apreciamos la importancia que en el vino tenía y tiene la procedencia, por ser un producto de la tierra.

En tercer lugar, las etiquetas informan qué tipos de vinos se elaboraban, entre los que predominaban los tintos y se incluían vinos especiales como el champán. El jugo de uva ocupaba un lugar importante, seguramente por su valor como alimento, y en los anuncios se destacaba que no tenía alcohol.

Este camino de vincular las etiquetas con la realidad comercial y analizar la evolución y el desarrollo del producto nacional nos ubica claramente como recién llegados a la vitivinicultura: desde el Nuevo Mundo al universo del vino, con la vista puesta en el Viejo Mundo donde estaba la historia, la tradición, las uvas, las tecnologías, el saber y el sabor del vino, como la bebida de la civilización.

¿Qué anuncian las etiquetas? El origen, la calidad y el perfil sensorial que vamos a encontrar en el vino. ¿Como lo anuncian? Mediante el texto y la imagen. La imagen es de suma importancia en la identificación de una marca de vino, y en su construcción colaboraron litógrafos, dibujantes y artistas plásticos que reconstruyeron o recrearon valores y tácticas europeas para instalar

una imagen de prestigio en la sociedad local a los efectos de generar su propio mercado de consumidores calificados. Con esa perspectiva, hacia el 900, tanto en Europa como en la región austral de América del Sur estaba planteado el dilema entre cantidad y calidad (Stein y Mateu, 2006; Carmona *et al.*, 2001; Pan-Montojo, 1994) que, considerando al destinatario final, se saldaba al orientarse hacia el concepto de calidad intrínseca del vino para cerrar el círculo de oferta y demanda de calidad.

En las próximas páginas presentaremos algunos temas principales en torno a los cuales los productores organizaron su acceso al mercado. Estrategias empresariales y, principalmente, una legislación proteccionista por un lado, y por otro, rigurosa y respetuosa del vino natural, concurrieron en concretar con éxito ese objetivo. El crecimiento de la producción nacional fue equilibrando las importaciones, y la ecuación de equilibrio en este rubro es la coexistencia de importado y nacional, precisamente porque se hace culto de la diversidad. Cómo explicar, si no, que Francia es el primer exportador en la historia y primero, segundo o tercer importador mundial. La producción fue aumentando con el mercado. Por lo tanto, acciones publicitarias e imágenes asociativas de cultura o tradición vitivinícola estuvieron al servicio del posicionamiento del vino uruguayo en el último cuarto del siglo XIX y las primeras décadas del XX.

Vinos nacionales y extranjeros

Este análisis será el marco para abordar las variedades de vinos uruguayos del 900 y el mensaje al consumidor, a partir de la lectura de los carteles y las etiquetas. El análisis contrastará la recurrencia de las imágenes importadas de los más importantes productores de vinos europeos con la búsqueda de la jerarquización de la producción nacional. Esta perspectiva introduce una tensión entre las referencias que se buscaban en lo europeo y la reivindicación de lo local.

Hasta inicios del 900, los vinos europeos disputaron con éxito el mercado interno a los producidos en Uruguay. La importación se hacía en botellas, pero mayoritariamente en toneles; luego, importadores y bodegueros procedían al envasado en botellas, botellones y damajuanas. Parte de esas importaciones tenían como destino a los consumidores, pero eran importantes las partidas destinadas *a corte* con vinos nacionales a los efectos de lograr resultados que se ajustaran mejor al gusto de los compradores.

Figuras 1 y 2. Etiquetas de vino importado Etiquetas de vino importado

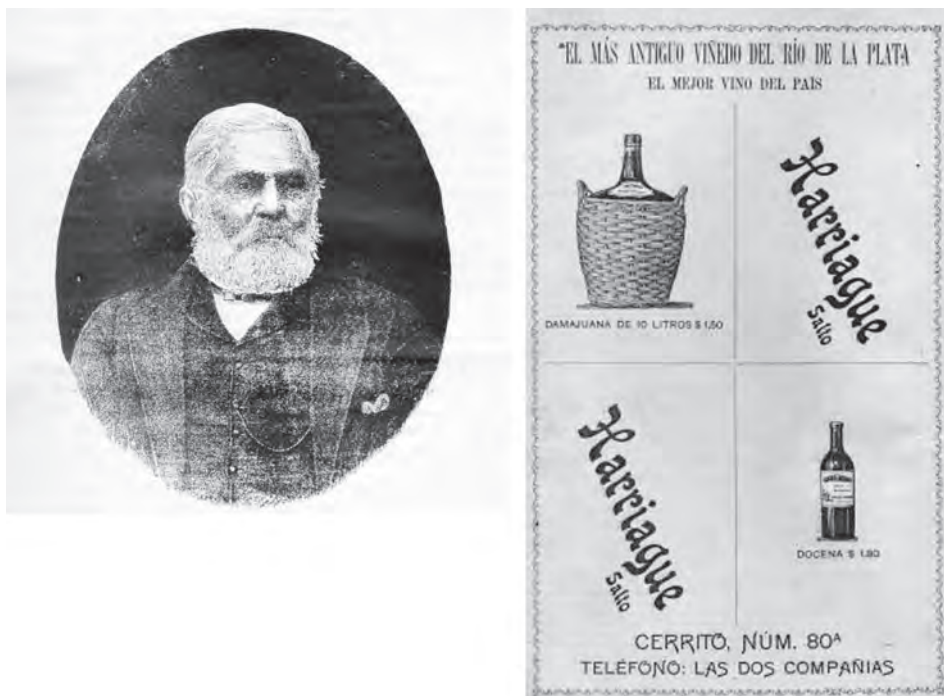


Fuente: Museo Histórico Nacional (MHN); registro fotográfico: Clara von Sanden

La mayoría de los vinos importados en botella ingresaban con etiquetas de origen. Los envasados en Uruguay —en botellas y damajuanas— eran etiquetados en destino. Los impresos, al inicio, eran adquiridos en Europa aunque, paulatinamente, se fueron haciendo en Montevideo, donde las numerosas casas litográficas contaban con buenos dibujantes y grabadores. De todos modos, las primeras etiquetas uruguayas se inspiraron en diseños europeos y, en no pocas oportunidades, reproducían motivos, colores y hasta leyendas —vertidas al castellano— de ese origen. Estas etiquetas registraban, además, el nombre de la casa importadora en esta capital (figuras 1 y 2).

Si se trascienden las relaciones entre mercado y publicidad, la etiqueta esboza un vínculo de origen entre el autor del vino y el autor de la imagen para la etiqueta o el aviso publicitario. Varios vitivinicultores habían alcanzado un prestigio nacional —como Harriague, Vidiella, Pons o Varzi— y para los lectores de periódicos y revistas sus retratos y fotografías eran conocidos. Las figuras 3 y 4 nos presentan al vitivinicultor Pascual Harriague y un aviso publicitario de sus vinos, envasados en damajuanas y botellas. La publicidad o las etiquetas de los vinos remitían, inmediatamente, a un nombre que era también el registro de una ruta personal: el inmigrante que, por tesón, se había encumbrado como hombre de negocios. El viñedo y su vino eran fruto de ese esfuerzo personal y, al beberlo, otros hombres esforzados por igual podían degustar el futuro que anhelaban para sí.

Figura 3 (izq.) retrato de Pascual Harriague
 Figura 4 (der.) aviso publicitario de los vinos Harriague



Fuente: 3) *La Idea*, 1892; 4) aviso en revista *Rojo y Blanco*, noviembre de 1900.

El vino uruguayo y la protección de la industria nacional

El desarrollo de la vitivinicultura uruguaya se registró en el contexto de una fuerte ofensiva de las fuerzas sociales que privilegiaron la expansión del mercado interno y el desarrollo de la producción local. En 1875 se aprobó una ley de protección a la industria que persiguió fines fiscalistas, para un Estado asfixiado por las deudas. No obstante, tuvo un efecto benéfico sobre el sector y, a su amparo, se multiplicaron fábricas, medianas empresas y talleres. En los años siguientes, diversas leyes profundizaron las medidas proteccionistas y ampliaron el registro de productos, entre los que se incluyó el vino.

En la fugaz prosperidad de la *época de Reus* y al amparo de la mencionada legislación, los industriales tuvieron una prédica sostenida, publicaron folletos de sus establecimientos y los acompañaron con una original publicidad en la prensa, a veces como portavoces de un agresivo nacionalismo. La Unión Industrial Uruguaya (UIU), fundada en 1898, integró como filiales a diversos gremios patronales, entre otros, al Centro de Viticultores, del que fuera presidente el empresario Pablo Varzi —figura rectora del sector— y, a la vez, primer presidente de la UIU. De modo que los bodegueros tuvieron una activa

participación en estas campañas de protección a la industria nacional, y *alertaron* a la población respecto a la conveniencia de consumir *productos nacionales*, es decir, *vinos nacionales*.

En el 900, ese posicionamiento se reflejó en las etiquetas, que incorporaron diversas imágenes identificadoras de los vinos, como uruguayos. Etiquetas sencillas que acreditaban la bodega elaboradora.

Figura 5. Etiqueta de vino (ca. 1900)



Fuente: MHN; registro fotográfico: Clara von Sanden

Los símbolos patrios formaron parte de la publicidad que reivindicaba lo nacional y, por extensión, el escudo y la bandera del país se incorporaron como atributos del vino (figura 5). ¿Cómo pudo impactar visualmente la presencia en la mesa de una botella de vino cuya etiqueta presentaba el escudo nacional? Para los niños que compartían el almuerzo con sus mayores esos símbolos concurrían a la construcción de una identidad en la cual el esfuerzo del trabajo nacional aportaba a la construcción del Uruguay moderno, con sabor a *nuestro*.

Figura 6. Afiche comercial



Fuente: MHN; registro fotográfico: Clara von Sanden

En esta misma perspectiva, a inicios del novecientos, la firma J. L. del Grosso y Cía. identificó su vino vermut con la figura de la patria, que, coronada por el gorro frigio, ostentaba en una mano la bandera nacional y en la otra una botella de vino. El ilustrador añadió otros datos que no dejaban dudas al consumidor: el cerro de Montevideo y la columna con la estatua de la Paz —obra del escultor italiano José Livi— ubicada en la plaza Cagancha (figura 6).

Figuras 7 y 8. Publicidad de vinos en la prensa diaria



Fuente: 7) *La Tribuna Popular*, 20 de diciembre de 1924
(gentileza Daniel Fessler); 8) *El Día*¹

Estas ilustraciones —etiquetas, avisos y carteles publicitarios— alimentaron un sentimiento nacionalista que fue muy bien utilizado por los bodegueros. Sin embargo, nada aportaban respecto a cualidades del vino nacional. Sin dudas, cada bodeguero que recurría a esta imaginaria proponía su vino a un segmento de consumidores fuertemente receptivo a símbolos y expresiones afines a lo nacional, lo uruguayo. En la producción nacional también se destaca la presencia del Pabellón Nacional, como espíritu del vino, como sentimiento del terruño, *el vino de mi tierra*. Sin embargo, en la segunda década del siglo xx, en un contexto igualmente proteccionista, la imagen se independizó de las filiaciones patrióticas (figuras 7 y 8). Aflora a esta perspectiva una nota sobre la bodega Magdalena, de José Nan, en el Pantanoso, en la que se reconocía: «Nos encontramos, pues, frente a un establecimiento que honra a nuestra naciente industria, robusteciendo el concepto de que hay vinos nacionales [...] genuinamente puros

1 El aviso publicitario fue acreditado en el diario *El Día*. El recorte está anexado a una nota mecanografiada del Centro de Viticultores y Bodegueros del Uruguay, sin especificar fecha de publicación (ca. 1928).

y productos de excelente uva» (Gran almanaque enciclopédico, 1916, p. 245). Paulatinamente el vino uruguayo se desafiaba de los símbolos patrios en una buscada identificación con los atributos *naturaleza* y *excelencia*.

El vino y la caza

En el siglo XIX, el vino fue asociado a una práctica de la vieja aristocracia asimilada por la burguesía europea: la caza. En el viejo continente, esas imágenes reconocían un extenso trayecto: emergían de la lectura de los clásicos —el episodio de Odiseo y la caza del jabalí; Artemisa y el ciervo, entre otras referencias mitológicas— y de la pintura inglesa y francesa de los siglos XVII y XVIII. En el siglo XIX continuó el atractivo por el tema, que se impuso con un sello de distinción. Se difundieron postales, litografías y fotos con escenas dominadas por hombres y perros en acción, infatigables tras sus presas (figuras 9 y 10). En las residencias privadas, pinturas al estuco, óleos y acuarelas ornaron patios y salas de fiesta o los espacios más íntimos de la familia burguesa. Las fincas rurales contaban con bosques —usados también como cotos de caza— y áreas productivas, donde los viñedos ocuparon un lugar destacado. Surgía así una sociedad natural entre una bebida de la tierra y la carne a consumir, producto también de ese solar.

Figura 9 (izq.) Francisco de Goya, Cacería del jabalí,
Figura 10 (der.) Paul de Vos, Cacería



Fuente: 9) Goya, La caza del jabalí: <https://es.wikipedia.org/wiki/La_caza_del_jabal%C3%AD#/media/Archivo:La_caza_del_jabal%C3%AD.jpg>;

10) Paul de Vos, cacería: <https://es.wikipedia.org/wiki/Paul_de_Vos#/media/Archivo:Paul_de_Vos_Staghunt.jpg>.

Las imágenes de la caza también se difundieron en América Latina y las nuevas clases dirigentes las adoptaron, pero no de un modo servil. La caza era

una actividad presente desde la historia colonial, aunque no se asimilaba como certificado de un estatus social.

Luego de su estadía en Montevideo como diplomático francés, en su obra *La République Orientale de l'Uruguay* (publicada en 1892), el conde de Saint-Foix destinó el último capítulo a la caza. Hombre de mundo, tejió relaciones con las élites locales, autoridades nacionales y el cuerpo diplomático acreditado en el país. Recorrió Uruguay y dejó referencias sobre la vida social y cultural, la producción y las comunicaciones. Invitado por José de Buschental a visitar su establecimiento agropecuario, recogió impresiones sobre las tierras no explotadas, donde diversas especies eran objeto de caza: patos, perdices, venados y avestruces; zorros de pelaje gris, que pululaban en las inmediaciones del río San José. Saint-Foix también recorrió los campos del terrateniente M. Paullier —en el Escudero—, donde descubrió la existencia de venados, del león americano (puma) y multitud de tórtolas, perdices y chajáes. En la estancia Peyre —cerca de Libertad— se encontró con lobos de mar y tortugas y dedicó varias páginas a las aves de la región, así como a los peces y la pesca (Saint-Foix, 1892, pp. 300-339).

Figuras 11, 12 y 13. Cartel y avisos publicitarios de vinos



Fuentes: 11) periódico *El industrial uruguayo* (1901); 12) Archivo Andrea Bonomi; 13) revista *Rojo y Blanco* (noviembre 1900).

La variedad de la fauna en este pequeño país, así como las prácticas sociales y gastronómicas, constituyeron importantes estímulos al etiquetado de los vinos nacionales. La bodega Campisteguy² proponía, en la figura señorial de un ciervo, la sociedad de sus vinos con el bosque, los frutos y las carnes rojas. A su vez, la bodega de Sexto Bonomi desarrolló una línea de vinos perdiguero. La imagen del ñandú bautizó una exitosa elaboración de tintos de la Bodega Nacional (Lamaison y Villemur). En síntesis, se proponían vinos que, al tiempo que proclamaban su rusticidad, asociaban el placer cinegético y la gastronomía (figuras 7, 8 y 9).

El nexo resultaba más sencillo en la medida que la mayor parte de los viticultores eran europeos radicados en el país o hijos de inmigrantes. Por otra parte, no se trataba de una vulgar imitación: ciervos, jabalíes y otros animales de caza formaban parte de la fauna local —no necesariamente autóctonos— y sus carnes eran apreciadas desde los inicios de la república.

Etiquetas y variedades

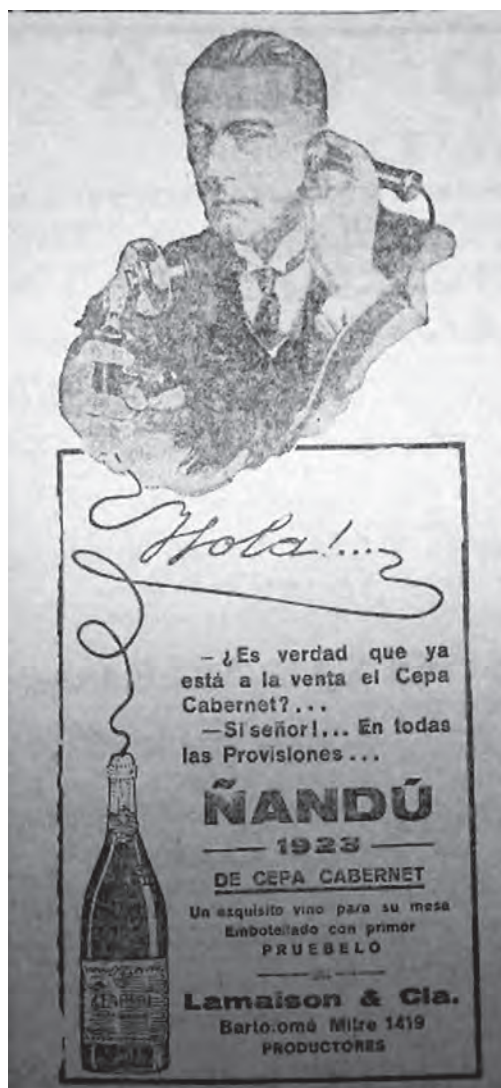
Las etiquetas y los avisos no identificaban las variedades (cabernet, tannat, etcétera), sino que referían de forma genérica a *vinos tintos*. Excepcionalmente incorporaron información cualitativa como una de la Granja Varzi —fundada en 1887— que rotulaba *Borgoña*. Galanti reconoce el mérito de Pablo Varzi en ser el principal introductor de la cepa *Gamay Noire* o *Borgoña* y de difundirla en Uruguay. Por otra parte, fue una buscada forma de afrancesar un producto local, si se tiene en cuenta el fuerte ascendiente francés en la cultura uruguaya del novecientos.

Décadas más tarde, un aviso en la prensa de la Bodega Nacional —propiedad de los empresarios Lamaison y Villemur³— para sus vinos Ñandú identificaba la variedad cabernet (figura 14). ¿Cómo leer el aviso? Es posible que persiguiera el objetivo de educar al consumidor orientándolo hacia una propuesta definida de vino. Galanti entrevistó a los empresarios, que respecto a la relación calidad-precio de sus productos se enorgullecían al expresar: «Los precios más altos de plaza son siempre los nuestros» (Galanti, ¿1918?, 133).

2 Juan Campisteguy (1859-1937), hijo de un inmigrante vasco, fue militar, abogado, y político de larga trayectoria y presidente de la república entre 1927 y 1931.

3 La Bodega Nacional fue fundada en 1900 por dos empresarios procedentes de otras ramas de la industria. No incursionaron en la fase agraria y su desempeño fue en la producción de vinos.

Figura 14. Aviso publicitario en *La Tribuna Popular*



Fuente: *La Tribuna Popular*, 23 de diciembre de 1925

Probablemente estos empresarios habían captado un sector de consumidores con buen poder adquisitivo —visible en la imagen masculina—, con paladar *educado*, y al que se informaba sobre una línea de producción de la bodega. Habilita esta interpretación el proceso avanzado de la reconversión posfiloxérica que puso en circulación abundante información sobre viñedos y vinos, a través de la prensa. Por otra parte, en todas las zonas vitícolas del país se había impuesto la variedad tannat —con el nombre de Harriague—, opacando otras variedades como la cabernet.

La ineludible referencia francesa

Francia era el país referente en cuanto a vinos de calidad, y algunos bodegueros recurrieron a imágenes que remitían a esa nación y al poder imperial, como el citado Bonomi con su sello Emperador (figura 15). No fue inocente la elección, ya que Napoleón fue exponente de los ideales burgueses que la revolución impulsó en Francia y que el imperio difundió en Europa y ultramar, ideales que esta naciente pequeña burguesía uruguaya reconocía como propios. Además, el imperio revistió a la burguesía triunfante con las dignidades de la aristocracia, y puso así un freno a la profundización de los procesos revolucionarios europeos.

Figura 15. Aviso publicitario en prensa



Fuente: periódico *El Industrial Uruguayo*

La etiqueta transmite varios mensajes: por un lado, la referencia a Francia como cuna de vinos de calidad; en segundo lugar, la referencia a vinos producidos en sociedades modernas que, si bien eran resultado de las revoluciones burguesas, al mismo tiempo gozaban de la estabilidad del retorno aristocrático.

La fuerza del dominio como sinónimo de calidad en los vinos

Varios vitivinicultores impulsaron sus vinos desde el prestigio de sus dominios territoriales, como fueron los casos de Francisco Piria y Buonaventura Caviglia.

En 1892, Caviglia compró 2970 ha —que habían formado parte de la estancia del barón de Mauá— a las que añadió, en 1917, dos fracciones de 300 ha cada una. Destinó alrededor de 2000 ha a la ganadería, 1200 a la agricultura y el resto a la forestación. En cuanto a la vitivinicultura, la estancia Santa Blanca era el principal productor de la zona y estaba dotado de instalaciones que la habilitaban a una elaboración de vinos superior a la uva cosechada en el establecimiento. Fue comprador de materia prima a los productores vecinos que carecían de bodega —varios años compró también vino—, y ejerció una cierta hegemonía en la localidad.

Caviglia fue un hombre que se interesó en las experiencias modernizadoras que se registraron en los países europeos, en especial en los casos de Francia e Italia. Este fue el cometido de sus 14 viajes a Europa. El empresario ligu hizo un seguimiento del desarrollo de la agricultura en Francia y sus innovaciones. Esta visión actualizada de la agronomía teórica y sus aplicaciones prácticas se fue estructurando en torno a la experiencia de quien fue el gran referente de Caviglia: el barón Bettino Ricasoli (1809-1880), quien encaró con éxito la modernización de sus establecimientos agropecuarios. En la correspondencia entre Buonaventura y el enólogo Brenno Benedetti se reiteran las referencias a Ricasoli. Este noble aburguesado no estuvo al margen del proceso de la unidad italiana y en dos oportunidades fue primer ministro (1861-1862 y 1866-1867). Representante de la *destra italiana*, el *barone di ferro* fue una de las personalidades más influyentes de su época.

Figuras 16 y 17. Establecimiento del barone Ricasoli en Brolio y etiqueta de uno de sus vinos



Fuente: Foliowine: <https://www.foliowine.com>

Figura 18. Residencia de Caviglia en Santa Blanca

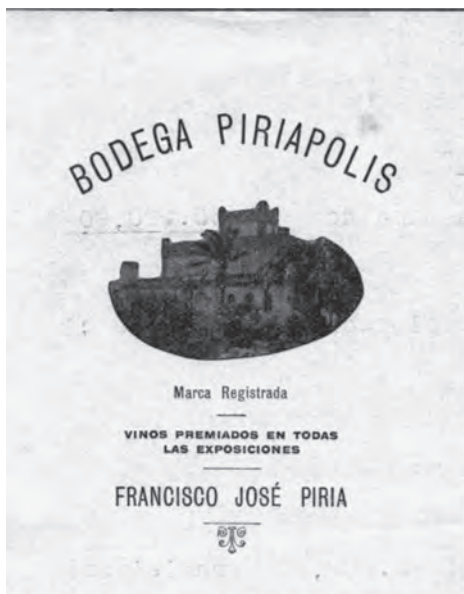


Fuente: Museo Paleontológico Alejandro Berro

Las etiquetas de la finca de Broglio reproducen el edificio y el viñedo, como un plus para un vino —el *chianti*— que tenía alta aceptación internacional (figuras 16 y 17). Caviglia procedió de modo similar. El edificio en Santa Blanca (figura 18) se immortalizó en algunas de sus etiquetas. Estas no se han conservado, pero su nieto Julio Caviglia las describió en una entrevista,⁴ aportando algunos elementos del diseño: la casa y el viñedo de colina, en declive hacia el río Negro. Identificaba la autoría de Pedro Figari.⁵

También Piria, en el balneario que immortalizó su nombre, desarrolló un emprendimiento diversificado con el viñedo más grande del país (250 ha). Como Caviglia, destacó la residencia particular —cuya imagen incorporó en algunas de sus etiquetas de vino— a modo de los *châteaux* que, de Francia, se imitaban en algunos países de América Latina (figuras 19, 20 y 21).

Figuras 19 y 20. Establecimiento de Francisco Piria



Fuente: 19) Archivo ABC; 20) Archivo Castillo Piria

4 Información brindada por Julio Caviglia Bellini; entrevista realizada el 11 de mayo de 1997.

5 El informante señala una relación amistosa de Buonaventura Caviglia con el doctor Figari y ubica ese diseño a inicios del 900. No obstante, este dato de la memoria ofrece ciertas dudas, atendiendo a la relación conflictiva de Figari con Luis Caviglia (hijo del empresario italiano), cuando el primero se desempeñaba como director de la entonces Escuela de Artes y Oficios.

Figura 21. Aviso comercial de la Bodega Piriápolis



Fuente: BSE, *Almanaque del labrador para el año 1919*

Vino, etiqueta, publicidad y arte: una alianza perdurable

Desde la última década del siglo XIX, en la promoción de sus vinos algunos empresarios contaron con la colaboración de destacados pintores y litógrafos. Por cierto, este vínculo no fue privativo del sector vitivinícola, ya que empresarios de distintas ramas de la industria recurrieron a sus servicios (Beretta y García, 1998).

Figura 22. Cartel publicitario



Fuente: Archivo Carlos Varzi

Pablo Varzi se benefició del vínculo con Carlos Alberto Castellano —primo de su esposa—, quien confeccionó una etiqueta y un afiche para sus vinos. Más tarde, el afiche fue utilizado por la Sociedad Cooperativa Regional de Viticultores, fundada por Varzi en sociedad con otros empresarios del sector (figura 22).

El francés Charles Schütz (originario de Alsacia e ilustrador de la revista *Caras y Caretas*) también hizo publicidad para empresas. Duarte señala que sus dibujos, «maravillosos retratos y caricaturas, eran fotolitos a pluma directamente sobre la piedra» y que se trataba evidentemente de «un diestro litógrafo y expertísimo conocedor del oficio» (Duarte, 1952, p. 162). Entre fines del siglo XIX e inicios del XX, Schütz diseñó algunas etiquetas y anuncios para las bodegas de José Liard y Sexto Bonomi (figuras 23 y 24).

Figuras 23 y 24. Publicidad, litógrafos y empresarios



Fuentes: 23) AABC; 24) *Caras y Caretas*, n.º 24, 28 de diciembre de 1890

Figura 25. Etiqueta de vinos Herten (ca. 1950)



Fuente: AABC

Ludovico Wiegeland —alemán instalado con litografía en Montevideo desde 1843— creó la imagen original para el viñedo de su socio Herten; no ha sido posible ubicar la etiqueta original, pero se conserva otra posterior de esa bodega, que es una recreación —en la década del veinte del siglo xx— de la versión original.

El vino natural

El vino natural fue un tema candente en el sector vitivinícola y preocupación mayor de las instituciones corporativas y los bodegueros que apostaron a la calidad. El temor al flagelo del vino artificial se presentaba de la mano de las denuncias por adulteración, tanto en el Viejo Mundo como en los escenarios de los nuevos productores. En 1887, *La Tribuna Popular* informaba que la Oficina Química de la Aduana retenía «500 pipas de vino artificial, fabricado aquí y destinado a Paysandú y otros puntos de la República», y su dirección aconsejaba al gobierno que lo arrojara al mar. («Vino artificial», 1887).

A inicios del novecientos, Luis Lerena Lenguas —pionero y figura destacada de la vitivinicultura uruguaya, directivo y expresidente de la ARU— recibió, por intermedio de la legación uruguaya en Colombia, un extracto de la memoria comercial que la legación española en aquel país dirigió al ministro de estado de España (1899) respecto al comportamiento del comercio español en ese país, y en la que se expresaba:

«algunos comerciantes, desgraciadamente españoles, más atentos a realizar en breve plazo grandes ganancias que a establecer verdaderos vínculos comerciales que serían en lo sucesivo grandes fuentes de riqueza, aún para ellos mismos, no vacilan ensalzar a estos mercados (siquiera sea precios económicos) vinos que con los nombres de Rioja y Priorato no son otra cosa que groseras adulteraciones, de que esos famosos caldos, elaborados en los gabinetes químicos y que acabarán por desacreditar el renombre universal de nuestros vinos». La

memoria urgía a implementar medidas eficaces para erradicar estas prácticas (MHN, Fondo Luis Lerena Lenguas, Tomo v, carpeta 1676).

La información precedente fue incorporada como otro dato de la cuestión entre vinos naturales y vinos artificiales y fue discutida en el primer congreso vitícola organizado por la Asociación Rural del Uruguay, en 1900. Una década más tarde, en el capítulo «Algo interesante sobre viñedos y algo más, también interesante, sobre granitos, pórfido, etc: la penúltima etapa de una excursión por Europa», Francisco Piria se refería a la adulteración de los vinos, en el contexto de la crisis generada por la presencia de la filoxera en Europa (Piria, 1913). El tema emergía sin dar tregua y, a mediados de la década del veinte del siglo xx, era recogido reiteradamente por la prensa, que daba a conocer una iniciativa del doctor Juan Campisteguy —destacado bodeguero y político— quien propuso en el seno del Consejo Nacional «se adopten medidas severísimas contra los bodegueros que envenenan a la población expendiendo vino artificial con la etiqueta de “natural” y conteniendo materias nocivas para la salud» (*La Tribuna Popular*, 1924).

Figuras 26 y 27. Etiquetas de vino natural y artificial



Fuente: 26) AABC; 27) MHN, registro fotográfico Clara von Sanden

No es de extrañar que numerosos empresarios comenzaran a incorporar en sus etiquetas la garantía *vino natural*, para distinguirlos de otros que no lo eran. Por otra parte, la legislación sancionada para el sector exigía que aquellos productores que no se ajustaran a la normativa vigente debían explicitar la condición de *artificial* de sus vinos (figuras 26 y 27).

A modo de cierre

En el escenario de una competencia por el mercado uruguayo, los empresarios bodegueros desarrollaron una fuerte ofensiva en el último cuarto del siglo XIX. Tuvieron varias herramientas a su favor. En primer lugar, una política de Estado que apostó al desarrollo del mercado interno mediante la protección de la industria nacional. En segundo lugar, contaron con un mercado que se expandía, fruto de un crecimiento demográfico vegetativo y una sostenida corriente inmigratoria que demandaba alimentos y otros artículos. Tercero, accedieron al uso empresarial de herramientas para el mercado, como la publicidad. Finalmente, se vincularon con artistas uruguayos y extranjeros —radicados en el país— que aportaron su creatividad al servicio de la industria nacional.

A través de las etiquetas y la publicidad se buscó explicar el camino de desarrollo del vino uruguayo en el período. El gusto por el vino, y sobre todo por el vino importado, había sido forjado por la población europea. La introducción de variedades, la implantación de viñedos, las tecnologías, la arquitectura de bodegas y los primeros vinos se fueron consolidando mediante el quehacer empresarial de inmigrantes europeos asentados en nuestro territorio y con capitales muchas veces generados en sus otros emprendimientos primarios.

Los primeros vinos uruguayos alcanzaron la calidad y el estilo necesarios para convivir y competir con los extranjeros. Pero para tener la imagen y el prestigio de los vinos del viejo mundo les faltaba tradición *in situ*. Esto les exigió recorrer un camino que diera lugar a un producto que gustara y que se percibiera de calidad. Por eso en un inicio se trabajó su asociación con el prestigioso vino europeo, hasta que, generada la aceptación del vino criollo, se le fue diferenciando y se comenzó a trabajar la identidad de vino uruguayo. No fue un camino original, fue un camino de expertos.

Referencias

- BERETTA CURI, A., GARCÍA ETCHVERRY, A. (1998) *Los trazos de Mercurio. Afiches publicitarios en Uruguay (1875-1930)*, Montevideo: Aguilar.
- CARMONA, J., COLOMÉ J., PAN-MONTOJO, J., y SIMPSON, J. (Eds.) (2001). *Viñas, bodegas y mercados: el cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- * «Campisteguy y el vino», *La Tribuna Popular*, 9 de junio de 1924
- DUARTE, J. (1952) *Dos siglos de publicidad en la historia del Uruguay*. Montevideo: Edición del autor.
- GALANTI, A. (¿1918?). *El vino: la industria vitivinícola uruguaya*. Mendoza: Tipografía Italia.
- Gran almanaque enciclopédico* (1916). Montevideo: Barreiro y Ramos.
- PAN-MONTOJO, J. (1994). *La bodega del mundo (1800-1936)*. Madrid: Alianza Universidad y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- PIRIA, F. (1913). *Riquezas desconocidas del Uruguay*. Montevideo: Tip. El Arte de O. M. Bertani.
- SAINT-FOIX, O. C., A. P. (1892). *La Republique Orientale de L'Uruguay: Histoire, Geographie, Moeurs et Coutumes, Commerce et Navigation*, Librairie Leopold Cerf.
- STEIN, S., MATEU, A. (2006). *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- «Vino artificial», *La Tribuna Popular*, Montevideo, 13 de enero de 1887.

Arte y cultura gastronómica. La promoción del Vino en los programas artísticos del Teatro Solís: 1870-1920

DANIELA BOURET VESPA Y GONZALO VICCI GIANOTTI

Este artículo es deudor de una mirada más amplia sobre el consumo de vinos, que tiene correlatos en diversos congresos, artículos y publicaciones en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FHCE) de la Universidad de la República (Bouret Vespa, 2014) en el marco del proyecto sobre la historia de la viticultura en el contexto regional entre 1870 y 1930, radicado en dicha facultad.

Seleccionamos un recorte temporal y espacial de la promoción de vinos para un público específico en un espacio de encuentro social por excelencia de la burguesía en ascenso, como era el Teatro Solís. En este sentido, identificamos un corpus documental en los programas de mano de los espectáculos presentados en esta sala entre 1870 y 1920, catalogados e inventariados en el Centro de Investigación, Documentación y Difusión de las Artes Escénicas del Teatro Solís (CIDDAE). Las colecciones de un acervo como el del Teatro Solís se valoran por la calidad de su material, por la información que contienen, por su origen, por el momento histórico y por las condiciones de producción. Los programas de mano mencionados —huellas de un arte efímero como el que se presenta cada noche en su escenario— permiten visualizar las publicidades que se publicaron en sus páginas y las empresas patrocinadoras, así como cuáles espectáculos se consideraron los más adecuados para promocionar los vinos entre los públicos que asistían.

Desde una mirada de larga duración, podemos decir que la promoción de vinos en el Uruguay del novecientos se produjo en un contexto de creciente atmósfera higienista; desde esta perspectiva, se buscó distinguir a un bebedor que busca una rápida alcoholización de quien consume un vino *natural* (no adulterado). Esta promoción intentó transmitir a la población un creciente concepto de patria, de identidad nacional asociada a la industria nacional, lo cual era visible en sus etiquetas, discursos y publicidades. El consumo de vinos uruguayos fue impulsado como un acto de apoyo a la producción nacional, que buscaba inculcar un valor asociado al creciente sentido de pertenencia y orgullo por la nación, a la vez que sentaba las bases del vino natural como producto saludable, denunciando las frecuentes adulteraciones.

En este período comenzaron también tímidos intentos por difundir las claves de la degustación en revistas especializadas y mediante publicidades en diarios, revistas y espacios de circulación social —como fueron los programas de espectáculos en las salas teatrales—. La otra cara de esta práctica discursiva fueron las verdaderas *batallas contra el alcoholismo*, las legiones de templanza, la búsqueda de disciplinamiento social y la *guerra* a todas las bebidas alcohólicas y todos los bebedores.

Tiempos de ensayos, errores y también de oportunidades; los contemporáneos vivieron en una atmósfera próspera o de confianza en la que la élite visualizó la vitivinicultura como una herramienta eficaz para la construcción de un nuevo modelo de país frente a una crisis de la economía tradicional. La conjugación de la crisis de mercados para la ganadería tradicional y el tasajo avivó una polémica interna muy fuerte: la disyuntiva entre país productor primario, pero modernizado (ganadería asociada con agricultura, mestización ganadera, agricultura diversificada) o un país industrializado (industrialización sustentada en la creciente importancia del mercado interno) (Barrán y Nahum, 1973a y 1973b).

La vitivinicultura se presentaba como un factor diversificador de la economía tradicional sustentado en la ganadería extensiva; se la potenciaba como un elemento clave en la consolidación de la agricultura, actividad tradicionalmente débil en el Uruguay. También presentaba buenos retornos como inversión (Jules Guyot (1861)—lectura de cabecera para los fundadores de la vitivinicultura—, tenía una rentabilidad segura del 10% sobre la inversión de capital para los países vitivinícolas y, particularmente en el caso francés, la vitivinicultura era intensiva en el uso de la mano de obra y requería conocimientos y habilidades que concurrían a la «domesticación» del peón de estancia y creaba hábitos de orden y trabajo. Por tanto, al debilitar los bolsones sociales de marginales y peones estacionales sobre los que se sustentaban las guerras civiles¹ se presentaba como un factor de estabilidad política.

En este contexto comenzaron los primeros ensayos exitosos de vitivinicultura, con Pascual Harriague en Salto (1874), Francisco Vidiella (1876) y Pablo Varzi (1887) en Colón y Portal en Manga (1880) (De Frutos y Beretta, 1999, p. 17), que llevaron a considerar esta actividad como una verdadera «mina»² al interior de la instrumentación del modelo industrial.

La inmigración jugó un rol trascendente en la implementación de esta industria, en especial la italiana, por su tradición alimenticia y cultural en el más amplio sentido. El mercado interno, aunque de escasas dimensiones, creció fundamentalmente gracias al elemento inmigrante, pasando de una población de

1 El «desempleo tecnológico» —resultado de las transformaciones operadas en el medio rural, particularmente el cercamiento de los campos— convirtió en excedentarios a parte de los trabajadores. Los pueblos de ratas se construyeron con los expulsados de las estancias (alrededor de cuarenta mil personas, 10% de la población rural) (Barrán y Nahum, 1973a).

2 *RARU*, Montevideo, 30 de julio de 1880, p. 519 y *RARU*, n.º 5, año IX, Montevideo, 15 de marzo de 1880, p. 68.

un millón en 1900 a más de un millón novecientos en 1930. En este período el consumo de vinos nacionales comenzó un proceso de ascenso en este mercado que fue sustituyendo con rapidez a los vinos comunes importados.

Entonces, ¿cuál era el lugar de encuentro social de esta burguesía? El Teatro Solís era uno de los espacios más disputados, no solo para ver un espectáculo, sino también para que los burgueses fueran vistos. Y aquí comienza el desafío interdisciplinario, porque entre las múltiples lecturas posibles de este cuerpo de imágenes seleccionadas en sus programas nos interesa reafirmar la posibilidad de considerar sus publicidades como fuentes específicas para la construcción de discursos en relación con los hábitos de consumo de vinos en un período histórico determinado. Es decir, interpelar a las imágenes como fuentes, trascendiendo el carácter evocativo o complementario que han tenido históricamente en relación con las fuentes escritas. Si partimos de la base de que la realidad es percibida en cada época por una intrincada operación de clasificación por los distintos capitales culturales de los individuos y sus relaciones sociales, deberíamos asumir que las imágenes son capaces de enfrentarse en luchas simbólicas determinando mundos y oponer conceptos de forma narrativa y constatada para que sean creíbles.

Desde los estudios sobre cultura visual,³ podemos preguntarnos si las imágenes contenidas en los programas de mano del Teatro Solís construían realidades, si eran modelo de comportamiento futuro, si denunciaban situaciones o todo esto al mismo tiempo y en diversos niveles de acción. De igual modo, este enfoque nos permite debatir si la mirada en conjunto admite distinguir un corrimiento de las imágenes desde la mera ilustración de un texto a imágenes con intensidad propia capaces de comunicar por sí mismas un estado de situación y construir opinión.

Una cultura visual es la relación entre lo visible y los nombres que damos a lo visto. También abarca lo invisible o lo que se oculta a la vista. En resumidas cuentas, no vemos simplemente aquello que está a la vista y que llamamos cultura visual. Antes bien, ensamblamos una visión del mundo que resulta coherente con lo que sabemos y ya hemos experimentado (Mirzoeff, 2016, pp. 19-20).

Las imágenes pueden ser sometidas a análisis estéticos, formales o históricos, pero solo las preguntas que el investigador se formule van a conseguir las claves de interpretación buscadas. Coincidimos con lo que afirma Peter Burke (2005):

...cuando utilizan imágenes, los historiadores suelen tratarlas como simples ilustraciones [...]. En los casos en los que las imágenes se analizan en el texto, su testimonio suele utilizarse para ilustrar las conclusiones a las que el autor ya ha llegado por otros medios, y no para dar nuevas respuestas o plantear nuevas cuestiones (p. 12).

La operación necesaria requiere el cruzamiento de las fotografías o imágenes con otras fuentes éditas e inéditas y con el recurso de la entrevista; la

3 Antecedentes de este abordaje pueden ser consultados en Beretta Curi (2016).

memoria oral se constituye —en los casos que existan informantes calificados— como fuente de conocimiento sobre ese pasado, no tal como fue, sino como se recuerda y el valor que tuvo para el entrevistado «Por todo ello, las imágenes constituyen un testimonio del ordenamiento social del pasado y sobre todo de las formas de pensar y de ver las cosas en tiempos pretéritos» (Burke, 2005, p. 12).

Consumo de alcohol en el novecientos

El alcohol estuvo presente en la mesa del domingo, en el boliche del barrio, en el encuentro en el arrabal, en los paseos campestres, en los pícnicos y en los locales de pizzerías que comenzaban a nacer a instancias de los inmigrantes italianos, en las cenas de los presidentes e invitados extranjeros, en las galas, en el carnaval y en las celebraciones públicas y privadas. Y este proceso histórico tuvo lugar en un Montevideo (ícono de una ciudad capital en proceso de desarrollo) donde el acceso al agua potable era difícil y donde, además, la industrialización vitivinícola compartió escena con el proceso higienista que demonizó el consumo de alcohol como *degenerador* de la raza. El higienismo condicionó estas prácticas cotidianas en relación con la salud y la moral.

Se bebe siempre y en todas partes: cuando se elige un presidente y se recibe un ministro, cuando se celebra un concurso y se pasa un examen, en las reuniones científicas de caballeros y en las sociales de damas, en las ceremonias patrióticas y escolares y en las fiestas de beneficencia y caridad, en la taberna y en el salón, en ayunas como aperitivo, en las comidas como antidiapépsic (sic) y antes del sueño para dormir mejor; hasta en los velorios se bebe, *champagne* o caña según la categoría del difunto... (De Salterain, 1918, s.p.).

La promoción de un vino es la última etapa de un proceso intenso y complejo que involucra unas formas de producción (tecnología y circulación de saberes), tierras (características y propiedad) y productores (individuales, familiares y asociatividad), además de las tradiciones y hábitos culturales (alimenticios y prácticas) necesarios para su elaboración. Quien lo consume, lo hace para satisfacer una necesidad en su dieta, para pertenecer —leído en clave de distinción bourdiana—, para *matar penas*, como forma de relacionamiento social o por mero placer. En todo caso, al pasarlo por su garganta⁴ no sabemos cuántos de esos consumidores serán más o menos conscientes del proceso antes mencionado.

Esta promoción buscó legitimarse a través de sistemas de premiaciones, ferias y recomendaciones o crónicas en revistas que dieran cuenta de la calidad de los mostos. Resulta difícil imaginar el sabor de un vino del novecientos, pero podemos conocer lo que se consideraba un buen vino, de acuerdo a las valoraciones que aparecen en el *Manual del almacenero*:

Un buen vino debe tener un sabor y olor franco, esto es, libre de todo sabor y olor extraño a su composición. Un aspecto sospechoso, el color turbio

4 Este análisis es deudor de la tesis de maestría de Daniela Bouret Vespa (2014).

y opalino, un exceso de color, una aspereza o una acritud insoportable, una acidez excesiva, una apariencia viscosa o filamentosa, las flores o sean unos hongos pequeñitos, blanquizcos que flotan en la superficie del líquido, el color azulado, etc., manifiestan claramente que no está en buenas condiciones, que está alterado o próximo a serlo.⁵

A fines del siglo XIX, el perfil de los consumidores uruguayos parecía estar delineado por el acceso a los vinos importados disponibles en el mercado, que marcaban una conformación social del gusto.

Como los vinos que se importan son sumamente cargados en color y en alcohol, el paladar del consumidor se ha acostumbrado bien pronto a esta alta graduación y sus ojos a un color subido, que nuestros vinos son incapaces de producir.⁶

Figura 1. Programa de mano, Teatro Solís



Fuente: CIDDAE, 1903

Nos faltan elementos para poder hacer una lectura en clave de qué sectores sociales consumían cada tipo de vino; sin embargo, encontramos que esta perspectiva constituía un tema de agenda para los empresarios. Es así que, durante la Semana del Vino celebrada en París uno de los temas centrales fue la crisis del sector vitivinícola francés y la pérdida de mercados. Si bien el análisis centró las

5 *Manual del almacenero. Vinos de pasas y vinagre*, Montevideo, 1885, pp. 4-5.

6 *RARU*, n.º 20, Montevideo, 31 de octubre de 1897, p. 538.

causas de esta pérdida en los incrementos de los derechos aduaneros y las alzas de los fletes, también introduce una reflexión sobre el perfil del consumidor transoceánico, las clases sociales y la vinculación con la cultura francesa:

En toda la América Latina, el hombre del pueblo no es un cliente del vino francés [...] El peón, el obrero de la ciudad o de la campaña en la Argentina, Uruguay y Chile desea beber vino rojo y áspero y el que allí se produce satisface. Contrariamente en las clases superiores de la sociedad, en todas partes donde se siente nuestra influencia moral, nuestros vinos son buscados y constituyen el complemento obligado de las fiestas, banquetes y reuniones. El gusto que testimonian las clases superiores de la América Latina por nuestros vinos, es una de las manifestaciones de su gusto por la cultura francesa. Los círculos donde se beben son también aquellos donde se habla nuestra lengua, se leen nuestros libros, se siguen nuestras modas. [...] Los vinos uruguayos rojos son, por otra parte, y en general, de calidad ordinaria y fuertes; algunos tipos blancos hacen la excepción recordando nuestros burdeos.⁷

Complejizamos un tanto estas consideraciones, ya que, según Bonfanti, la distinción del gusto de acuerdo a clases no es tan directo porque «lo que para la élite tenía un sabor “fuerte” o malo, y por ende, tenía que mejorarse, para la mayoría de los consumidores era apropiado y, por ende, consumido de manera creciente».⁸ Nos preguntamos hasta dónde esta mirada fue tenida en cuenta para la reorientar —o no— la producción nacional y las importaciones.

Años más tarde, el ingeniero Frommel también se pronunció al respecto, buscando echar luz al proceso:

En efecto, nuestros vinos no tienen gusto característico especial, como los argentinos, por ejemplo, que no pueden ser confundidos con ningunos otros. Son productos de caracteres poco acentuados, que pueden competir con la mayor parte de los que compramos en el extranjero por un precio doble y triple de los que pagamos los nuestros.⁹

7 La información corresponde a un levante de la revista mensual del comité France Amerique con estudios del ministro M. Julio Lefaivre sobre la caída de las exportaciones de vinos franceses a América. *Revista de Agricultura, Industria y Comercio*, n.º. 200, 25 de abril de 1922, Buenos Aires, pp. 177-179. Publicación del Centro Vitivinícola Nacional.

8 Bonfanti, Daniele «(Des) Estructurando las regiones vitivinícolas: un examen comparativo del proceso de formación de las áreas vitivinícolas en la región austral (1870-1930)». En Beretta Curi, Alcides (Ed.), *La vitivinicultura uruguaya en la región (1870-2000): una introducción a estudios y problemas*, Montevideo, FHCE, 2010. p. 38.

9 Frommel, Julio. *Apuntes sobre vinos nacionales: algunos problemas de vinicultura*, Instituto Nacional de Agronomía. Imprenta Nacional, 1917.

Figura 2 y 3. BATA CLAN, 1922 (izq.), Orquesta Filarmónica de Viena, 1922 (der.)



Fuente: CIDDAE

La estrechez del mercado interno impulsó al empresariado a buscar alternativas, mejorar sus productos y conocer al consumidor. En 1924, a través del Consejo Nacional de Administración, se presentó un proyecto de ley que proponía la reglamentación de la industria vitivinícola, dando pautas de un intento por definir a los consumidores:

...puede afirmarse que el consumidor del vino importado es distinto del que prefiere el del país, desde que en este, como en la casi totalidad de los renglones de la producción nacional, el verdadero protector es el consumo popular. Sin embargo, la poca aceptación que encuentra nuestra producción vinícola entre las clases pudientes es completamente injustificada, ya que esta presenta cada vez mayor cantidad de vinos muy apreciables, iguales y hasta superiores a muchos de los que se importan del extranjero.¹⁰

Según la mirada gramsciana de la hegemonía, podríamos pensar los procesos históricos en clave de ejercicio de poder en el que un liderazgo moral, intelectual y político instaura un discurso con ramificaciones en normas, percepciones y puntos de vista que persuaden de una mirada del mundo funcional a una clase (Giacaglia, 2002). En esta línea, a través de los procesos de promoción de los vinos podemos cuestionarnos qué mensajes se querían transmitir y qué valores impulsaban.

10 Es interesante recordar aquí que los vinos nacionales estaban participando de ferias y exposiciones internacionales en las que recibieron premiaciones que ayudaron a prestigiarlos. *RARU*, 3 de marzo de 1924.

Promoción de vinos, música, teatro y ópera

La asistencia a un teatro puede ser leída como un tiempo para satisfacer una necesidad cultural, pero también como un espacio de encuentro con los otros. En el caso específico del Teatro Solís, este edificio fue concebido, desde su inauguración en 1856, como un espacio digno para la ciudad, que llenaba de orgullo al viejo patriciado y a la burguesía en ascenso que buscaba un lugar para ver y ser visto.

Pero estas diversiones no eran consideradas ingenuas; como el teatro es el lugar de la representación en el cual se puede poner en escena proyectos de vidas distintas y alternativas que inciden en los públicos, constituyó un espacio a ser reglamentado tanto en sus usos como en sus diagramados. Los manuales de buenas prácticas incluían dejar sombreros, bastones y espadas fuera de la sala. Pero también fueron atravesados por dispositivos de control como la censura teatral que tuvo lugar a través de la Comisión de Censura Teatral a fines del siglo XIX y primeras décadas del XX, que buscaron incidir en los comportamientos de las mujeres: por ejemplo, si podían o no asistir a determinadas representaciones.

Figura 4. Iris, 1911



Fuente: CIDDAE.

Pensemos además que, como han señalado algunos autores (Comolly, 1980; Mirzoeff, 2016) el siglo XIX se caracterizó por una pulsión imparable de lo visible debido a la invención de diversas tecnologías de la imagen que permitieron la reproducción y la ampliación de su influencia en todas las sociedades.

La fotografía y el cine —como los instrumentos más notorios—, acompañados de artefactos variados, permitieron visibilizar diversas e inimaginables construcciones de realidad, así como su circulación masiva. A esto debemos

agregar la inclusión de imágenes en publicaciones periódicas también de circulación popular, lo que permitía el acceso de variados sectores de la población a contenidos simbólicos que llegaban a sectores a los que la palabra escrita no alcanzaba a llegar.

Estas prácticas convivieron con las de la Liga Nacional Contra el Alcoholismo que, al interior de sus estrategias para demonizar el consumo de alcohol, también promovió literatura y obras teatrales que pusieran el tema en cuestión. Uno de los casos más paradigmáticos para nuestro análisis es el apoyo a la obra de Florencio Sánchez (1875-1910) *Los muertos*, verdadera fotografía de un tiempo que muestra las rutinas de la vida cotidiana. En *Los muertos* (comedia estrenada en 1905), el personaje principal es un hombre, jefe de familia, cuya adicción al alcoholismo lo lleva a la pérdida de su identidad; conduce a *el muerto que camina* a la ruina. Esta puesta en escena fue promovida por la liga en el Teatro Solís.

Figura 5. Programa de mano de *Los Muertos*, Teatro Solís, 9 de junio de 1920



Fuente: CIDDAE¹¹.

11 Este archivo, declarado patrimonio por la Unesco, contiene planimetrías, bocetos de escenografía, de vestuarios, fotografías, recortes de prensa, programas de mano, afiches y documentos de la vida del Teatro Solís y artistas desde 1840.

En primera instancia surge de este análisis que lo más corriente fueron publicidades de vinos, en su mayoría importados.

Las imágenes —en un sentido amplio del término— proporcionan un repositorio de información que tiene que ver con el contexto en el que fueron generadas, pero, además, la forma en la que circulaban y los espacios donde se encontraban. La mirada del investigador no puede ser ingenua frente a las imágenes como fuentes, «...el historiador no puede permitirse el lujo de olvidar las tendencias contrapuestas que operan en el creador de imágenes, por una parte a idealizar y por otra a satirizar el mundo que representa» (Burke, 2005, p. 142).

Es importante pensar en los mecanismos a través de los cuales podemos reconstruir la mirada en relación con los procesos históricos, señalando la relevancia de las imágenes visuales relativas al gusto, a la experiencia estética y, por tanto, en vinculación directa con las decisiones cotidianas de las personas o al menos del grupo de personas que asistía a los espectáculos del Teatro Solís. Como señalábamos antes, estas decisiones, que estructuran la vida social con referencias estéticas, morales y disciplinarias innegables, tienen un evidente vínculo con las distinciones que operan en el espacio de lo social.

La ubicación de los anuncios sobre el vino o sus productos relacionados demuestran, de cierta manera, la importancia que el impulso al consumo tenía en ese entonces. De esa forma, en varias oportunidades encontramos pautas publicitarias junto a la descripción del programa artístico o también en las tapas o contratapas de los programas. En este sentido es significativa la publicidad de vinos Campisteguy en el programa de mano de la ópera *Tosca*, en 1902, ubicada junto a la partitura de la obra.

Figura 5. Aviso en página central del programa de mano de *Tosca*, Teatro Solís, 1902



Fuente: CIDDAE

Figura 6. Les sentiers de la vertu, 1923

<i>Diaz</i> CALZADOS 25 de MAYO 545 MONTEVIDEO	PIANOS - BAZAR Straumann & Cia. 902-Av. 18 DE JULIO-910	<i>Diaz</i> CALZADOS 25 de MAYO 545 MONTEVIDEO																								
<i>Araucario</i> Maison de Soieries CASA DE SEDAS Nuestras Lanas, Sedas, Telpas y Terciopelos son de calidad y buen gusto. Recomendamos nuestras Medias y Guantes SARANDI. 526	PROGRAMA VIERNES 4 DE MAYO DE 1923 A LAS 21.15 SEGUNDA FUNCION DE ABONO Les Sentiers de la Vertu L'opéra en 3 actes, de M. Robert de Flers et G. A. Cailhava REPARTO <table border="0"> <tr> <td>Cécile Gerbier</td> <td>Mme. Gabrielle Laurent</td> </tr> <tr> <td>Simone</td> <td>Rina Pierzel</td> </tr> <tr> <td>Guette</td> <td>Jenny Burnay</td> </tr> <tr> <td>Suzanne Paulin</td> <td>Micheline May</td> </tr> <tr> <td>Phémie</td> <td>Helene Mait</td> </tr> <tr> <td>Thaumette</td> <td>MM. Clavens</td> </tr> <tr> <td>Gerbier</td> <td>Dutoz</td> </tr> <tr> <td>Chevrière</td> <td>Carnot</td> </tr> <tr> <td>Essex</td> <td>Dufort</td> </tr> <tr> <td>De la Motte</td> <td>Lepère</td> </tr> <tr> <td>Varenes</td> <td>Renoux</td> </tr> <tr> <td>Raimond Borgein</td> <td>Ch. Decharney</td> </tr> </table> LANSRE • ALFEMBRAS • 18 de Julio, 1922.	Cécile Gerbier	Mme. Gabrielle Laurent	Simone	Rina Pierzel	Guette	Jenny Burnay	Suzanne Paulin	Micheline May	Phémie	Helene Mait	Thaumette	MM. Clavens	Gerbier	Dutoz	Chevrière	Carnot	Essex	Dufort	De la Motte	Lepère	Varenes	Renoux	Raimond Borgein	Ch. Decharney	PIANOS DE LAS MEJORES MARCAS Bösendorfer Carl Schell Steingrober & Söhne Schimmel Lishe FACILIDADES DE PAGO  GIOSCIA Hsos. SAN JOSE, 816
Cécile Gerbier	Mme. Gabrielle Laurent																									
Simone	Rina Pierzel																									
Guette	Jenny Burnay																									
Suzanne Paulin	Micheline May																									
Phémie	Helene Mait																									
Thaumette	MM. Clavens																									
Gerbier	Dutoz																									
Chevrière	Carnot																									
Essex	Dufort																									
De la Motte	Lepère																									
Varenes	Renoux																									
Raimond Borgein	Ch. Decharney																									
Vinos Recomendados Carlos Sapelli & Cia. URUGUAY, 1352	Alhajas Relojes y Brillantes <i>Joyeria Bula</i> 18 DE JULIO, 1049	Vino BARBERA Carlos Sapelli & Cia. URUGUAY, 1352																								

Fuente: CIDDAE

Aunque no siempre las imágenes constituyen lo preponderante en las publicaciones, aparecen sugerentes referencias al *art déco*, tanto en estas como en los diseños de los programas de mano. La figura femenina se presenta asociada a los vinos y al champán, a veces como referencia de sofisticación y otras relacionada con el mundo vitivinícola. También aparecen algunos animales, como el ñandú, que, además, en ese caso es la marca propia del vino que se promueve, pero que acompaña el uso de los animales como una larga tradición en las etiquetas.

Figura 7. Fiesta de arte y caridad, 1920



Fuente: CIDDAE

Aunque solo podemos especular acerca de la valoración de los espectadores sobre estos anuncios, podemos inferir que los productores o importadores de bebidas extranjeras proponían cierto juego de asociación entre la calidad artística de los espectáculos y sus marcas de bebidas alcohólicas. Podemos suponer, en este sentido, que la ubicación de los anuncios en determinados espacios relacionados con óperas y espectáculos de prestigio no era al azar.

Si bien al decir de Roland Barthes (2006) la alimentación es un sistema de comunicación —en la medida en que no puede concebirse solo como una colección de productos, sino más bien como un sistema complejo de signos, un protocolo de usos y comportamientos propios—, el espacio alimentario es más denso. La alimentación es un eje estructurante de la organización social en la que el gusto, como producto del tiempo social, cambia. Es así que la experiencia aparentemente personal del gusto como respuesta a una necesidad fisiológica está relacionada con un contexto social más amplio que, en el caso de los alimentos, desde la Antigüedad estuvo inmerso en deliberaciones en torno a qué alimentos o bebidas corresponden al festejo o a lo sagrado, cuáles se consideran exclusivas para la ingesta por parte de las mujeres o de los hombres, cuáles complementan la dieta alimenticia o cuáles son considerados tónicos energizantes.

Estas respuestas solo tienen sentido al interior de cada cultura, porque los alimentos son también identidad y constituyen «un signo social» (Toussaint Samart, 1991, p. 77) en el cual desde la elección y la forma de cocinarlos hasta la selección de las bebidas, cada sociedad ha tenido y tiene diferentes respuestas; «comer, por lo tanto, es una manera de marcar la pertenencia a una clase social particular» (Griggnon citado por Cuhe, 1999, p. 54).

Una vez dentro de la boca del comensal, todo alimento o bebida comienza a producir sensaciones, aromas, colores, temperaturas, texturas y recuerdos que seducen o provocan aversión; condiciones que remiten a un mundo real y simbólico para cada receptor. En este sentido, podemos decir que el gusto responde tanto a sensibilidades como a principios de clasificación. Ambos están en permanente construcción individual y colectiva, por lo que existe una plasticidad del gusto articulada a través de la educación, la interacción social y la circulación. Más que como la constatación de una realidad dada lo entendemos como el resultado de un proceso continuo de elaboración personal y colectiva.¹²

La alimentación como tema de estudio está cargada de significados, sentidos y creencias y refleja formas de organización social y relaciones económicas. La alimentación produce una marca social en tanto pensamos los alimentos y bebidas desde antes de consumirlos y esto influye en nuestras prácticas y comportamientos cotidianos. Los alimentos y bebidas que consumimos expresan preferencias y emociones, tienen referencias festivas y gratificación individual. Pueden ser fuente de angustia por el consumo en exceso o, al contrario, de angustia por su escasez, pero en tanto mercancías, establecemos también relaciones de valoración y distinción en su consumo. En el caso específico de las bebidas alcohólicas hay que añadir la carga desinhibitoria y sus excesos, que nada tienen que ver con la nutrición.

Las artes y la gastronomía tienen una línea de larga duración y si bien resulta difícil encontrar indicadores que midan la influencia del arte en la vida cotidiana de las personas, en el caso de la construcción del gusto no podríamos entender la predilección por la ópera y la presencia de este género en los hogares montevideanos sin la perspectiva de la integración de la *valija* cultural de los inmigrantes italianos al colectivo que los albergó. La ópera italiana, especialmente, gozaba de gran apego entre la población, como vemos en una crónica a comienzos del siglo xx, que, al analizar la presentación de *Tristán e Isolda* en el Teatro Solís (29 de agosto de 1903), consideraba que «Las óperas de Wagner tienen fama de ser complicadas y menos accesibles a los públicos [...] acostumbrados a oír las melodías de la escuela italiana».¹³ Y, junto con sus prácticas culturales —gastronómicas— estos italianos también trajeron el cultivo de la vid y la tradición de hacer vinos.

¹² Cfr. De Gomensoro Maltheiros (2007).

¹³ Barrán, 2008, p. 10 citando nota del *El Día* sobre la presentación de *Tristán e Isolda*: «Comentarios sobre Wagner».

Las letras de las óperas que se presentaron en estos escenarios constituyen un interesante repositorio para el análisis de lo cotidiano puesto que colaboran para que visualicemos el lugar (imaginario o real) que tenía el consumo de vinos en la vida de los inmigrantes italianos, popularizado a través de estas puestas en escena, en un espacio escénico donde *lo nacional* y *lo extranjero* estaban en permanente tensión.

Figura 8. Programa de mano de Tosca, Teatro Solís, 1902

The image is a composite of three program of hands (programas de mano) from the Teatro Solís in 1902. The top left section is for the opera **TOSCA**, Acto I, with a synopsis of the plot involving Angelotti and Tosca. The top right section is for **VINOS para familia** by **Bodega Nacional**, featuring an ostrich and the brand **ÑANDÚ**. The bottom left section is for **LA PAZ** cigars, featuring a woman holding a cigarette. The bottom right section is for **LA MUTUA**, a society of insurance over life, featuring a list of directors and members.

TOSCA
ÓPERA EN 3 ACTOS DEL MAESTRO G. PUCCINI
ARGUMENTO
ACTO I
Interior de la iglesia de San Andrés del Valle en Roma
Angelotti, el ex-convicto de la extinta república romana, y a la sazón condenado público, ha podido evadirse de la cárcel pontificia, y en traje todavía de penado entre cadáveres a fugitivo a la iglesia dirigida hacia la imagen de la virgen a cuyos pies se arroja, la condessa Attavanti, ha arrojado la llave de la capilla particular de su familia donde el extra para disfrazarse. Mientras el sacerdote arregla algunas piezas viene Mario Cavaradossi, pintor de renombre, para terminar un lienzo de la virgen para lo que se había inspirado en las fisionomías de la condessa Attavanti que a momentos fieros de la iglesia «condemna» Cavaradossi una diana correspondiente a Santa Teresa celebra cantando de aquel tiempo y en ella piensa, contemplando en un medallón, en su muerte mientras el sacerdote espantado sale paranginando: se Angelotti reconocido en Mario un antiguo amigo en la presencia y se ve en situación cuando un pulso desde fuera los interrumpe obligando al fugitivo a volverse a sentir. La Tosca, quien entra

VINOS para familia
Bodega Nacional
95-CERRO-95^A
ÑANDÚ
MARCA DE NUESTROS VINOS
Camaison & Villemur

LA MUTUA
SOCIEDAD DE SEGUROS SOBRE LA VIDA
MONTEVIDEO
Si usted quiere asegurar su vida, antes de hacerlo pida datos y explicaciones a LA MUTUA, que en breve abrirá sus oficinas.
Los seguros son sencillos y sencillos al Directorio; los beneficios se distribuyen entre éstos en forma de dividendos cada cuatro años.
El 10 por ciento de los beneficios se amplían en obras públicas.
DIRECTORIO:
Fundadores: DOCTOR FRANCISCO L. PIVARONI
DOCTOR ROBERTO A. MARCONI
Presidente: DOCTOR FRANCISCO CARRASCO
Vicepresidentes: DOCTOR ROBERTO MARCONI
Secretarios: FRANCISCO PIVARONI
Director: LUDWIG FORTIN, JEAN CARLOS BLANCO
Vocales: MARCO LOMA, AUGUSTO NERI
MARTÍN TRAVASSO, DOCTOR ROBERTO BARRA, DR. FRODO
Director General: DR. FRANCISCO L. PIVARONI
Director de Agentes y Succursales:
DOCTOR ROBERTO A. MARCONI

LA PAZ
Ningún parte comodor de la categoría del cigarrillo
LA PAZ
podrá ser engañado con ninguna otra marca

VINOS para familia
Bodega Nacional
95-CERRO-95^A
ÑANDÚ
MARCA DE NUESTROS VINOS
Camaison & Villemur

Fuente: CDDAE

En varias óperas encontramos importantes fragmentos dedicados a los brindis o al lugar del vino para el alma. Entre los brindis más conocidos se destacan el de *La Traviata* de Verdi, el abrazo de Mimí, Rodolfo y Marcelo en *La Bohème* de Puccini o el coro de que celebra «Bebiam, bebiat» en *Ernani*. Hay brindis dramáticos como en *Lucrecia Borgia* de Donizetti, cuando Maffio Orsini canta el secreto de ser feliz con una copa en la mano que lo fulmina a muerte por ingesta de vino envenenado.

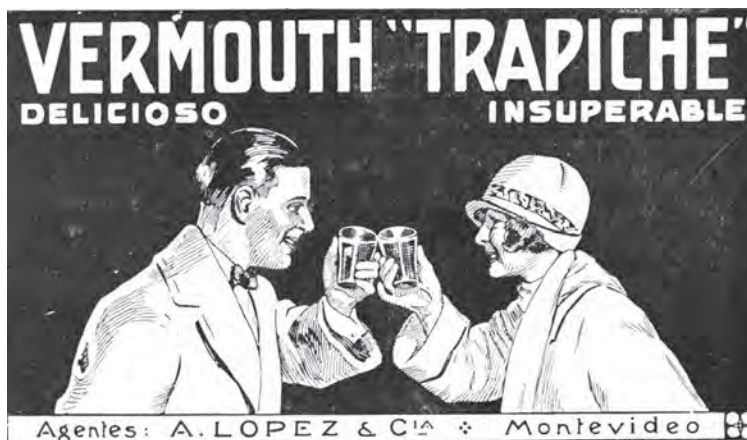
A nivel local, en *Marta Gruni* (1967) —la ópera basada en la obra de Florencio Sánchez con la música de Jaurés Lamarque Pons— los personajes

brindan a la voz de «¡Salud!», y Stefano le da una copa de vino a Fidela diciéndole «Bebe vos también», con una milonga de fondo.

La histórica línea de unión entre música y vino se remonta a la mitología clásica con la figura de Dionisos o Baco como el dios patrón de la agricultura y el teatro, el dios del vino y el éxtasis cuya misión era impulsar la música liberando a uno de su ser mediante la locura y el vino. ¿Cuánto hay de promoción o condena al alcoholismo en las óperas? Es interesante la posición del médico y crítico lírico Daniel Balart (2010), para quien

...el alcoholismo en la ópera nunca sobrepasa los límites para el control de alcoholemia; es un hecho artístico que da un cierto aire de relajación y distensión en medio del drama, un «allegro» *que se cuele entre tanto* «adagio» (p. 18).

Figura 8. Concierto de guitarra, 1929



Fuente: CIDDAE

El término *brindis* viene, según el *Diccionario de la lengua española*, del alemán *bring dir's* (RAE y ASALE, 2010): 'yo te lo ofrezco'; es la acción de brindar con vino o licor, o puede ser entendido como las palabras que se dicen al brindar. En este sentido, son numerosas las óperas que contienen estrofas vinculadas a los deseos que se pronuncian al beber. Sin ser exhaustivos en este tema, y a modo de ejemplo, la siguiente selección de algunos títulos y autores son manifestaciones del lugar que el vino ocupaba en el imaginario: Giacomo Puccini (1868-1924), *Preludio sinfónico*; Giuseppe Verdi (1813-1901), *Ernani* —Acto primero: Preludio y Coro de hombres—; Wolfgang A. Mozart (1756-1791), *Don Giovanni* —aria festiva de *Don Giovanni*—; Gaetano Donizetti (1797-1848), *Lucrecia Borgia* —acto segundo, escena segunda—; Pietro Mascagni (1863-1945), *Cavalleria rusticana* —*intermezzo* sinfónico y brindis de la escena novena—. Las puestas en escena de estas óperas eran eventos sociales esperados por la burguesía montevideana y muchas de las mujeres que asistían también participaban en las ligas de templanza y militaban contra el consumo de cualquier tipo de alcohol, aunque celebraban los brindis de las óperas.

Figura 9. Eva, 1913 y Malbruck, 1913



Fuente: CIDDAE

Además de mostrar las emociones humanas centradas en el amor-pasión, el lugar que ocupa la ópera en la transmisión de valores colectivos de fortalecimiento de historias compartidas y en la popularización de los ritos de construcción de nacionalismos constituye una producción artística que corresponde a un tiempo histórico delimitado.¹⁴ Este binomio entre música y vino ha tenido insospechadas derivaciones en la contemporaneidad,¹⁵ más aun si se comparte el hecho de que la construcción de la identidad musical nacional es un proceso complejo.¹⁶

¹⁴ Aún hoy, los últimos estudios sobre consumo cultural dan cuenta de que «el gusto por la ópera aparece destacado como un gusto basado en el capital cultural, así como en la transmisión generacional entre abuelos, padres e hijos» (Radakovich, 2011, p. 272).

¹⁵ Una investigación de la Universidad Heriot-Watt, en el Reino Unido concluyó que un 60% de las personas involucradas en la investigación (de un total de 250) pudieron diferenciar el cambio en el sabor del vino según la melodía que estaban escuchando, lo que constituye una *teoría de detonantes cognitivos* en la que la música prepara al cerebro para que responda de cierta manera ante el vino. (...) Los psicólogos afirman que el sabor del cabernet sauvignon se destaca con música «pesada y poderosa», mientras que el chardonnay resalta con sonidos «refrescantes y alegres». La investigación fue solicitada por Aurelio Montes, un vinicultor chileno que toca música con cantos monásticos a sus vinos durante el proceso de añejamiento («La música «realza» el sabor del vino», *BBC Ciencia*, 15 de mayo de 2008, <http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_7403000/7403466.stm>).

¹⁶ Cfr. Ayestarán, 1953; Ayestarán, *El centenario del teatro Solís*. Op. Cit.; Castellanos, 1987; Fornaro, Salom, Carreño y Buxedas, 2007; Fornaro, Salom, Carreño, Buxedas y Mauttoni, 2007; Lagatta Mazzeo, s.f.; Salgado, 2003.

A modo de conclusión

Las imágenes han contribuido a sedimentar estos imaginarios colectivos, a través de mecanismos publicitarios o de difusión en los que individuos de diversos sectores compartían un interés: presenciar el mismo espectáculo. De esta manera podemos ver cómo las bodegas nacionales intentaron participar de los espacios relacionados con la cultura, de cierta forma afiliándose a la idea de la industria nacional y su rol en la construcción de nación, con la intención de asociar la calidad o el renombre de los espectáculos con sus marcas de vino.

Figura 10. Mavel, 1023

TEATRO SOL
TOURNEE
MANVEL CASAS

REPRE/ENTANTES/ EN URUGUAY
POMÉS & CIA.
CARRILLO 824

TALBOT
SUSSESMES

3 JUNIO 1923

PIANOS
a \$25.00
Si los veis desaholados que la
normalidad, puede adquirir en
cualquier plaza de las más con-
sultas de la ciudad. Abandonar y Norte
mercaderes. Clavados por 10 años

Casa Julio Mosques 207-211-213-215

PROGRAMA
DOMINGO 3 DE JUNIO DE 1923
PRIMERA SECCIÓN SENCILLA, a las 21 (apta para mujeres)
La obra viene en su acto, original letra y música del maestro
RAFAEL MILLÁN

Glorias del Pueblo

REPARTO:
M. Soto
Lola Rosell
A. Tardón
Jaime Elise
C. Pizarro
Pérez

Secundario:
E. Paredón
Jesús 1.º - José Paredón
Jesús 2.º - José - Montano
Una comedia de galanteo y
humor. Una gran
1.ª acción en Madrid año 1908

SEGUNDA SECCIÓN DOBLE a las 22.15 (apta para mujeres)
La parodia en dos actos, dividida en cuatro cuadros, original letra
de JOSÉ RAMÓN MARTÍN, música del maestro JACIN-
TO GUERRERO.

La Monteria

REPARTO:
María
Lola Rosell
Lola
Miguel Ladrón
Eusebio
La Vampiro
La Vampiro
La Vampiro
Albano 1.º
Albano 2.º
Albano 3.º
Albano 4.º
Albano 5.º
Albano 6.º
Albano 7.º
Albano 8.º
Albano 9.º
Albano 10.º
Albano 11.º
Albano 12.º
Albano 13.º
Albano 14.º
Albano 15.º
Albano 16.º
Albano 17.º
Albano 18.º
Albano 19.º
Albano 20.º
Albano 21.º
Albano 22.º
Albano 23.º
Albano 24.º
Albano 25.º
Albano 26.º
Albano 27.º
Albano 28.º
Albano 29.º
Albano 30.º
Albano 31.º
Albano 32.º
Albano 33.º
Albano 34.º
Albano 35.º
Albano 36.º
Albano 37.º
Albano 38.º
Albano 39.º
Albano 40.º
Albano 41.º
Albano 42.º
Albano 43.º
Albano 44.º
Albano 45.º
Albano 46.º
Albano 47.º
Albano 48.º
Albano 49.º
Albano 50.º
Albano 51.º
Albano 52.º
Albano 53.º
Albano 54.º
Albano 55.º
Albano 56.º
Albano 57.º
Albano 58.º
Albano 59.º
Albano 60.º
Albano 61.º
Albano 62.º
Albano 63.º
Albano 64.º
Albano 65.º
Albano 66.º
Albano 67.º
Albano 68.º
Albano 69.º
Albano 70.º
Albano 71.º
Albano 72.º
Albano 73.º
Albano 74.º
Albano 75.º
Albano 76.º
Albano 77.º
Albano 78.º
Albano 79.º
Albano 80.º
Albano 81.º
Albano 82.º
Albano 83.º
Albano 84.º
Albano 85.º
Albano 86.º
Albano 87.º
Albano 88.º
Albano 89.º
Albano 90.º
Albano 91.º
Albano 92.º
Albano 93.º
Albano 94.º
Albano 95.º
Albano 96.º
Albano 97.º
Albano 98.º
Albano 99.º
Albano 100.º

OYAMA Vermouth y Jerezano
LA GRAN MARCA URUGUAYA

Fuente: CIDDAR

Por otro lado, la presencia de empresas importadoras de bebidas alcohólicas que promocionaban productos franceses, españoles, portugueses e italianos puede llevarnos a inferir que el prestigio a través de la exclusividad del producto, ya sea por su precio o imagen de marca asociada al país de origen, generaba un doble juego de prestigio, asociado en muchos casos al reconocimiento del espectáculo y la exclusividad del producto importado.

Imagen 11 y 12. Darío Niccodemi 1925 (izq.), Stabat Mater (Rossini)- 1927 (der.)



Fuente: CIDDAE

En la mayoría de los casos las publicidades aparecen junto a la fotografía de los artistas y autores; en otros, junto a la descripción de la obra o las partituras; en otras oportunidades figuran en la tapa y la contratapa del programa. Hay publicidades compuestas por textos en los que se pondera el tipo de producto y, principalmente, el país de origen.

Figura 12. Asociación Coral de Montevideo, 1925



Fuente: CIDDAE

Figura 13. Temporada oficial, 1928



Fuente: CIDDAE

Como señalábamos antes, si bien desconocemos los criterios y las pautas establecidos por los diseñadores, la proximidad del aviso a la información más importante del espectáculo parecería indicar una preferencia o condición de calidad; sospechamos que no es una decisión casual.

La construcción de imaginarios colectivos vinculados al impulso de consumo del vino reposa, entonces, en un entramado complejo de asociaciones, evocaciones y mecanismos de seducción que involucran desde las historias narradas en las óperas hasta las pautas publicitarias incluidas en los programas de mano de los espectáculos. La diversidad de estas variables nos induce a prestar atención a las operaciones que, desde diversos espacios, se generaban en el intento de posicionamiento del vino en una sociedad fuertemente impregnada de una visión eurocéntrica, fruto de la mirada política de la época y los movimientos migratorios.

Detenernos en las imágenes y su diversidad de intenciones y relatos habilita a la constatación de la incidencia que comenzaban a tener los dispositivos de comunicación masiva y su potencial para la construcción de discursos

políticos, culturales y sociales en relación con la conformación del gusto por la incipiente industria vitivinícola y por el lugar de la industria nacional en el imaginario colectivo.

Figura 14. Temporada 1912



Fuente: CIDDAE

Figura 15. BATA CLAN, 1922



Fuente: CIDDAE

Figura 16. Coral Palestrina, 1928



Fuente: CIDDAE

Figura 17. Carnaval Grandes Bailes Voglione, 1929



Fuente: CIDDAE

Figura 18. Carnaval Grandes Bailes Voglione, 1929



Fuente: CIDDAE

Figura 19. Concierto de beneficencia. Comisión de Señoras y Señoritas, 1930



Fuente: CIDDAE

Referencias

- AYESTARÁN, L. (1953). *La música en el Uruguay*. Montevideo: SODRE.
- BALART, D. (2010, agosto). Hópera con hache: el alcohol en la ópera. *Revista Sinfónica*, p. 18.
- BARRÁN, J. P. (2008). *Intimidad, divorcio y nueva moral en el Uruguay del novecientos*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- y NAHUM, B. (1973a). *Historia rural del Uruguay moderno* (Vol. 3). Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- (1973b). *Historia rural del Uruguay moderno* (Vol. 2). Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- BARTHES, R. (2006, enero-junio). Psicosociología de la Alimentación. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (11), 205-221.
- BERETTA CURI, A. (Coord.). (2016). *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)*. Tomo 3. Montevideo: Universidad de la República.
- BOURET VESPA, D. (2014). *Moral y salud en el consumo de vinos: una perspectiva histórica de las variables que inciden en el consumo de vinos y la conformación del gusto en los sectores urbanos durante la modernización* (Tesis de maestría, Universidad de la República, Montevideo).
- BURKE, P. (2005). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- CASTELLANOS, A. (1987). *La historia del Teatro Solís*. Montevideo: IM.
- COMOLLY, J.L. (1980). Machines of the Visible. En: DE LAURETIS, T., HEATH, S. (eds) *The Cinematic Apparatus*. Palgrave Macmillan, London. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/978-1-349-16401-1_10>
- CUCHE, D. (1999). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. París: Nueva visión.
- DE FRUTOS, E., y BERETTA CURI, A. (1999). *Un siglo de tradición...* Montevideo: Ed. Aguilar.
- DE GOMENSORO MALTZEIROS, P. (2007). A experiencia sensorial na degustação de vinhos: treinamento dos sentidos, discurso e construção de gosto. En *VII RAM, UFRGS, GT 42: Antropologia da Alimentação: diálogos latinoamericanos*. Porto Alegre.
- DE SALTERAIN, J. (1918). Sobre alcoholismo. En *1.º Congreso Antialcohólico de Montevideo*. Montevideo: Imprenta Nacional.
- FORNARO, M., SALOM, M., CARREÑO, G., y BUXEDAS, J. (2007). El archivo del teatro Solís de Montevideo: análisis de la inserción del teatro en la sociedad uruguaya a través de los programas de espectáculos, 1856-1930. *Boletín Música Casa de las Américas* (17).
- y MAUTTONI, C. (2007). Presencia e influencia española en el Teatro Solís de Montevideo (1856-1930): zarzuelas, sainetes, cupleterías y tangos. *Cuadernos de Música Iberoamericana*, 13, 35-63. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CMIB/article/download/61176/4564456547844/0?hl=en&sa=T&oi=gsb-gga&ct=res&cd=0&d=21324143642708875&ei=YEWYYsPZDYqSy9YPgeCamAk&scisig=AAGBfm1hWPohhwFMGrX_Oi_a46Xhf2j_Rw>
- GIACAGLIA, M. (2002). Hegemonía. concepto clave para pensar la política. *Tópicos* (10), 151-159. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28801009>>
- GUYOT, J. (1861). *Culture de la vigne et vinification*. París: Librairie Agricole de la Maison Roustique.
- LAGATTA MAZZEO, A. V. (s.f.). La ópera en Montevideo 1830-1950 [mecanoscrito] en CIDDAE.

- MIRZOEFF, N. (2016). *Cómo ver el mundo: una nueva introducción a la cultura visual*. Madrid: Planeta.
- RADAKOVICH, R. (2011). *Retrato cultural: Montevideo entre cumbias, tambores y óperas*. Montevideo: Universidad de la República.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2010). *Diccionario de la lengua española*. Actualización 2021. Madrid: Espasa Calpe. Recuperado de <<https://dle.rae.es/?w=diccionario>>
- SALGADO, S. (2003). *The Teatro Solís. 150 Years of Opera, Concert and ballet in Montevideo*. Middleton: Wesleyan University Press.
- TOUSSAINT SAMART, M. (1991). *Historia natural y moral de los alimentos* (Vol. 1). Madrid: Alianza Editorial.

La presencia del olivo en los viñedos uruguayos (1870-1930): materialidades y simbolismos de una diáda mediterránea*¹

AMALIA LEJAVITZER

Introducción

El eje temático que articula este capítulo es el análisis de la presencia de árboles de olivo u olivares en los viñedos uruguayos entre 1870 y 1930. Nos preguntamos por qué ha permanecido en el olvido el hecho de que la mayoría de los grandes vitivinicultores también fueron olivícolas o al menos cultivaron árboles de olivo en sus viñedos, ya fuera con fines productivos —incluso algunos elaboraron y comercializaron aceite de oliva de manera industrial— o paisajísticos.

Desde sus orígenes, el olivo ha sido un cultivo asociado a la vid, no solo en lo material, sino también en lo simbólico, en tanto un binomio propio de la alimentación y la cultura mediterráneas que trajeron a la región rioplatense los inmigrantes italianos, españoles y vascofranceses.

El análisis del tema se basa fundamentalmente en fuentes iconográficas que dialogan con testimonios escritos y algunas comunicaciones personales. El *corpus* de imágenes se integra por fotografías, planos de mensura y anuncios publicitarios de prensa de la época.² Entre las fuentes documentales ha sido de inestimable valor la *Revista de la Asociación Rural Uruguaya* (RARU).

1 *Deseo expresar mi gratitud a todos quienes de manera generosa me proporcionaron documentos, fotografías e información; muy especialmente a Alcides Beretta Curi, Estela de Frutos, Ricardo Varela, Álvaro Terra, Titina Núñez, Pelayo Díaz Muguerza y María Inés García.

¹ Este trabajo se hizo en el marco de la línea de investigación *Patrimonio cultural e identidad: ciudad, imagen y alimentación*, que desarrollo en el Departamento de Humanidades y Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay.

² Archivos, bibliotecas y repositorios consultados: Biblioteca Nacional, colecciones digitales de publicaciones periódicas y materiales especiales <<http://bibliotecadigital.bibna.gub.uy:8080/jspui/>>; Biblioteca de la Asociación Rural del Uruguay; Biblioteca Municipal de Salto, Felisa Lisasola; *Anáforas*, repositorio digital de publicaciones periódicas: <<http://anaforas.fic.edu.uy/jspui/>>; Centro de Fotografía de Montevideo; Archivo Nacional de planos de mensura, Ministerio de Transporte y Obras Públicas (МТОР); Archivo particular del ing. agr. Ricardo Varela.

Como punto de partida, tomo los emprendimientos de Francisco Vidiella y Pascual Harriague, pioneros indiscutibles de la vitivinicultura industrial uruguaya. A ellos se debió la aclimatación y propagación de las cepas folle noir y tannat, respectivamente, pero, además, ambos fueron olivícolas y productores de aceite de oliva, según consta en testimonios de su tiempo. Sin embargo, es casi inexistente el correlato entre las fuentes documentales que dan cuenta de sus cultivos de olivo y las escasas imágenes que se conservan de sus viñedos y olivares.

A continuación me refiero a los grandes establecimientos agroindustriales que surgieron en la segunda mitad del siglo XIX, como el de Buenaventura Caviglia (en su momento un emprendimiento modelo, de avanzada, y hoy desaparecido), en Soriano, y Los Cerros de San Juan, en Colonia, que continúa hoy en día.

Por último me centro en el caso emblemático de la Viña Varela Zarranz (antigua Granja Pons) en Canelones, que aún conserva y resguarda sus olivos centenarios como rasgo de identidad. Allí, las imágenes de la diada vid y olivo son elocuentes por sí mismas, pero además se fortalecen con testimonios escritos y orales de algunos de los protagonistas contemporáneos.

Por último, cabe señalar que la falta de imágenes de los olivos en los viñedos constituye un mensaje en sí mismo, y a partir de esa invisibilidad a lo largo de estas páginas intentamos proponer un relato acerca de la presencia del olivar en los viñedos y de las posibles causas de su ausencia en la iconografía.³

Vid y olivo, un binomio mediterráneo en el Río de la Plata

Los orígenes de este binomio de cultivos típicamente mediterráneos puede retrotraerse a las *villae ruralis* romanas de la Antigüedad, situadas en los campos suburbanos. En ellas se cultivaban árboles frutales, frutos secos, viña y olivos; también contaban con un pequeño huerto doméstico con verduras y hierbas de olor y unos pocos animales domésticos, sobre todo aves de corral, para el sustento cotidiano.

Ese modelo de unidad productiva, destinada principalmente al autoconsumo, permaneció casi invariable a lo largo de la historia y llegó al Nuevo Mundo con la denominación de *quinta*, como en España y Portugal, y *chácara*, o su síncope *chacra*,⁴ término que prevaleció en la margen oriental del Río de la Plata.

3 En este sentido, si bien hay testimonios escritos de la existencia de olivares en otros viñedos, no pude encontrar sustento de las pruebas documentales en material iconográfico; por ese motivo y atendiendo al enfoque de este libro, no los he incluido. Un caso es el de la Sociedad Uruguaya de Viticultura (SUV), después Bodega La Cruz, que en su libro de inventario de 1922 consigna la existencia de mil árboles de olivo (Archivo del Museo Histórico Nacional).

4 Esta voz de origen quechua se refiere a la 'tierra de labor', y su primera acepción en el *Diccionario del español del Uruguay* (Academia Nacional de Letras, 2011, p. 175) es «establecimiento rural dedicado a la plantación extensiva de algunos cultivos», en las «cercañas de un poblado».

Así, en tiempos de la fundación de Montevideo (1724-1730), los primeros pobladores recibieron un solar en la ciudad y una chacra en las afueras. En su mayoría, estas chacras se situaron alrededor del arroyo Miguelete, por ser terrenos propicios para el cultivo con abundantes cursos de agua para el riego. A finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX, fueron célebres las figuras de Pérez Castellano, Larrañaga y Berro por la variedad de árboles que aclimataron en sus terrenos y por los escritos que dedicaron a su labor agronómica, en los que dejaron testimonio de sus experiencias de cultivo del binomio vid-olivo.

El presbítero Juan Manuel Pérez Castellano escribió hacia el final de sus días *Las observaciones de agricultura* (1813). Cuenta que ensayó con uvas moscateles y que mandó traer de Buenos Aires 250 estacas de olivos. Con las aceitunas cosechadas elaboraba aceite, del cual se servía, entre otros usos que vienen de época antigua, como alimento y como ingrediente de remedios caseros, y también para alimentar las lámparas. En su *Diario de la chacara con observaciones* (1818-1823), Dámaso Antonio Larrañaga da cuenta de que en 1819 plantó 80 estacas de olivo traídas de la quinta familiar de Bernardo Berro; en 1920, terminó de sembrar los sarmientos de moscatel, en total, 300, y que recién en 1822 brotaron los olivos. En la quinta de Berro, a orillas del arroyo Manga en Montevideo, había un gran olivar y, entre otros cultivos frutales, abundantes vides de uva blanca y negra, según relata Mariano Berro en su *Agricultura colonial* (1914).

Los primeros cultivos industriales de vid y olivo

En 1874, Francisco Vidiella —inmigrante catalán que hizo fortuna, primero, en el comercio y las importaciones (Fernández Saldaña, 1945) y, luego, con agencias de lotería—, adquirió unos terrenos baldíos en Villa Colón, en las afueras de Montevideo (Beretta Curi, 2008 y 2016). Siete años fueron suficientes para convertirlos en una granja modelo de industria y de productividad (Fernández Saldaña, 1945).

Vidiella dedicó la última década de su vida a experimentar en sus viñedos y olivares, con el objetivo de aclimatar las variedades que le permitieran producir vino y aceite nacionales que compitieran en precio y en calidad con los provenientes del extranjero. A su muerte en 1884, su hijo Federico, siguió los pasos de su padre y se hizo cargo, además de los viñedos, de un cortijo cercano a la estación de ferrocarril Toledo en Canelones, para la comercialización de animales, semillas y almácgos de árboles frutales, forestales y de ornato (figura 1).

Figura 1. Página publicitaria de la *RARU*



DROGUERIA MUSANTE

Drogas - Alcaloides - Específicos
Aguas minerales - Productos para
artes e industrias - Específicos Ho-
meopáticos y Dosimétricos. (2)

Sección Perfumería
El más variado surtido en las
mejores marcas.
Sociedad S.
PERFUMERIA CHERRY
Puerto

Sección Ortopedia
Brazos, Espátulas, Cor-
setes, Fajas, Medias elásticas
etc. de los mejores fabricantes.
Los trabajos son atendidos
por especialistas.

Único Agente y Depositario para el Uruguay de:
Maité Palermo el único por excelencia para dól-
biles y madres que crían.
Avena y Cacao de Haussen Alimento especial-
mente recomendado
para diabéticos y convalescentes.
Citrato efervescente Brinchi para preparar una
bebida refrescan-
te y muy agradable.
25 de Mayo, 701 MONTEVIDEO
en JORNAL.

CORTIJO VIDIELLA

ESTACIÓN TOLEDO

GRAN ESTABLECIMIENTO AGRO-PECUARIO

Venta permanente de reproductores
puros de pedigríes de las razas Short-
horn y Jersey contando con un plan-
tel selecto de madres de las mejores
corrientes de sangre. Ovinos Merinos
y Dromedarios de pedigríes, carlos
Berkshire y Yorkshire, de pedigríes
y aves finas. (2) (2) (2) (2) (2)

SECCIÓN HORTICULTURA atendida por
don Guillermo Sholderer, Horticultor
de profesión. Tiene en venta las me-
jores variedades de árboles nader-
bles, de adorno y para sombra. Fre-
lates y floristas de las mejores
clases. Surtido completísimo. (2) (2)

Visitar el establecimiento y solicitar
catálogos detallados. (2) (2) (2) (2)

Administrador General:
FEDERICO F. VIDIELLA
(Estación Toledo)

Escritorio en Montevideo. CERRITO, 194

Banco de la República O. del Uruguay

CAJA DE AHORROS. - SECCIÓN ALCANCIAS

Ampliando los servicios establecidos en sus Sucursales de campaña y en su dependencia,
la CAJA NACIONAL DE AHORROS Y DESCUENTOS, el Banco de la República ha
resuelto abrir al público en la Casa Central (Cerrito esq. Zabala) y Agencia (Avenida
Rondeau núm. 36) las operaciones de **CAJAS DE AHORROS**
SECCION ALCANCIAS como medio de fomentar la previsora
costumbre del ahorro especialmente entre los elementos populares.

EXPLICACIONES

Deposita Vd. **Dos pesos** en el Banco y en el acto
se le otorgará gratuitamente una **Alcancía**
circular con llave, quedando esta llave guardada en el
Banco.

En **Dos pesos** solo **cuyos**, gana interés y
puede Vd. retirarse en cualquier momento, devol-
viendo la alcancía.

Una vez al mes il cuando la otra oportuna, tiene Vd.
la alcancía al Banco; donde se aban á su vista y se le

detiene cerrada después de retirar el dinero que ne-
cesite y lo acumulando en su cuenta.

Los saldos del dinero así depositado, ganará inte-
rés de acuerdo con la siguiente escala:

De \$ 1,00 a \$ 200,00	6 % anual
De \$ 201,00 a 1,000,00	5 %

Por su parte gana

El dinero lo tiene Vd. siempre disponible,
pudiendo retirarlo en cualquier mo-
mento.

Ley orgánica del Banco de la República Oriental del Uruguay 17 de Julio de 1911
Art. 22, párrafo 2.º El estado responde directamente de la emisión, depósito y operaciones que realice el Banco.

Fuente: *RARU*, 1889, año 18, n.º 19.

Según afirma Francisco Vidiella, en su granja plantó «tres mil quinientos olivos de las mejores calidades de Europa y América» (*RARU*, 1880, n.º 19, p. 519). Para julio de 1880, sus olivos «se desarrollan de manera admirable y el fruto [...] es inmejorable en todas sus condiciones», y pone a la venta en su vivero «los riquísimos olivos de Cataluña, Navarra, Andalucía y Valencia» (*RARU*, 1880, n.º 14, p. 359).

En 1883, la granja ya tenía entre diez y doce mil olivos (*RARU*, 1883, n.º 4, p. 126) de más de veinte clases de aceituna: «la genovesa y la española que produce el riquísimo aceite dulce para comer y para emplear en las fábricas de conservas, la gruesa sevillana y hermosa manzanilla la reina, y [...] una clase fenomenal de un grueso como de una nuez de olivos traídos de Jerusalén muy hermosa para conservar» (*RARU*, 1883, n.º 19, p. 614).

142

Universidad de la República

Aparte de esas breves notas de cata que se desprenden de las palabras de Vidiella, poco o nada sabemos del aceite que producía, dónde lo elaboraba, en qué envases lo distribuía o con qué nombre lo comercializaba. Toda esa información quedó silenciada por la elevada exposición pública que tuvo Vidiella como vitivinicultor, a tal punto que el gobierno de Tajés lo condecoró con la medalla al mérito (Fernández Saldaña, 1945) y la cepa folle noir, que logró aclimatar con éxito en suelo uruguayo, tomó su nombre y «se conoció como uva Vidiella» (Beretta Curi, 2016, p. 31; Fernández Saldaña, 1945, p. 1320).

Su contemporáneo, Pascual Harriague, inmigrante vasco francés proveniente de Hasparren, en esa época también recibió de manos del presidente Tajés la misma condecoración otorgada a Vidiella, por los aportes a la industria vitivinícola del país (Fernández Saldaña, 1945).

En el departamento de Salto, Harriague tuvo una curtiembre, un saladero y un establecimiento agroindustrial denominado La Caballada. Allí y en la zona de San Antonio cultivó extensos viñedos (Bonfanti, 2016). En 1895, Benito y Nicolás Solari, destacados comerciantes y empresarios, publicaron un folleto promocional titulado *Viñedos del Salto*, en el que ofrecen una descripción pormenorizada de más de noventa viñedos salteños, reconociendo la excelencia de sus productos y las bondades de sus productores. La granja Harriague abre el repertorio con estas palabras:

...el año de 1875, Don Pascual Harriague [...] plantó en el paraje denominado Saladero de la Caballada una pequeña extensión de tierra con viñas que importó de Francia, [...] hasta llegar a la respetable suma de ciento cincuenta hectáreas [...] que tiene hoy (Solari y Solari, 1895, p. 7).

Antes de describir la bodega los autores hacen un recorrido por los frutales que hay en la hermosa quinta:

Al sud de esta quinta, cruza una calle que divide dos fracciones de viñedos. A sus costados, se ven plantados formando una deliciosa avenida, dos mil olivos, cuya mayor parte da fruta muy buena, pues ya se han hecho experimentos con ella, obteniendo buen aceite (Solari y Solari, 1875, p. 9).

Figura 2 . Viñedo de don Pascual Harriague, Salto, 1888



Fuente: fotografía de Joseph Fillat. Biblioteca Nacional de Uruguay

Sin embargo, en la fotografía (figura 2) que tomó Joseph Fillat para presentar el desarrollo industrial y comercial del país en la Exposición Universal de París de 1889,⁵ apenas se distingue, en el cuadrante superior derecho, lo que parece un olivar junto a los confines de la viña. No se aprecia que los cuadros de vid están delimitados por calles flanqueadas por árboles de olivos. Al igual que los de Vidiella, los olivos de Harriague y el aceite de ellos obtenido han quedado invisibilizados por la omnipresencia de sus vides y de los sarmientos que logró aclimatar con éxito y de los cuales, con el pasar del tiempo, obtuvo vinos de óptima calidad. Aquella cepa también llamada lorda, en su origen, pronto tomó el propio nombre de su principal promotor y «pasó a llamarse Harriague» (Bonfanti, 2016, p. 47).

5 Esta colección está disponible en el repositorio digital de la Biblioteca Nacional de Uruguay: <http://bibliotecadigital.bibna.gub.uy:8080/jspui/handle/123456789/51176> y comprende dos álbumes fotográficos enviados a la Exposición Universal de 1889 en París, en la que Uruguay tuvo un pabellón. Las fotografías muestran el desarrollo industrial, comercial y tecnológico de Montevideo y del país, y fueron tomadas por Joseph Fillat, quien figura en los álbumes como *fotógrafo oficial de la República Oriental del Uruguay*.

Las figuras de Vidiella y Harriague se erigieron no solo como ejemplo del empresario exitoso a emular, sino como los portavoces de todo el gremio de inmigrantes, que en el cultivo de vid y olivo encontraron un modelo de negocio, pero además, un recurso para reproducir en la geografía rioplatense y perpetuar en la memoria el recuerdo del paisaje mediterráneo que dejaron en sus tierras de origen. En este sentido, son elocuentes las palabras de Federico Vidiella con motivo de la inauguración del monumento en honor de su padre, cuando dice: «amábamos la viña y el olivar que nos habían visto nacer» (*RARU*, 1891, n.º 6, p. 126).

Los establecimientos agroindustriales

En la segunda mitad del siglo XIX, las chacras y las quintas suburbanas dieron paso a verdaderos establecimientos agroindustriales con desarrollo en diversos rubros pecuarios y agrícolas: cría de ganado; cultivo de cereales, árboles frutales y forestales; viña y olivo.

Un establecimiento agropecuario e industrial modelo, donde convivió la viña con el olivar, fue la estancia Santa Blanca, propiedad de Buenaventura Caviglia. Este inmigrante italiano de origen ligure, después de hacer fortuna en el rubro de la ebanistería y del comercio de muebles finos de madera (Beretta Curi, 2010), en 1892 fundó su emprendimiento productivo en el castillo y los terrenos que habían sido del barón de Mauá,⁶ a orillas del río Daca cerca de la ciudad de Mercedes, en Soriano (Beretta Curi, 2009). Además de cría de ganado (ovino, bovino y porcino), producción de gusanos de seda, miel, árboles frutales y cereales, cultivó la vid y el olivo (Beretta Curi, 2009 y 2010).

«En 1911, el viñedo estaba dividido en cuadros de unos 100 m de lado, delimitados por caminos y avenidas principales —estas flanqueadas por olivos de procedencia ligure y toscana— (Beretta Curi, 2010, p. 68), plantados «distantes a 1, 2,5 m entre sí» (Beretta Curi, 2009, p. 16).

Figura 3. Olivi e viti



Fuente: *Stabilimento Agricolo Industriale Estancia Santa Blanca*, 1911, p. 31

6 Irineo Evangelista de Souza, barón y vizconde de Mauá, nacido en Rio Grande del Sur (Brasil), construyó en el departamento de Soriano una estancia-fortaleza, entre 1857 y 1862; en los jardines a espaldas de la edificación plantó viñedos y olivares (Cabrera, 1970).

La fotografía titulada *Olivi e viti* (figura 3) aparece en el librito *Stabilimento Agricolo Industriale Estancia Santa Blanca*, escrito en 1911 a instancias del propio Caviglia para presentar su establecimiento en la «Exposición internacional de Turín» de ese año. En la imagen se aprecian los árboles de olivo bordeando una de las calles principales del viñedo. Además de estos, Santa Blanca destinó 6 hectáreas a 4500 olivos de las variedades *taggiasca*, *mortino* y *leccino*, y la estancia contaba con factoría y lagar para la producción del aceite (*Stabilimento Agricolo Industriale*, 1911, p. 31).

A pesar de la relevancia que el propio Caviglia otorgó a la producción olivícola y su inversión en infraestructura, en ninguno de los planos de mensura anteriores al del año 1950 se encuentra rastro de ello. Hay que esperar al que fue levantado en ese año para hallar el correlato iconográfico de la descripción escrita en 1911. En dicho plano⁷ aparecen señalados los olivos que delinean las avenidas principales del viñedo y un pequeño monte próximo a una de las viñas (figura 4).

Figura 4. Plano de mensura de la granja Santa Blanca, 1950



Fuente: MTOP, Archivo Nacional de Planos de Mensura

7 El detalle de este plano de mensura se explica con seguridad por el hecho de que, en 1949, Santa Blanca fue declarada de utilidad pública, y finalmente, en 1951, fue expropiada y pasó a manos del Estado (Beretta Curi, 2009).

Otro establecimiento agroindustrial donde se encuentra el olivar como paisaje asociado al viñedo es Los Cerros de San Juan. Esta estancia fue fundada en 1854 por el alemán oriundo de Bremen Martin Christian Leberecht Lahusen en sociedad con su coterráneo Juan Antonio Prangue. Situada en el departamento de Colonia, la estancia, que continúa en actividad en nuestros días

...desarrolló ganadería ovina y bovina a partir de la importación de pedigrí, agricultura diversificada —cereales, fruticultura, olivares y viñedo—, producción de quesos, explotó una cantera para la exportación de piedras y destinó crecientes hectáreas a forestación. La actividad vitivinícola daría origen a una de las principales bodegas uruguayas (Beretta Curi, 2005, p. 26).

Los Cerros de San Juan fue un verdadero modelo de emprendimiento pecuario y agrícola, y desde el origen sus fundadores tuvieron la visión de traer personal especializado en cada ramo que se buscaba desarrollar: atraídos por la diversidad de paisajes y suelos afines a distintas explotaciones agropecuarias e industriales, para el desarrollo de cada una de ellas trajeron [sc. los fundadores] familias expertas de distintos orígenes. Así vinieron las familias de origen italiano Abbona, Borgogno y Roqueta, que se encargaron de la viña, el vino y los olivos (Álvaro Terra, comunicación personal, 28 de abril de 2019).⁸

«La estancia [...] se trató de un proyecto ganadero funcional a los intereses industriales y mercantiles de los Lahusen, a los que se fueron integrando paulatinamente otras actividades productivas que, inicialmente, debían atender el consumo de la población del establecimiento» (Beretta Curi, 2018, p. 88). Seguramente este fue el caso del aceite de oliva, elaborado, en un principio, para el consumo doméstico de las familias que habitaban el establecimiento y luego quizá también se comercializó a muy pequeña escala en el almacén de la empresa.

En los Cerros de San Juan los olivos se plantaron como montes, próximos a la viña; «se aclimataron 250 olivos —traídos en 1900 de Italia— que el establecimiento destinó para la producción de aceite de oliva» (Beretta Curi, 2018, p. 89). Uno de los montes se ubica junto a los cuadros de tannat, en la confluencia del río San Juan y el arroyo Miguelete, separado por una calle, frente al llamado almacén de piedra. En el siglo XIX este fue un almacén de ramos generales. Contiguo a este estaba la panadería y enseguida una pieza donde se curaban los jamones (Estela de Frutos, comunicación personal, 2 de mayo de 2019). El otro monte se encuentra a un kilómetro del Río de la Plata y está plantado en suelo arenoso, junto a un riesling (De Frutos, comunicación personal, 2 de mayo de 2019).

8 Los Kelland y Hellbusch para la cabaña y cría de ganado, los diringer para la agricultura (Álvaro Terra, comunicación personal, 28 de abril de 2019; Beretta Curi, 2005).

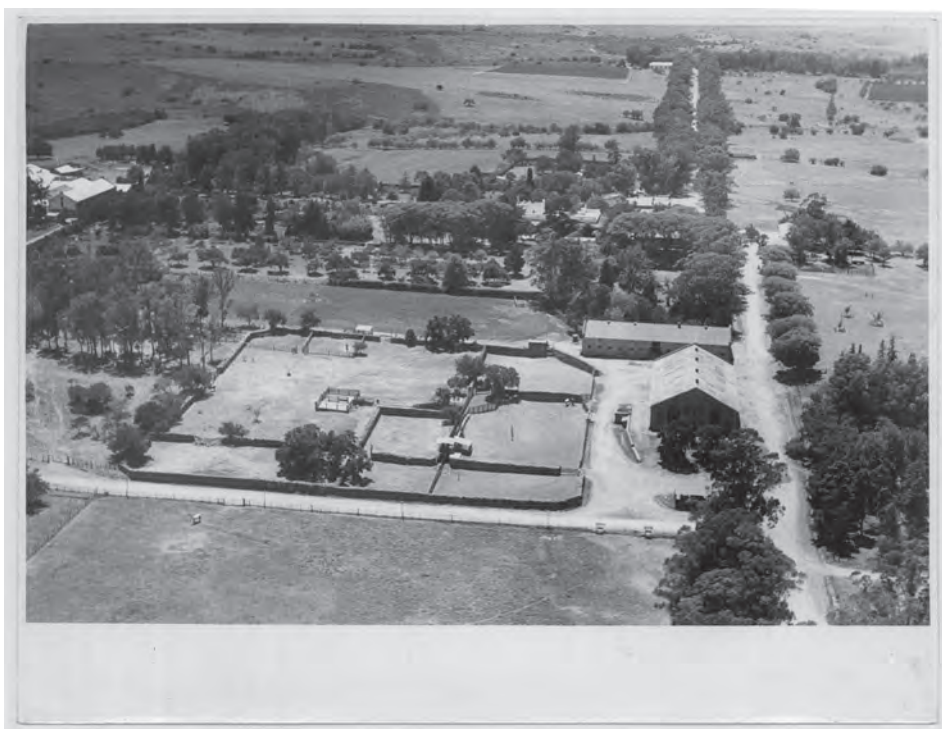
Figura 5. Viñedos de la estancia Los Cerros de San Juan, 1955



Fuente: fotografía de De Grandi. Biblioteca Nacional de Uruguay

En Los Cerros de San Juan el olivar siempre está próximo a la viña. En la figura 5 el monte de olivos se ve en el centro de la imagen, con un follaje más grisáceo y apenas más bajo que el de los eucaliptos a la derecha y los ligustros e higuerones a la izquierda. «La viña los rodea por el sur y el sudoeste, los olivos son como una cuña en el viñado» (Álvaro Terra, comunicación personal, 28 de abril de 2019).

Figura 6. Cabaña de la estancia Los Cerros de San Juan, 1955



Fuente: fotografía de De Grandi. Biblioteca Nacional de Uruguay

En la foto de la cabaña de la estancia (figura 6), los árboles de olivo están en el vértice superior derecho, bien en el ángulo, sobre un cuadro de viña, y a la derecha de una hilera de eucaliptos más altos (Álvaro Terra, comunicación personal, 28 de abril de 2019).

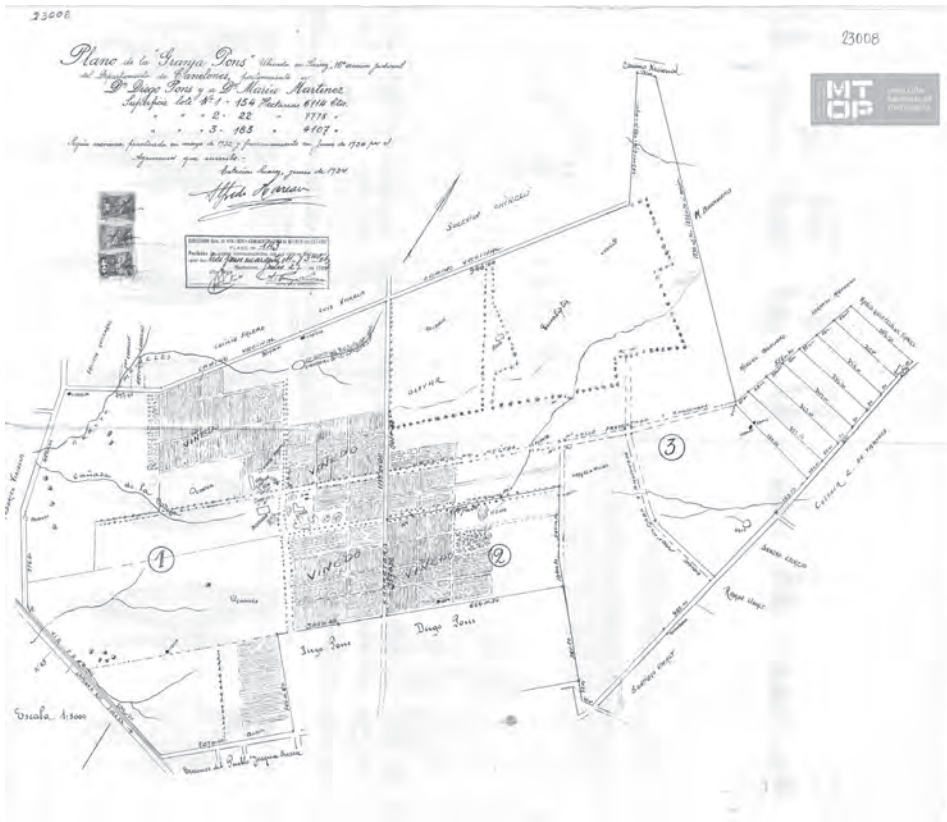
Materialidades y simbolismo de una diáda mediterránea

En Canelones se ubica uno de los casos más emblemáticos y evidentes de la coexistencia del olivar y la viña en los viñedos uruguayos: la viña Varela Zarranz.

La empresa actual está situada en el emplazamiento de la antigua granja de Diego Pons, fundada en 1888, vecina del pueblo de Joaquín Suárez y de los terrenos que fueran de Federico Vidiella, quien asesoró a Pons en su emprendimiento (Beretta Curi, 2008). A principios del siglo xx, Pons ya tenía 87 hectáreas de viña y un olivar de más de cinco mil árboles que llegó a producir «siete mil litros anuales de aceite de oliva» (Beretta Curi, 2008, p. 213).

En 1911, Maeso (citado por Bonfanti, 2010, p. 455) dice que «el olivar de 40 hectáreas ya empezaba a producir cosechas». Sin embargo, en el plano de mensura de 1932 (figura 7) el olivar difícilmente sobrepasa las 20 hectáreas.

Figura 7. Plano de mensura Granja Pons, 1934



Fuente: MTOP, Archivo Nacional de Planos de Mensura

Una de las calles principales del viñedo estuvo delimitada desde su trazado original por árboles de olivo, cuya plantación es probable que date de los primeros años del establecimiento, entre la última década del siglo XIX y la primera del XX (figura 10).

Figura 8. Avenida principal del viñedo, Granja Pons, ca. 1895



Fuente: viña Varela Zarranz

Figura 9. Avenida principal del viñedo, Granja Pons, ca. 1900



Fuente: viña Varela Zarranz

En la figura 9 se advierte el crecimiento de los olivos, que ya tienen unos cinco o seis años, y el desarrollo del cultivo de la viña. A diferencia de la primera fotografía, aquí el camino de olivos y la plantación de vid se extienden hasta el horizonte.

Hoy en día un rasgo distintivo de la bodega es precisamente su camino de entrada cobijado por majestuosos olivos centenarios. Representa un caso único, entre las bodegas uruguayas, de puesta en valor patrimonial del olivo como símbolo de la raíz mediterránea que alentó el emprendimiento desde sus orígenes y como muestra palpable de la antigüedad y de la tradición que sustenta a la bodega. El camino de olivos es una marca de identidad propia de la viña Varela Zarranz.

Figura 10 . Entrada de la viña Varela Zarranz, 1995



Fuente: fotografía del estudio Testoni, viña Varela Zarranz

Conclusiones

Sin duda, en primer lugar hay que decir que las condiciones de clima y suelo son semejantes para la vid y el olivo. En ese sentido Uruguay ofrece condiciones similares a las de la cuenca del Mediterráneo, área en la que se produce el 90% del aceite de oliva del mundo. El clima templado y los suelos permiten un desarrollo favorable de los cultivos, plantados en leves pendientes, y aseguran un buen drenaje; los árboles de origen europeo se han adaptado bien al clima más húmedo y a las tierras del Uruguay.

Si bien las primeras plantas se introdujeron en nuestro país hacia finales del siglo XVIII, fueron los inmigrantes de origen mediterráneo quienes iniciaron la plantación de viñedos y olivares de manera extensiva en quintas, huertos y chacras alrededor de los principales núcleos urbanos del Uruguay, y lograron aclimatar de manera definitiva diversas variedades tanto de vid como de olivo, para su industrialización.

Cuando la viña se implanta en suelo uruguayo ya lo hace con formas de cultivo modernas y tecnificadas. Cabe recordar que tanto Vidiella como Harriague viajaron a Europa para estudiar plantaciones de vid antes de ensayar en sus campos con las cepas traídas de esos mismos viajes. La viña llegó a Uruguay de la mano del estudio; los propios viticultores establecieron redes de intercambio de libros y conocimientos (Beretta Curi, 2008) a falta de una facultad de agronomía (que fue fundada en 1907). Estela de Frutos considera que, en los viñedos uruguayos, el olivo nunca tuvo la función de ser barrera protectora ni cultivo asociado, puesto que desde los comienzos de su industrialización en el país la vid fue plantada en espaldera (De Frutos, comunicación personal, 2 de mayo de 2019). El olivo, en cambio, sí mantuvo su significación paisajística y simbólica tradicional, además de que su introducción estuvo condicionada por la dieta mediterránea y por el estilo de vida que trajeron consigo los inmigrantes italianos, españoles y vascofranceses.

El valor civilizador de la vid y el olivo fue uno de los argumentos de la entonces recién nacida Asociación Rural del Uruguay para promover el cultivo del campo después de la devastación causada por las guerras. No en vano, el olivo ha sido símbolo de la paz de Dios con el hombre y de los hombres entre sí desde épocas remotas (Lejavitzer, 2005 y 2016).

Sin duda el cultivo de la vid y del olivo también fue una forma de apropiarse de un territorio que se extendía vasto y desconocido a los ojos de los inmigrantes, quienes de alguna forma buscaron reproducir los paisajes de sus tierras de origen (Beretta Curi, 2016), y los productos que poblaban sus mesas. Así, las chacras, las quintas y las granjas constituyeron verdaderos sistemas productivos de autoconsumo, cuyo origen puede remontarse a las *villae rurales* romanas de la antigüedad.

Los inmigrantes, como Francisco Vidiella, jugaron un papel decisivo en el desarrollo del cultivo de la vid y el olivo, pues trajeron consigo el amor por el cultivo de la tierra y la veneración por estos dos productos emblemáticos de la identidad mediterránea. «Las riquezas que se fundan en los productos de la tierra hacen felices y poderosas a las naciones y a los individuos que las cultivan», son las palabras iniciales del artículo titulado «La viña y el olivo en el Estado Oriental», escrito por Francisco Vidiella y publicado en la revista de la Asociación Rural del Uruguay, en el año 1880. Unas líneas más adelante expresa que «apasionado de todo lo útil que puede desarrollar la riqueza del país, emprendí el cultivo de la viña y del olivo, que, a mi juicio, es de grande porvenir para el Estado Oriental» (*RARU*, 1880, n.º, p. 359).

Paradójicamente, aunque en la mayoría de los viñedos uruguayos de fines del siglo XIX y principios del XX hubo olivos, este cultivo quedó invisibilizado. Entre las causas de este silenciamiento se podría establecer que

1. representó un cultivo para consumo doméstico o, cuando mucho, local;
2. se le otorgó predominantemente un valor paisajístico;
3. fue el vino, y no el aceite de oliva, el producto que ganó fama, cuya producción se industrializó a mayor escala y otorgó beneficios económicos y prestigio social a los productores, y
4. el aceite siempre permaneció ligado al ámbito de lo íntimo, de lo doméstico, de lo culinario, a diferencia del vino que, desde sus orígenes, se asoció a la vida pública, a la socialización y al ámbito del simposio (en sentido amplio del término).

En suma, la diada vid-olivo logró trascender esos límites geográficos, históricos y culturales del Mediterráneo y supo adaptarse al suelo del Uruguay, para configurar un nuevo paisaje cultural en tierras rioplatenses.

Referencias

- Academia Nacional de Letras (2011). *Diccionario del español del Uruguay*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental. Recuperado de <<http://www.academialetras.gub.uy/innovaportal/v/125490/46/mecweb/diccionario-del-espanol-del-uruguay?leftmenuid=125490>>
- Asociación Rural del Uruguay *Revista de la Asociación Rural del Uruguay (RARU)* (1880, n.^{os} 14 y 19; 1883, n.^{os} 4 y 19; 1889, n.^{os} 19; 1891, n.^{os} 6). Montevideo, Asociación Rural del Uruguay.
- BERETTA CURI, A. (2005). En los orígenes y temprana historia de un establecimiento modelo. En E. DE FRUTOS (Coord.), *Los Cerros de San Juan: 150 años en la historia de Uruguay* (pp. 21-50). Montevideo: Ediciones Trilce.
- (Coord.) (2008). *Del nacimiento de la vitivinicultura a las organizaciones gremiales: la constitución del Centro de Bodegueros del Uruguay*. Montevideo: Ediciones Trilce-Centro de Bodegueros del Uruguay.
- (2009). Inmigración, vitivinicultura e innovación: el emprendimiento de Buonaventura Caviglia en la localidad de Mercedes (1870-1916). *Mundo Agrario*, 9(18). Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1515-59942009000100010>
- (2010). La inmigración europea, elites y redes: la localidad vitivinícola de Mercedes (1870-1916). En A. BERETTA CURI (Ed.), *La vitivinicultura uruguaya en la región (1870-2000): una introducción a estudios y problemas* (pp. 53-85). Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Uruguay/fhce-udelar/2017011044150/pdf_1039.pdf>
- (2016). Buscando la uva para el vino uruguayo (1): la experiencia del catalán Francesc Vidiella. En A. BERETTA CURI (Coord.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)* (Tomo 3, pp. 19-44). Montevideo: Universidad de la República.
- (2018). Inmigración alemana en Uruguay. Los inicios y temprano desarrollo de un establecimiento agropecuario modelo: Los Cerros de San Juan (1854-1929). *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 5(13), 78-97. Recuperado <<https://www.redalyc.org/journal/4695/469554331004/movil/>>
- BERRO, M. B. (1975). *La agricultura colonial*. Biblioteca Artigas. Montevideo: MEC.
- BONFANTI, D. (2010). La Granja Pons: desarrollo y decadencia de una empresa vitivinícola uruguaya (1888-1944). *Anuario IEHS*, 25, 449-462. Recuperado de <<http://anuarioiehs.unicen.edu.ar/Files/2010/La%20Granja%20Pons.%20Desarrollo%20y%20decadencia%20de%20una%20empresa%20vitivin%C3%ADcola.pdf>>
- (2016). Buscando la uva para el vino uruguayo (2): la experiencia del vasco Pascual Harriague. En A. BERETTA CURI (Coord.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)* (Tomo 3, pp. 45-62). Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/publicaciones/2018/la-vina-y-el-vino-tomo-tres.pdf>>
- CABRERA, G. (Coord.) (1970). Soriano: los departamentos. *Colección Nuestra Tierra*, 7. Montevideo: Nuestra Tierra.
- FERNÁNDEZ SALDAÑA, J. M. (1945). *Diccionario uruguayo de biografías (1810-1940)*. Montevideo: Editorial Amerindia.
- LARRAÑAGA, D. A. (1922). Observaciones de la chacara. En *Escritos*. Montevideo: Nacional.

- LEJAVITZER, A. (2005). El aceite en la antigüedad: luminoso triunfo de la paz. *Estudios Filosofía, Historia, Letras* 75, 37-51.
- (2016). Usos materiales y simbólicos del aceite de oliva en Roma imperial. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 3(8), 5-23.
- PÉREZ CASTELLANO, J. M. (2007). *Observaciones sobre agricultura (reproducción facsimilar de la edición de 1848)*. 2 tomos. Montevideo: Biblioteca Nacional-RAPAL Uruguay.
- SOLARI, B., y SOLARI, N. (1895). *Viñedos del departamento del Salto*. Salto Oriental: Establecimiento tipográfico El Progreso.
- Stabilimento Agricolo Industriale Estancia Santa Blanca*. (1911). Torino: Tipo-litografia Silvestrelli e Cappelletto.

A través de los lentes del ingeniero enólogo Brenno Benedetti: desde el microscopio a las barricas de la Granja Pons¹

VERÓNICA SANZ

Introducción

En el tardío siglo XIX, se crea la primera Escuela Real de enología del Reino de Italia en Conegliano, Véneto (1876),² mientras en Uruguay se desarrolla la vitivinicultura como un rubro que se destaca hasta 1900, con el apoyo de un grupo de empresarios de la Asociación Rural del Uruguay y de políticas de incentivo a esta producción, tal como se ha argumentado en los trabajos presentados en esta colección.

Este capítulo de carácter introductorio presenta al ingeniero enólogo Brenno Benedetti —abuelo del escritor y periodista uruguayo Mario Benedetti— a partir de la lectura y el análisis de su libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico* y de sus trazos en puño y letra, sus hipótesis, los aparatos que construye, los procedimientos que describe, sus observaciones, conclusiones y nuevas preguntas. Se busca reconocer, desde la imagen, elementos que den cuenta del marco teórico metodológico desde el cual Benedetti experimenta y toma decisiones para la solución de problemas que surgen en la producción de vino, así como visibilizar la contemporaneidad de sus saberes con los de los científicos de la época, como es el caso de Louis Pasteur.³

1 Agradezco al Ing. Agr. Ricardo Varela —quien con su disposición, tiempo y paciencia ha contribuido con los investigadores de esta línea de trabajo—, a las funcionarias técnicas de la Sección Información de la Facultad de Agronomía y de la Sección Referencia de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de la República, al Dr. Daniele Bonfanti, a Gonzalo Recalde Pardo y al Prof. Giorgio Milani, del Istituto Cerletti Campus Viticoenológico, de Conegliano, Italia.

2 Esta escuela se crea el 9 julio 1876 con el Real Decreto de Vittorio Emanuele II, como una de las estrategias políticas que el Reino de Italia infunde para el desarrollo de la viticultura a partir de la presencia de la filoxera en 1870 en el país (Garciullo y Borzi, 2004).

3 Cabe señalar que en el período 1870-1890, en el país se concreta la instalación de tres laboratorios oficiales no universitarios —el Laboratorio químico, dependiente de la Comisión Central de Agricultura (1878), la Oficina de análisis, de la Dirección de Aduanas (1885) y el Laboratorio químico y bacteriológico (1888-1889)—, que obedecían a demandas específicas de la producción (Grunwaldt, 1966).

Este trabajo se focaliza en el período 1894-1900, coincidente con un lapso de actividad destacada de Brenno Benedetti, contratado como director de la bodega de Diego Pons. Esta bodega está ubicada en el km 29 de la ruta 74 en la localidad de Joaquín Suárez del departamento de Canelones; la empresa fue establecida en 1888. Desde 1944, la viña y la bodega pertenecen a la familia Varela Zarranz y las fuentes utilizadas para este y futuros trabajos provienen de su archivo.

Existen escasos trabajos que den cuenta de la trayectoria de Benedetti, y la revisión bibliográfica realizada no arrojó resultados de antecedentes publicados sobre sus aportes técnicos desde una perspectiva de la agronomía, la química o la microbiología.

María Belén Baptista (2005) estudia procesos acaecidos en la temprana vitivinicultura en el Uruguay durante el período 1874-1930, y la existencia de una

verdadera escasez de técnicos en la viticultura durante el período investigado; si bien algunos vitivinicultores estuvieron en condiciones de hacer traer de Europa los mejores enólogos, estos fueron, sin duda, una excepcional minoría que encontró, muchas veces, serias dificultades para conservar su personal calificado (Baptista, 2005, p. 163).

Y esto fue lo sucedido:

...más allá de los rasgos de su personalidad, el caso de Brenno Benedetti, quien en poco más de seis años fue contratado por tres empresarios (Piria, Pons y Caviglia) y despedido por dos (Piria y Pons), es ejemplar en este sentido, así como la polémica pública que el enólogo italiano tuvo con Federico Vidiella (Bonfanti, 2015, p. 159).

Benedetti recurrió al periódico *La Tribuna Popular* y planteó desde una perspectiva técnica su visión acerca del lugar de los viticultores y actores gubernamentales ante la aparición o declaración oficial de la presencia de filoxera en el país, en 1893.

Otros antecedentes pueden verse en el trabajo de Daniele Bonfanti (2010), quien describe el desarrollo del establecimiento vitivinícola de Diego Pons⁴ — en el que Benedetti se desempeñó como director—, y analiza el comportamiento del empresario frente a los cambios técnicos del sector. Alcides Beretta Curi (2009) hace un análisis del proyecto innovador que privilegió la producción vitícola en el establecimiento Santa Blanca, de Buonaventura Caviglia, ubicado en Mercedes, departamento de Soriano. Por último, Estela de Frutos (2016) introduce el vínculo entre la teoría y la experiencia de los vitivinicultores en la producción de vinos en el Novecientos, así como la definición de algunos indicadores de calidad del producto.

En síntesis, en la revisión llevada a cabo no se han encontrado trabajos que incursionen en los procesos de experimentación enológica desarrollados por los técnicos contratados por la élite empresarial vitivinícola del país para el período en estudio, y especialmente para el caso de Brenno Benedetti.

4 Véase la biografía de Diego Pons en Beretta Curi (2015, p. 129).

Desde Italia a los viñedos de tres pioneros uruguayos

Brenno Benedetti nació en Foligno, provincia de Perugia —en la región de Umbría, en el centro de Italia— el 5 de octubre de 1869 (Araújo Villagrán, 1920). Estudió en la Real Escuela de Viticultura de Conegliano⁵ de la que egresa en 1889 con el curso superior de Diplomato Enotecnico.⁶ El 15 de noviembre de 1892 se publica un artículo en la *Revista de la Asociación Rural del Uruguay* (RARU) titulado «Preparación y embalaje de los sarmientos»⁷ firmado por Breuno [Brenno] Benedetti como «Director General del Establecimiento» de Piriápolis (RARU, 1892, p. 489).⁸ Es decir que, con 23 años, es contratado por Francisco Piria para desempeñarse como técnico enólogo en la dirección de los viñedos y la bodega de la empresa La industrial, aunque pronto «...aquel italiano rompió relaciones con su empleador, lo que le costó una caminata de más de cien kilómetros, puesto que los medios de transporte entre Piriápolis y la capital eran propiedad del indignado jefe...» (Campanella, 2008). Evidencia de este difícil vínculo es el documento *Piriápolis: establecimiento agronómico* (Piria, 1900), de 88 páginas, que contiene un informe del ingeniero agrónomo Teodoro Álvarez en su calidad de inspector de viticultura del Departamento de Ganadería y Agricultura. En este extenso informe no se hace referencia alguna al trabajo realizado por Benedetti.

En 1894 Benedetti es empleado en la granja de Diego Pons hasta 1896, año en el que es contratado por Buonaventura Caviglia, aunque vuelve a colaborar con Pons en la fase posfiloxérica del viñedo, en el período 1899-1903 (Bonfanti, 2015 y 2018). Se tenía una alta consideración a su persona: «...en el departamento de Soriano, con el aplauso general de sus propietarios, [que] ven en el señor Benedetti al hombre laborioso, culto y perfecto conocedor de su profesión» (Araújo, 1920, p. 43).

Se indaga en algunos trayectos de los saberes y conocimientos de este ingeniero, que buscó soluciones a la producción de la que era responsable, en

5 Una de las figuras de importancia para Conegliano fue la del abate Felice Benedetti (cuyo vínculo con Brenno Benedetti aún se desconoce). Felice Benedetti (nacido en Godega di Sant' Urbano el 25 de agosto de 1819 y fallecido en Pianzano en 1886) se opuso al analfabetismo y creó varias escuelas diurnas, nocturnas y vacacionales. Promovió reuniones y congresos para incentivar a los agricultores y, en 1867, fundó el Comité Agrícola de Conegliano, del cual fue presidente hasta 1884. Se dedicó al estudio y la experimentación en ganadería, fertilizantes, riego, injertos, sericultura y clasificación y descripción de vides. En 1870 publicó *Catechismo agrario popolare*. Junto a Antonio Carpenè fundó la Società Enologica Trevigiana (en <<https://www.cerletti.edu.it/storia/#1623153584770-4fo58ea9-32e6>>).

6 Información aportada por el Prof. Giorgio Milani, de la Biblioteca del Istituto Cerletti Campus Viticolo enológico de Conegliano, Italia.

7 Este artículo dio origen a una polémica entre distintos actores, entre los que se encuentra Federico R. Vidiella, que argumentan desde diferentes experiencias y conocimientos sobre un mismo tema. Véase Bonfanti, 2019.

8 Preparación y embalaje de los sarmientos. *Revista de la Asociación Rural del Uruguay*, XXI(2), 489-490. Montevideo, 15/11/1892.

especial en términos de la mejora en la calidad del vino. Y esta búsqueda será desde y a través de sus lentes, los lentes del microscopio, los lentes de la lupa.

Figura 1. Ingeniero enólogo Brenno Benedetti, director técnico de la sección vitícola industrial de la estancia Santa Blanca, de Buenaventura Caviglia



Fuente: López, P. (dir) (1923), *El libro del centenario del Uruguay 1825-1925*. Montevideo: Imprenta Latina Ucar Blanco Hnos., p. 124. Gentileza Biblioteca de Facultad de Veterinaria, Udelar

Figura 2. Matilde Farrugia (nuera), Flaminia Benedetti (hija), Brenno Benedetti (hijo). Sentados, de izquierda a derecha: María Marzilai (esposa), Brenno Benedetti y Mario Benedetti (nieto). De pie, adelante, Raúl Benedetti (nieto). Estancia Santa Blanca, Soriano, 1932



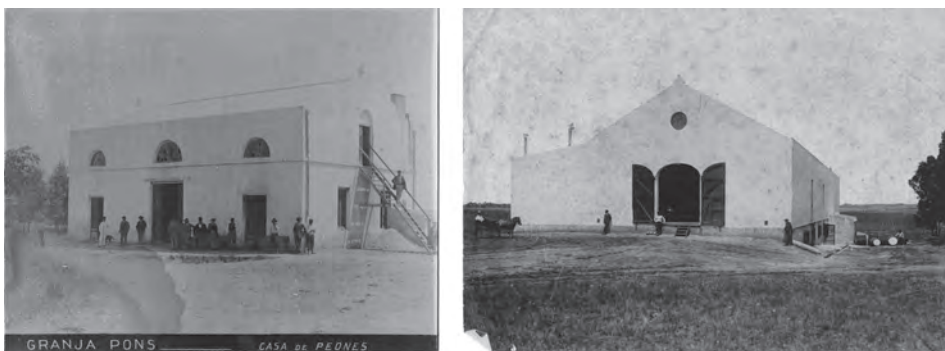
Se presentará de izquierda a derecha: Matilde Farrugia (nuera), Flaminia Benedetti (hija), Brenno Benedetti (hijo), María Marzilai (esposa), Brenno Benedetti y Mario Benedetti (nieto). De pie, adelante, Raúl Benedetti (nieto). Estancia Santa Blanca, Soriano, 1932. Archivo Fundación Benedetti.

Fuente: Autor: s. d. Archivo Fundación Benedetti. Muestra «Siglo Benedetti: a 100 años de su nacimiento». CDF, Intendencia de Montevideo: (<<https://cdf.montevideo.gub.uy/exposicion/siglo-benedetti-100-anos-de-su-nacimiento>>)

Un destino en el mundo: la bodega de la granja Pons y la ciencia que inspiró al enólogo

El 15 de octubre de 1892 Diego Pons escribía en su *Diario de la granja*: «He dado hoy principio a levantar el edificio que servirá de bodega. La primera sesión, que es la que se empieza hoy, tiene 14 m de ancho por 25 de largo interiormente».⁹ Y un mes después, el 10 de noviembre de 1892, había dado por finalizados los cimientos. Es de interés para la investigadora conocer la bodega a la que sirvió el laboratorio enológico de Benedetti, ya que contribuye a dimensionar el espacio, paisaje de la empresa. Si bien no se cuenta con fotografías del laboratorio propiamente dicho, en la figura 3 se observa el edificio de la bodega en una construcción previa a su reconstrucción, luego de 1904, tal como aparece en la figura 4.

Figura 3. Edificio de la bodega de la granja Pons (fecha estimada: 1900-1904)



Fuente: gentileza del Ing. Agr. Ricardo Varela, bodega Varela Zarranz

9 Archivo viña Varela Zarranz, Libro de anotaciones *agricultura y viticultura-anotaciones y observaciones*. Granja Pons, 15 de octubre de 1892, p. 48.

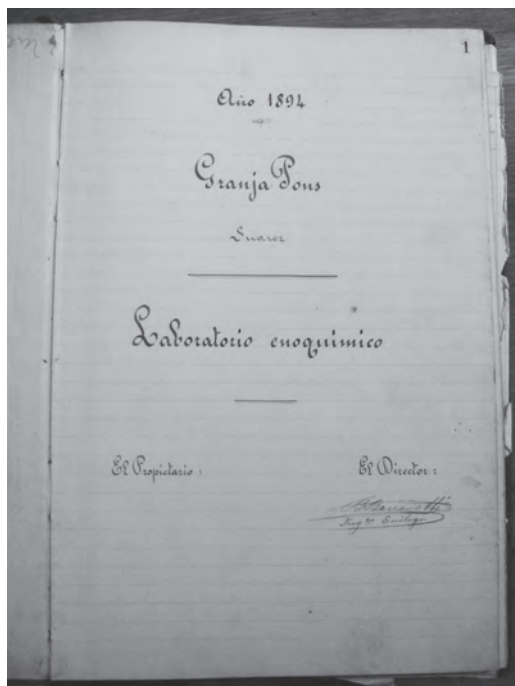
Figura 4. Edificio de la bodega de la granja Pons (1900)



Fuente: Industrias Rurales: Uruguay 1830-1930. Montevideo: (s.n.), (1930?).
Gentileza del Departamento de Documentación de la Biblioteca de la Facultad de
Veterinaria de la Universidad de la República¹⁰

En el archivo de esta bodega se encuentra el libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico*; su carátula fechada en 1894 está firmada por Benedetti. Esta es la principal fuente a analizar en este capítulo.

Figura 5. Libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico*, Granja Pons-Suárez firmado por el director Ing. Enólogo Brenno Benedetti



Fuente: ABVZ, gentileza del Ing. Agr. Ricardo Varela, bodega Varela Zarranz

¹⁰ También puede leerse en Biblioteca Digital Hispánica: <<http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000088582&page=1>>.

El libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico* está integrado por 128 folios con 31 apartados numerados y seis sin numerar. En este documento Benedetti describe los estudios llevados a cabo por él mismo en el laboratorio de la granja entre el 10 de junio de 1894 (folio 3) y el abril de 1902 (folio 102). Los estudios, de uno a seis folios de extensión en general, tienen la estructura básica de la descripción del desarrollo de un experimento con sus procedimientos y observaciones. Con frecuencia responden situaciones-problema concretas y requieren el dominio de áreas de conocimiento específicas como la bioquímica, la fitopatología, la física y los suelos. En el anexo I se muestra el total de trabajos del técnico. A modo de resumen, estos pueden agruparse por tipo de estudio, según se adjunta en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Grupos de temas presentados en los estudios de Benedetti, en el laboratorio de la granja Pons, 1894-1902

Tipo de estudio	N.º
Determinación de propiedades químicas de muestras de vino de la granja	13
Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, abono, polvo de huesos, azúcar)	7
Descripción de estructuras de hongos fitopatógenos y cultivo de fermentos	4
Análisis de propiedades físicas o químicas de muestras de suelo	3
Procedimientos para la determinación de propiedades químicas o para la preparación de soluciones químicas	3
Número total de artículos	30

Fuente: elaboración propia a partir de Benedetti, B., Libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico*. Archivo Granja Pons - Bodega Varela Zarranz

Si bien prevalecen los estudios sobre la determinación de propiedades químicas de los vinos de la granja, además, se encuentran observaciones de fitopatógenos, o análisis de propiedades de suelo que requieren de un alto nivel de experticia. Los estudios presentan características que hacen de este enólogo un científico que busca respuestas desde hipótesis planteadas a partir de referencias teóricas adquiridas en su formación académica y de referentes que le son contemporáneos.

Hemos hecho todas estas observaciones justas y necesarias, fundándonos en los espléndidos trabajos de François, Robinet, Pasteur, Guyot, Maumené y en los nuestros mismos, aunque más humildes e incompletos, para salvarnos de toda responsabilidad en el caso de que nuestro esfuerzo y buena voluntad no consiga el resultado que se desea.¹¹

11 Archivo Viña Varela Zarranz. Benedetti, B. *Libro diario de bodega*, granja Pons, 1.º de octubre de 1894, p. 11.

Se encontraron varias referencias de libros escritos por Édouard Robinet, Jules Guyot (médico, agrónomo y físico)¹² y Edme-Jules Maumené (químico enólogo), profesionales franceses y contemporáneos de Benedetti, lo que confirma el acervo académico con que contaba este enólogo. Cuando se trata de la labor que ejerciera en la empresa Santa Blanca, Lockhart (citado por Beretta Curi, 2009) describe el trabajo de Benedetti en los siguientes términos:

Todo lo analizaba: composición del suelo y del subsuelo, higiene y bondad de sus productos, utilizando aparatos modernos, cuidando su pureza y calidad. Bajo su vigilancia técnica se construyeron e instalaron máquinas a vapor, a nafta y a electricidad, seis molinos de viento, tanques australianos, pozos semi-surgentes y una bodega con todo lo indispensable para la obtención de vinos en condiciones insuperables (p. 25).

Su formación era el resultado de la propuesta educativa ofrecida por la Escuela enológica de Conegliano, donde se formó. En los cursos enotécnicos de enseñanza superior se capacitaba a los alumnos en «...la dirección de grandes propiedades y bodegas propias o ajenas, también [estarían] habilitados para ejercer la docencia en la rama de la enología» (Gargiullo y Borzi, 2004, p. 30). En su plan de estudios este curso superior incluía dibujo planimétrico y de maquinarias y materias prácticas tales como: «ejercitaciones químicas y microscópicas, demostraciones prácticas sobre trabajos en los viñedos y en la bodega», además de idioma francés (Gargiullo y Borzi, 2004, p. 30).

Esta particularidad reafirma la importancia de la labor de Benedetti, que en el libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico* muestra cómo adapta y construye equipos con los instrumentos de laboratorio disponibles en su medio. Describe cada procedimiento, explicitando los objetivos, así como las precauciones a tener en el uso de los materiales, además de llegar a conclusiones generalizables, consecuencia de los estudios propuestos. Incorpora diecinueve dibujos en tinta, a mano alzada; cuatro corresponden a los aparatos que utiliza —con las referencias de los instrumentos que lo integran— y quince representan observaciones con lupa o microscopio de la estructura física de materiales, morfología macroscópica de colonias fúngicas y estructura microscópica de hongos varios.

El 1.º de octubre de 1894, Benedetti mostraba gran preocupación por los procesos aplicados en la granja para la producción de vino, que contrastan con sus conocimientos y con los aportes que haría luego. Frente a la situación en la que se debieron corregir indicadores de la calidad de un vino, lo que eventualmente podría haberse evitado, plantea:

Dijimos que no había ninguna necesidad de filtrar el vino; pues añadiremos ahora que no debía procederse así de ningún modo. En efecto, si nosotros filtramos un vino, este se despojará completamente de todo lo que tiene en suspensión y, por consiguiente, se despojará también de todas las células

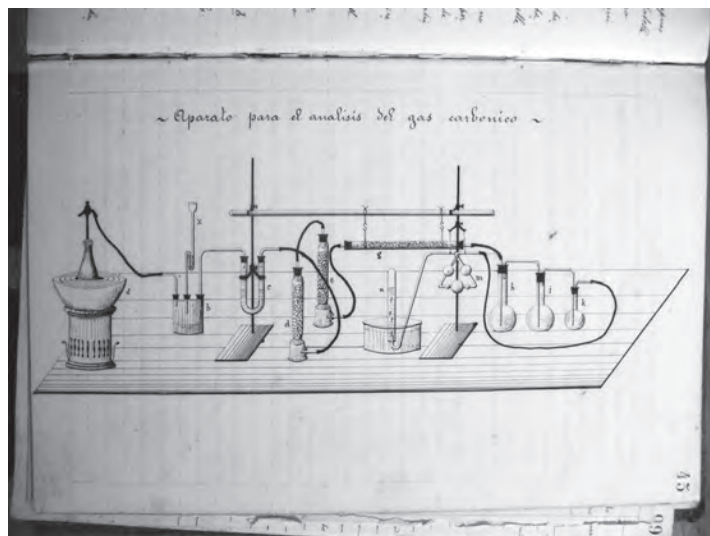
12 Wolikow, C. (15 de marzo de 2012) «Doctor Jules Guyot (1807-1872), médico, desertor y experto en los viñedos de Francia», *Territoires du Vin, Varia sur les Territoires du vin* (5), <https://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1387>

fermentativas. Ahora bien, ¿cómo y por cuál virtud sobrenatural podrá el vino producir espuma si le faltan los principales elementos, los infinitamente pequeños seres indispensables para que el azúcar pueda transformarse en alcohol y ácido carbónico?¹³

De entre el total de estudios, en este capítulo se presentan las imágenes de dos de ellos. El criterio de selección es que aporten información acerca de los procesos de experimentación enoquímica, particularmente de los procesos de fermentación.

El primero es el Estudio N.º 21: Análisis del ácido carbónico en el vino espumoso de la granja, cosecha 1895.¹⁴ Se trata de un apartado de cinco folios; el tercero contiene un dibujo a mano alzada del aparato que construyó Benedetti y que utilizó para la determinación de ácido carbónico en un vino de la granja «hecho con una uva vidiella y según el procedimiento de la *champagne...*», tal como se muestra en la figura siguiente.

Figura 6. Dibujo de Brenno Benedetti a mano alzada. Aparato para el análisis del gas carbónico en vino de cosecha 1895, granja Pons



Fuente: ABVZ, Benedetti, B. «N.º 21: Análisis del ácido carbónico en el vino espumoso de la granja, cosecha 1895», de fecha 25 de enero de 1896 en libro *Laboratorio enoquímico* p. 45

En la imagen se muestran los instrumentos que integran el aparato construido por Benedetti, acompañados de un texto en el que explica la utilidad y reacción química que se debería dar en cada paso del procedimiento: a) baño maría, b) frasco de Woulff, x) tubo de seguridad, c) tubo en U, d) frasco desecador «que

13 Archivo viña Varela Zarranz, *Libro de anotaciones, diario de bodega*, 1.º de octubre de 1894, p. 10.

14 Archivo viña Varela Zarranz Benedetti, B. «N.º 21: Análisis del ácido carbónico en el vino espumoso de la granja, cosecha 1895», del 25 de enero de 1896 en Libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico*, p. 45.

contiene piedra pomez bien empapada con ácido sulfúrico»,¹⁵ e) y g) tubos «llevados de cloruro de cal purísimo»,¹⁶ h) e i): frascos «que contienen hidrato de cal»,¹⁷ k) frasco «que contiene hidrato de bario»¹⁸ l) «bulsas de Liebig que contienen una solución de potasa cáustica».¹⁹

Posteriormente, Benedetti presenta los componentes e indicadores del vino que surgen de los análisis físico-químico realizados: «químico realizados: densidad a más de 15 °C, balanza de Westfall, alcohol en volumen por cien, acidez en ac. tartárico por mil, materias extractivas por mil y cenizas 19»²⁰ y explica que «...deberíamos ocupar de analizar ahora la cantidad de ácido carbónico que contiene y calcular después cuántas atmosferas de presión [tendrá] este gas [que] está enclavado en la botella».²¹

Queda claro el objetivo que el ingeniero enólogo se plantea y que cumple a cabalidad. Para ello explica que «...se necesita un aparato como el de Crampton, pero nosotros hemos construido uno, dibujado aquí enfrente y que marcha perfectamente bien».²²

El material al que refiere Benedetti podría ser el aparato para la determinación de dióxido de carbono en cerveza de Crampton y Trescota cuya imagen aparece en el boletín de la *Association of Official Agricultural Chemists Committee on Revision of Methods* del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, en 1907,²³ y que se muestra en la siguiente figura.

15 O. cit. p. 45.

16 Ídem.

17 Ídem, p. 46.

18 Ídem.

19 Ídem.

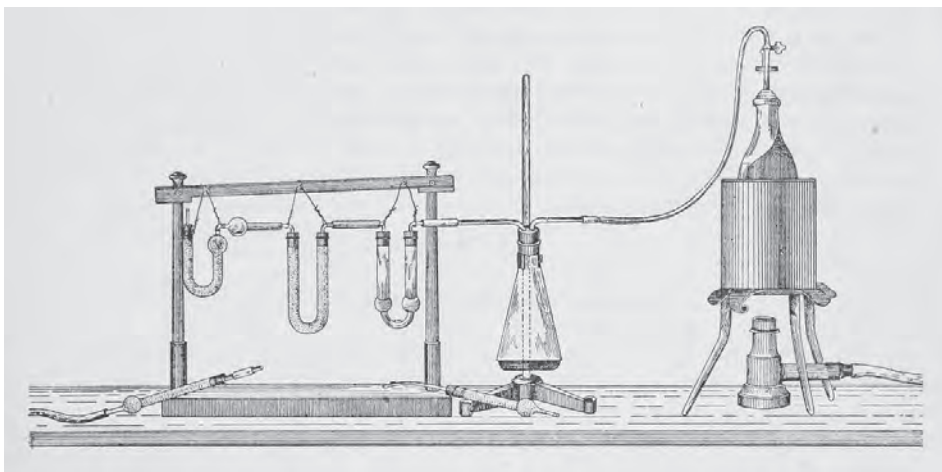
20 Ídem, p. 43.

21 Ídem, p. 43 y 44.

22 Ídem, p. 44.

23 U.S. Department of Agriculture, Official and provisional methods of analysis. Association of Official Agricultural Chemists Committee on Revision of Methods; (1907) Harvey Wiley ed, p. 93. Disponible en: https://archive.org/details/officialprovisio1oasso_o/page/92/mode/2up.

Figura 7. Aparato para la determinación de ácido carbónico en cerveza
(Crampton y Trescota)



Fuente: United States. Department of Agricultural. Division of Chemistry, Bull. n.º 13, p. 3, p. 293. Citado por U. S. Department of Agriculture, Official and provisional methods of analysis. *Association of Official Agricultural Chemists Committee on Revision of Methods* (1907), Harvey Wiley ed, p. 93

El afán de Benedetti por hacer sus trabajos con base científica es planteado en 1894, en el *Diario de la granja*. Allí escribía:

¿Qué vino tenemos? ¿cuál es el resultado que se desea conseguir? Ahí están las dos preguntas a las cuales es preciso dar exactas contestaciones, pues de lo contrario todas las manipulaciones que van a seguir, habiendo por base cálculos e ideas equivocadas, darán también resultados erróneos, y producirán talvez la pérdida del vino.²⁴

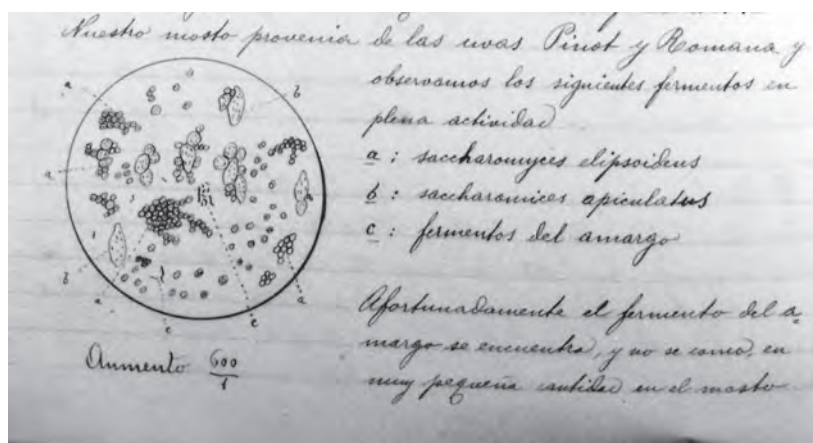
El ácido carbónico o gas carbónico (CO_2) es el resultado de la fermentación del vino y aporta propiedades organolépticas específicas, lo que influye en su calidad, tema que podrá profundizarse en otros trabajos.

El segundo de los estudios seleccionados para presentar en este capítulo es el «N.º 23: Cultivo de fermentos» (Laboratorio enológico, 1896, 52-57).²⁵ Se trata de un apartado de seis folios; el tercero contiene, en un dibujo a mano alzada, la observación de Benedetti.

24 Archivo viña Varela Zarranz, libro de anotaciones *Diario de la Bodega*, 1 de octubre de 1894, p. 8.

25 Archivo viña Varela Zarranz, Benedetti, B., «N.º 23: Cultivo de fermentos», 25 de enero de 1896 en libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico*, pp. 52-57.

Figura 8. Dibujo de Brenno Benedetti a mano alzada. Cultivo de fermentos



Referencias: a: *Saccharomyces elipsoidens*; b: *Saccharomyces apiculatus*; c: fermentos del amargo

Fuente: ABVZ, Benedetti, B. «N.º 23: Cultivo de fermentos» de fecha 25 de enero de 1896 en libro *Laboratorio Enológico*, p. 54

En este dibujo se muestra la observación —con microscopio de aumento 600/1— de una gota de mosto de uvas pinot y romana, que contiene los siguientes fermentos: *Saccharomyces elipsoidens*, *Saccharomyces apiculatus* y fermentos del amargo.

Esta observación es el producto de un estudio de carácter experimental de Benedetti que tiene como objetivo la selección de fermentos y la obtención de fermentos puros. La base teórica desarrollada es la puesta en práctica de los contenidos argumentativos de la polémica acaecida entre Pasteur y Liebig y sus marcos conceptuales diferentes acerca del proceso de fermentación.

De acuerdo con García (Acevedo-Díaz *et al.*, 2017), desde una visión mecanicista, Liebig definía a la fermentación como un proceso de «...descomposición química causada por la putrefacción de una sustancia animal o vegetal, pero que no requería de la intervención de microorganismos». Es decir que este proceso era el producto de «...la transferencia de vibraciones moleculares (movimiento) del fermento (la levadura) a las moléculas de azúcar, que se mantenía mientras hubiera descomposición». En contraposición con esta visión se plantea la orientación vitalista, que entiende a la levadura como un «organismo vivo que se nutre cuando el azúcar fermenta» Esta es la base de la teoría de la fermentación desarrollada por Pasteur, que se centra en la actividad biológica de las levaduras (proceso biológico), mientras que Liebig «consideraba que la levadura era un organismo vivo que participaba en el proceso y que su acción sobre el azúcar no tenía que ver con procesos de desorganización o putrefacción» (refiriéndose entonces al desarrollo de un proceso químico) (Acevedo-Díaz *et al.*, 2017).

El propio Benedetti es consciente de que el método que propone «recién empieza a hacerse camino entre los hombres de ciencia de todo el mundo y

precisará todavía mucho tiempo y muchas experiencias serias antes de llegar a determinaciones bien definidas».²⁶

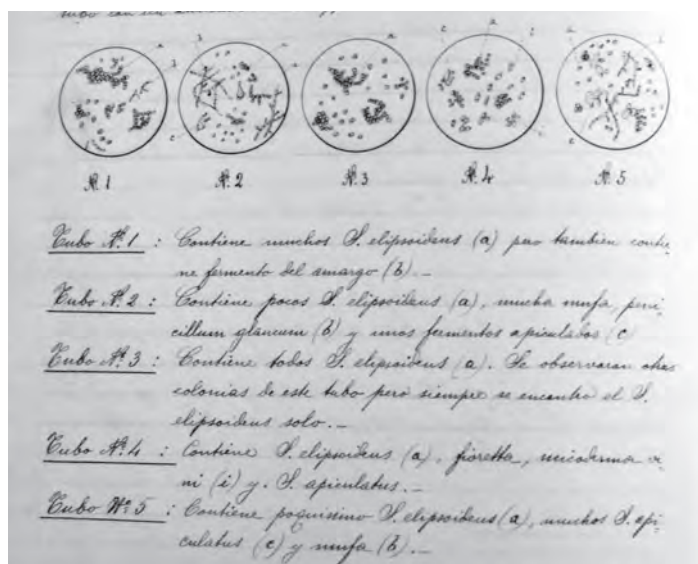
Con un estilo de escritura consistente, coherente, preciso y ordenado Benedetti explica, en seis folios, el marco conceptual desde el que observa:

En el pellejo de la uva, existe una cantidad grande de pequeños organismos que, después de estrujada la uva, se mezclan con el mosto: estos organismos son bacterias, micodermas, ninfas, fermentos buenos y malos.²⁷

A su vez, relaciona el proceso de fermentación con la calidad del vino ...añadiendo al mosto, enseguida una buena cantidad de *Saccar. elipsoideus*, en buenas condiciones de temperatura, la verdadera fermentación, que llamaremos elíptica, se desarrolla con mas fuerza [...] y el producto será un vino *mas franco de gusto, mas fino, mas suave, mas alcohólico*.²⁸

Discute posturas teóricas de algunos contemporáneos como Muller-Thurgan, Kaiser, Wortmam, Hausen, Berg, Nathan y otros. Luego describe los pasos de la *Preparación de la gelatina para el cultivo de fermentos*, las *Observaciones microscópicas de los fermentos*, el *Cultivo de fermentos* en cinco tubos y la selección hecha. En la imagen siguiente se muestra el resultado de la observación de cada cultivo.

Figura 9. Dibujo de Brenno Benedetti a mano alzada. Observación al microscopio (800/1) del desarrollo de colonias de fermentos



Fuente: ABVZ, Benedetti, B. «N.º 23: Cultivo de fermentos» de fecha 25 de enero de 1896 en libro de anotaciones *Laboratorio enoquímico*, p. 56

26 Archivo viña Zarranz, Benedetti, B., «N.º 23: Cultivo de fermentos», 25 de enero de 1896, o. cit., p. 52.

27 Ídem.

28 Ídem.

Benedetti concluye que «...solamente el tubo n.º 3 contiene fermentos del vino puro, y por eso hemos sembrado una colonia de este tubo en otro que contiene gelatina»²⁹ Después de 24 horas «resultaron de puro *Saccharomyces elipsoideus*».³⁰

Resulta de interés plantear en términos generales cuál era el escenario de experticia en el país sobre este tema. En el año 1900 el director del laboratorio de la Asociación Rural del Uruguay, Ing. Julio Frommel escribía en la revista de esta gremial: «Los buenos resultados obtenidos en los ensayos practicados por varios viticultores el año pasado, han decidido a la Asociación Rural del Uruguay a emprender la multiplicación de las levaduras puras».³¹ Recién en 1908 «la enología y la microbiología enológica se ponen en el centro de la investigación científica de la reciente fundada Facultad de Agronomía» (De Frutos, 2016, p. 89) que desarrollaría el estudio de las levaduras y las vincularía con la calidad del vino.

En ese mismo momento, Benedetti trabajaba desde su laboratorio en el establecimiento Santa Blanca, en el que se desempeñaba como director técnico de la sección vitícola industrial.

Figura 10. Laboratorio enológico del establecimiento Santa Blanca



Fuente: gentileza de Alcides Beretta Curi

29 O. cit. p. 56.

30 Ídem.

31 Frommel, J. «Levaduras puras para vinificación» en *RARU*, tomo XXIX, n.º 2; Montevideo, 31/1/1900, p. 29.

A modo de cierre

Este capítulo presenta información de carácter general e introductoria en un tema que requiere de un trabajo interdisciplinario potente. Su novedad está en la presentación de la imagen del ingeniero enólogo Brenno Benedetti y en delinear algunas pinceladas de sus aportes científicos, con la certeza de que podrá profundizarse en el tema desde la confrontación de fuentes documentales procedentes de las tres bodegas que dirigió. En su figura se sintetiza el carácter científico de un hombre con formación académica sólida, que deja entrever vínculos vitales cercanos a la producción vitícola. Quizás haya sido este hecho el que le permitió acercar sus saberes, desarrollar otros, descubrir, y aplicar los nuevos conocimientos a la resolución de los problemas que se le presentaron en su cotidianeidad, con un carácter particular: podía observar el establecimiento, podía observar a través de la lupa.

Anexo:

Página	Estudio N.º	Título	Fecha	Categoría
1	-	Carátula	-	-
3	1	Análisis físico-químico de unas tierras	10/6/1894	Análisis físico-químico de suelo
4	2	Estudio de una enfermedad del ciprés	27/6/1894	Descripción de patógeno
5 y 6	3	Densidad de los vinos en la granja	28/6/1894	Determinación de propiedades químicas de vino
7	4	Riqueza alcohólica de los vinos de la granja	2/7/1849	Determinación de propiedades químicas de vino
8	5	Solución empírica de agua de cal	47/7/1894	Procedimientos para la determinación de propiedades químicas/preparación de soluciones
8	6	Purificación del sulfato de cobre	4/7/1894	Procedimientos para la determinación de propiedades químicas/preparación de soluciones
9	7	Acidez total de los vinos de la granja	15/71894	Determinación de propiedades químicas de vino
10 y 11	8	Materias extractivas y cenizas de los vinos de la granja	30/7/1894	Determinación de propiedades químicas de vino
12 y 13	9	Análisis de una leche de mujer	20/8/1894	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, abono, azúcar, polvo de huesos)
13	10	Antracnosis de la vid	s. f.	Descripción de un patógeno
14 y 15	11	Análisis del azufre <i>glasing</i>	27/10/1894	Procedimientos para la determinación de propiedades químicas/preparación de soluciones
15 y 16	12	Ensayo de estudio sobre la cristalización de los vinos	12/11/1894	Determinación de propiedades químicas de vino

Página	Estudio N.º	Título	Fecha	Categoría
16 a 18	13	Análisis del ingrediente hormiguicida	1/12/1894	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, abono, azúcar, polvo de huesos)
19 y 20	14	<i>Fumago oleae</i>	10/2/1895	Descripción de patógeno
21 a 29	15	Análisis de unas tierras	25/6/1895	Análisis físico-químico de suelo
29 a 31	16	Análisis de un vino	s/d	Determinación de propiedades químicas de vino
31 y 32	17	Análisis de una tintura para colorear vinos	20/7/1895	Determinación de propiedades químicas de vino
33	18	Análisis de un polvo para colorear los vinos	2/8/1895	Determinación de propiedades químicas de vino
34 a 37	19	Análisis de los vinos de la granja Pons, cosecha 1895	10/8/1895	Determinación de propiedades químicas de vino
38 a 43	20	Industria del cremor de tártaro y del ácido tartárico a partir del orujo, las heces y los cascotes de ovino	5/9/1895	Procedimientos para la determinación de propiedades químicas/preparación de soluciones
43-47	21	Análisis del ácido carbónico en el vino espumoso de la granja, cosecha 1895	25/1/1896	Determinación de propiedades químicas de vino
48 a 51	22	Análisis del agua del pozo	1/5/1896	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, abono, azúcar, polvo de huesos)
52 a 57	23	Cultivo de fermentos	24/5/1896	Descripción de patógeno/cultivo de fermentos
57 a 59	25	Análisis de un abono	4/6/1896	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, abono, azúcar, polvo de huesos)

Página	Estudio N.º	Título	Fecha	Categoría
59 a 62	26	Análisis de los vinos de la granja Pons, cosecha 1896	25/11/1896	Determinación de propiedades químicas de vino
62 y 63	27	Análisis de un tártaro bruto	8/1/1897	Procedimientos para la determinación de propiedades químicas/preparación de soluciones
63 a 65	28	Análisis de los vinos de la granja Pons, cosecha 1897	31/5/1897	Determinación de propiedades químicas de vino
66 a 67	29	Análisis de los vinos de la granja Pons, cosecha 1898	s/d	Determinación de propiedades químicas de vino
68 y 69	30	Análisis de los vinos de la granja, cosecha 1899	6/1899	Determinación de propiedades químicas de vino
70 a 71	31	Análisis de abono fosfato de cal	6/1900	Análisis físico-químico de suelo
73	s/d	Granja Pons Suárez, vino espumoso tipo <i>champagne</i>	s/d	Determinación de propiedades químicas de vino
91	s/d	Análisis de varios vinos	s/d	Determinación de propiedades químicas de vino
102	s/d	Análisis de azúcar rubio	s/d	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, azúcar, polvo de huesos)
102	s/d	Análisis de un polvo de huesos o fosfato de cal	s/d	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, azúcar, polvo de huesos)
127	s/d	Análisis y observaciones sobre el agua del pozo con relación a su empleo en el caldo bordelés	s/d	Análisis de productos variados (leche de mujer, hormiguicida, agua, abono, polvo de huesos, azúcar)

Referencias

- ACEVEDO-DÍAZ J. A., GARCÍA-CARMONA, A., y ARAGÓN M. (2017) «Historia de la ciencia para enseñar naturaleza de la ciencia: una estrategia para la formación inicial del profesorado de ciencia». *Educación Química*, (28), pp. 140-146. Recuperado de <<http://revistas.unam.mx/index.php/req/article/view/63994>>
- ARAÚJO VILLAGRÁN, H. (1920). *Los italianos en el Uruguay (diccionario biográfico)*. Barcelona-París-Milán: Escardó y Araújo editores.
- BAPTISTA, M. B. (2005). *La temprana viticultura en el Uruguay (1874-1930): ¿tradición o innovación?* (Tesis de maestría, Universidad de la República). Recuperado de <<https://hdl.handle.net/20.500.12008/7712>>
- BERETTA CURI, A. (2009). Inmigración, vitivinicultura e innovación: el emprendimiento de Buenaventura Caviglia en la localidad de Mercedes (1870-1916). *Mundo Agrario*, 9(18). Recuperado de <<https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/issue/view/v09n18>>
- (2015). La acción de una elite empresarial desde la Asociación Rural del Uruguay: el caso de la vitivinicultura (1871-1900). En: A. BERETTA CURI (Coord.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)*. Tomo 1. Montevideo: Universidad de la República.
- BONFANTI, D. (2010). La granja Pons: desarrollo y decadencia de una empresa vitivinícola uruguaya (1888-1944). *Anuario IEHS*, 25, 449-462. Recuperado de <<http://anuarioiehs.unicen.edu.ar/Files/2010/La%20Granja%20Pons.%20Desarrollo%20y%20decadencia%20de%20una%20empresa%20ovitivin%C3%ADcola.pdf>>
- (2015). *Una mina más rica que las del oro del Potosí: elites, técnicos, instituciones y trabajadores en el nacimiento de la viticultura uruguaya (1870-1930)* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=98968>>
- (2016). Entre el impulso, la protección y el desinterés: un examen de la legislación vitivinícola (1870-1930). En: A. BERETTA CURI (Coord.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)*. Tomo 3, pp. 159-188. Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/publicaciones/2018/la-vina-y-el-vino-tomo-tres.pdf>>
- (2019). Un conflicto sobre la hegemonía del sector: técnicos y empresarios frente a la filoxera (1893-1900). *Encuentros Latinoamericanos*, 3,(1), 56-94. Recuperado de <<https://ojs.fhce.edu.uy/index.php/enclat/article/view/275>>
- CAMPANELLA, H. (2008). *Mario Benedetti, un mito discretísimo: biografía*. Madrid: Alfaguara.
- DE FRUTOS, E. (2016). Los vinos del 900. En: A. BERETTA CURI (Coord.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay: el vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)*. Tomo 3, pp. 83-104. Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/publicaciones/2018/la-vina-y-el-vino-tomo-tres.pdf>>
- GARGIULO, J., y BORZI, A. (2004). *Il vino si fa così: transferencias en las ciencias de la enología y la viticultura entre Italia y Mendoza*. Mendoza: Polo Rossi.
- GRUNWALDT, J. (1966). *Historia de la química en el Uruguay. 1830-1930*. Montevideo: Instituto Histórico y Geográfico del Uruguay.
- PIRIA, F. (1900). Piriápolis. *Establecimiento agronómico. Fundado en 1890 en la falda de Pan de Azúcar con puerto en el océano*. Montevideo: Imprenta Dornaleche y Reyes.

PEREDA VALDÉS, I. *et al.* (s/f). *Industrias Rurales. Uruguay, 1830-1930*. Montevideo: Talleres Imprenta Latina.

WOLIKOW, C. (2012, marzo 15) «Doctor Jules Guyot (1807-1872), médico, desertor y experto en los viñedos de Francia». *Territoires du Vin, Varia sur les Territoires du vin*, (5), Recuperado de <<https://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1387>>

La vitivinicultura uruguaya como escaparate de las elites en las exposiciones nacionales e internacionales

MANUEL TALAMANTE

El caso de la III Muestra de Ganadería y Agricultura del Uruguay y la Exposición Universal de París en 1889

Introducción

En esta contribución estudiaremos el desarrollo que tuvo el sector vitivinícola uruguayo en el comercio nacional a través de las ferias locales y, en el panorama internacional, a través de las diversas exposiciones en las que participó. Estos eventos se convirtieron en una herramienta esencial para el desarrollo del comercio interno y externo oriental; en el caso del vino se ejemplifica con la expansión y relevancia de unos productores que, con la mediación de la Asociación Rural del Uruguay (ARU), ocuparon un papel preeminente en los mercados nacionales e internacionales. Asimismo, se mostrará el rol de algunos actores económicos y políticos que facilitaron esta expansión mediante grandes operaciones de publicidad en las que la palabra escrita y la imagen tomaron un papel relevante. Este será el enfoque para analizar el rol de la vitivinicultura uruguaya tanto dentro como fuera de fronteras.

El estudio de las ferias y exposiciones ha sido una tónica en la historiografía mundial,¹ ya que desde el primer momento estas se han tomado como centro de muestras de los productos nacidos en suelo nacional, es decir, una especie de espacios donde se reflejan las verdaderas realidades culturales, sociales, económicas y políticas de las clases dominantes de los diversos países. Para el caso que nos toca, hemos de decir que se idearon multitud de documentos, revistas, facsímiles o álbumes en los que se expuso esta riqueza nacional. Hay que tener en cuenta que el uso de la fotografía o la impresión de imágenes implicaba costos de elaboración muy elevados. Por tanto, el análisis de estos documentos gráficos y su contextualización histórica, junto al entorno para el que se crearon desde el prisma de la vitivinicultura, será el eje central de esta contribución.

Según Peter Burke (2001), los historiadores utilizamos las imágenes y solemos tratarlas como simples ilustraciones, sin comentar nada respecto de estas.

1 Véanse Allwood (1977), Ory (1982), Rydell (1984), Greenhalh (1988), Findling y Pelle (1990), Schroeder-Guidehus (1992) y Rydell (1992).

En muchos casos, esa es la realidad. Para Burke, las imágenes son una forma importante de documento histórico, y para nosotros en esta investigación será igual. Unir la fotografía con la vitivinicultura y contextualizar la sociedad en la que se desarrollaron nos dará un prisma novedoso sobre el sujeto a tratar, es decir, el uso que se les dio por parte de las élites uruguayas en las diversas ferias y exposiciones nacionales e internacionales. Las imágenes o fotografías elegidas, y que se mostraban en las diversas celebraciones, así como en los álbumes creados para tal efecto, mostraban una sociedad de progreso que quería ser exhibida como rasgo de distinción. Además, los infinitos productos que nacían de sus ricas tierras eran motivo de orgullo; es el caso, por ejemplo, de los caldos uruguayos. En estas líneas recrearemos una pequeña historia a través de la fotografía, tal y como afirma Beatriz de las Heras (2013), para así, conocer visualmente el pasado. De igual forma, el sujeto de conocimiento que abordamos en este trabajo, junto a las imágenes que sustentan dicha aportación, nos permitirán reconstruir el proceso de estos grupos para poner en marcha las bases de un sistema que les ayudó a producir y vender en más cantidad. En estos casos, la circulación transnacional y las diversas transacciones a ambas orillas del Atlántico favorecieron los intercambios económicos y la creación de redes de negocios nacidos al amparo de las ferias o exposiciones. Dichas reuniones facilitaron, en parte, muchos de los cambios que afectaron a las sociedades americanas, y viceversa.² La prueba de lo aquí expuesto es lo que Domingo Ordoñana decía al respecto: «Generalmente se viene creyendo que una exposición, sea nacional o sea universal, es una especie de museo o un gran bazar de curiosidades» (Ordoñana, 1892, pp. 27-28). Asimismo, aseveraba que los países representaban sus productos de

...una manera imperfecta como primitiva, enviando petrificaciones, huesos de animales antediluvianos, plantas y raíces sin explicación alguna, vestidos y armas de los indios y hasta pieles de animales salvajes. Todos estos objetos son muy propios de un gabinete de historia natural, y allí es su lugar, y allí tiene su colocación, demostrando las producciones aborígenes (Ordoñana, 1892, p. 28).

En algunos sectores, estos eventos fueron creados con otros intereses y recibieron estas críticas, e incluso desafección en estas celebraciones. Muchos intelectuales y empresarios lo vaticinaban, ante el rumbo que tomaban. Por ejemplo, Ordoñana (1892) ya exponía que ese no era el camino, sino que lo era el trasiego de la inteligencia y del conocimiento para, así, en parte, luchar contra los posibles enemigos que se podían encontrar. El propio Ordoñana, expuso en ocasiones que el pabellón uruguayo no debía caer en vulgaridades, tal y como aconsejó para la exposición de Buenos Aires.

En resumidas cuentas, este trabajo intenta ser una aproximación a las muchas posibilidades que estos eventos pueden aportarnos para la historiografía. De hecho, junto a su riqueza gráfica, el análisis de los manuales elaborados para dos ferias nos mostrará una sociedad en camino hacia el progreso. Asimismo, se

2 Para conocer la figura de los enviados especiales y sus funciones, así como un estado de la cuestión, véase Gutiérrez Burón (2007).

analizarán las ferias y exposiciones celebradas tanto dentro como fuera de territorio uruguayo, y se finalizará con conclusiones que darán unos resultados sobre el valor de estas fuentes.

Las ferias y exposiciones internacionales como escaparate de la riqueza uruguaya. El caso de la vitivinicultura criolla

Antes de entrar en materia sobre el Uruguay y el papel que jugó en las diversas ferias y muestras internacionales, creemos idóneo contextualizar historiográficamente el papel de los países latinoamericanos en dichos eventos. Por ejemplo, y siguiendo la línea de González Stephan y Andermann, estas acciones culturales —aunque podríamos incluir económicas, sociales y políticas— eran una «miniatura totalizante de la realidad»; reflejaban solo una parte del país mostrado a través de una pequeña representación de objetos y materiales que se observaban «a distancia» (González Stephan y Andermann, 2006, p. 26). En el caso argentino, los aportes de María Silvia di Liscia y Andrea Lluch exponen la impronta de estos eventos y su aporte para el progreso de la propia identidad que querían «forjar de sí mismos, así como sobre los símbolos y objetos implicados en la construcción de su propia nacionalidad y proyección internacional» (Di Liscia y Lluch, 2009, pp. 9-10).

Estas acciones culturales constituyeron una muestra compleja de la realidad de los países que exponían sus productos o una representación de estos. En esta línea, hemos de decir que se convirtieron en un escenario vital que permitió la creación de redes sociales que viabilizaron la circulación de todo tipo de conocimiento por todo el planeta, demostrando que el progreso ya no conocía fronteras ni distancias. Además, y para el caso latinoamericano, estos eventos coincidieron con los procesos de conformación o consolidación de los Estados, lo que hacía de estos escaparates idóneos para idealizar sus gobiernos y conseguir flujos financieros seguros para desarrollar proyectos de afianzamiento y de modernización en los diversos países representados. Para concluir con esta breve introducción, destacaremos la idea de Leoncio López, que afirma que «la participación en las exposiciones internacionales permitía a esos Estados hacerse publicidad y también mostrar su posición en el tablero internacional y la calidad de sus relaciones con el país anfitrión». Es decir, dependiendo de las relaciones, se participaba con gran entusiasmo o no, y ese fue el caso de la Exposición Universal de París de 1889, que celebraba los «principios revolucionarios de 1789» (López Ocón Cabrera, 2002, p. 106).

La primera constancia que se tiene de la participación de Uruguay fue en la Exposición de Londres de 1862 (Acevedo, 1933). Para este evento se potenció fuertemente la inmigración, remarcando los datos de población, ya que una de las prioridades era que aumentara para así, poder crecer. No se olvidaron de publicitar los principales productos de la industria uruguaya, la ganadería, el mejoramiento de razas, las carnes conservadas y un sinnúmero más. La comisión

organizadora se encargó de llevar a Londres una muestra de productos uruguayos de gran riqueza, en la que se destacaban lanas, algodón, curtidos, pieles, tabaco, piedra, maíz, cereales, carnes, etc. (Acevedo, 1933). Los vinos y el sector vitivinícola uruguayo aún estaban en proceso de convertirse en una fuente de negocio en la economía oriental. A pesar de contar con una representación reducida, el país obtuvo seis medallas y siete menciones honoríficas. Todo un éxito que favoreció el interés por estas celebraciones en la alta sociedad uruguaya, que las vieron como una forma de crecer y acercarse a otras opciones empresariales.

Años después, con motivo de la Exposición Universal de París de 1867, se constituyó una Sección uruguaya que obtuvo 14 medallas, y menciones honoríficas. Entre los premios, la fábrica Liebig y Pedro Margat ganaron medallas de oro; este último por sus peras. Este producto era exportado a Río de Janeiro (Acevedo, 1933). Asimismo, en 1873, el Uruguay volvió a participar en una exposición internacional. En esta ocasión, el destino era Viena. Y la obra de Adolf Vaillant, *La République Orientale de l'Uruguay à l'Exposition de Vienne*, fue toda una declaración de intenciones de lo que estas celebraciones podían significar para el país. Con el auspicio del gobierno y de la Asociación Rural del Uruguay redactó un manuscrito que aglutinó todas las riquezas del territorio, entre ellas «la cultura de la viña».³ Se podría decir que para el Uruguay esta exposición fue el punto de partida para darse a conocer más en el exterior, tal como dijo Lucas Herrera y Obes en representación de la comisión organizadora: «los socios rurales todos sin excepción ni distinción estamos comprometidos en la empresa, bien ardua, de no dar un fiasco en Viena».⁴ Se ganaron tres medallas y nueve diplomas.

Figura 1. Aviso del resultado en la Exposición de Viena (1874)



Fuente: *RARU*, año III, n.º 27, 15/01/1874, p. 67.

3 *Revista de la Asociación Rural del Uruguay (RARU)*, año II, n.º 11, 15/01/1873, p. 4.

4 *RARU*, año II, n.º 13, 15/03/1873, p. 95.

Este resultado dio motivos a la Asociación Rural para apostar por estos eventos, y por las exposiciones de Filadelfia (1874), primera exposición rural en Argentina, Buenos Aires (1875) y la Internacional de Santiago de Chile (1875), Filadelfia (1876), París (1878), Marsella (1887), Barcelona (1888), Berlín (1889), Chicago (1893) y la italoamericana (1893). Se puso toda la energía disponible y se involucró a todos los estamentos sociales del Uruguay con un fin único en torno a estas celebraciones. Sobre el caso francés, el cónsul oriental en París, Juan José Díaz, decía que para el mundo artístico, científico e industrial dicho concurso era «ya un hecho que ocupa la atención de las naciones adelantadas y que ven en ese torneo de la labor humana una nueva ocasión ofrecida para la lid noble en que transparentan los progresos civilizadores de la época».⁵ En respuesta a este llamado, desde la ARU se respondió que para el Uruguay la exposición de 1878 era «el medio de hacer conocer al mundo entero nuestro estado de civilización, en nada inferior a la de países que cuentan por siglos su existencia, la salubridad de nuestro clima, la fertilidad de nuestro suelo y la excelencia de nuestros productos».⁶ De hecho, todos los productores y rurales que quisieran enviar sus productos a la exposición debían hacerlos llegar a Montevideo, desde donde la comisión central se encargaría de enviarlos con misiva diplomática y sin costo alguno para aquellos. Lo que se pretendía era que el interior y la campaña se involucraran en dicho proyecto. Además, en el muestrario de lo enviado aparecen ya productos de la categoría «Productos industriales del reino vegetal», con los vinos-sidras, peradas, vinagres, alcoholes, licores, en alcohol, etc.⁷ Finalmente, 152 bultos salieron con destino a París desde suelo oriental, lo que hacía una representación muy relevante para el país a pesar de la poca ayuda o colaboración de las comisiones departamentales que, «salvo raras excepciones», no cumplieron con las miras del gobierno.⁸ El resultado fue el siguiente: con 245 expositores se obtuvieron 118 premios, entre medallas y menciones.⁹ Por último, la inmensa mayoría de los productos fueron dados a la Lotería Nacional, mientras que los libros y otros materiales, a las diversas bibliotecas francesas. Por ejemplo, se dio para sorteo el bulto de Federico Carrara, compuesto por seis botellas vino, como las 36 botellas de vino de Luis de la Torre, así como otras bebidas.¹⁰ De igual forma, De la Torre obtuvo una medalla de bronce por sus vinos y alcoholes y fue uno de los únicos productores vitivinícolas que tuvo el honor de traerse un premio.¹¹

Para obtener estas menciones, los productos debían llegar sin ningún problema o defecto. A tal fin se debían proteger con materiales para su mantenimiento

5 *RARU*, año V, n.º 94, 1/11/1876, pp. 367-368.

6 *RARU*, año VI, n.º 5, 15/02/1877, p. 76.

7 *RARU*, año VI, n.º 7, 1/04/1877, pp. 132-135.

8 *RARU*, año VII, n.º 7, 15/04/1878, pp. 102-105.

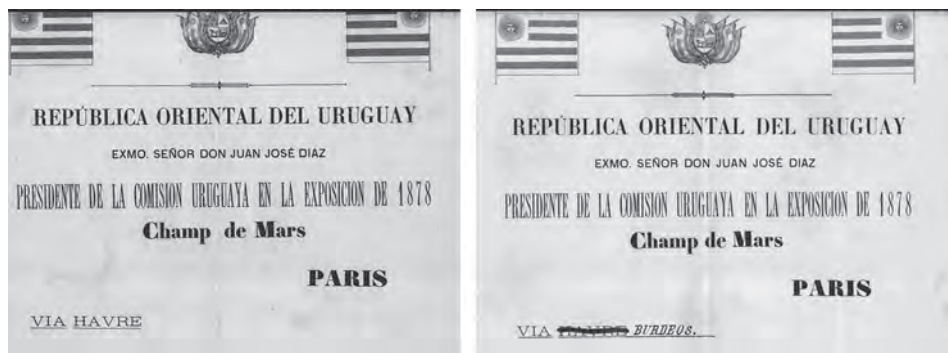
9 *RARU*, año VII, n.º 22, 30/11/1878, p. 348.

10 *RARU*, año VIII, n.º 5, 15/03/1879, pp. 83-85.

11 *RARU*, año VIII, n.º 13, 15/07/1879, p. 279.

e incluir señales o cartelera que indicara el origen y el destino de los bultos que vía marítima se hacían llegar hasta los dos puertos franceses que recibieron casi todas las mercancías para la exposición: Le Havre y Burdeos. Aparecían el nombre del país (para poder identificar el origen), así como la persona y el lugar de destino, o sea, París, y a nombre de Juan José Díaz, presidente de la Comisión Uruguaya para la Expo de 1878. Asimismo, el estandarte oriental que remarcaba la nacionalidad de origen de los bultos impregnaba casi toda la protección.

Figura 2. Carteles para bultos con destino París



Fuente: Archivo Asociación Rural del Uruguay, correspondencia, Comisión Uruguaya para la Expo 1878

Para la siguiente edición en París, en 1889, con motivo de la Exposición Universal —que abordaremos más adelante— el papel jugado por el Uruguay fue más relevante, ya que logró 212 reconocimientos, entre premios, diplomas y menciones. Todo un logro para la joven nación. En 1893 tuvo lugar una nueva exposición en Chicago, cuyos actos comenzaron desde 1892 con motivo del cuarto centenario del descubrimiento, a la que se llevaron productos elaborados en el Uruguay y varios muestrarios que ofrecían todas las riquezas del país, entre ellas, sus vinos. Entre 1894 y 1895 la producción nacional oscilaba entre 32000 y 35000 bordelesas (Acevedo, 1934). Hay que mencionar que el representante de la delegación oriental, junto a los de otros países interpusieron una protesta formal a la organización de esta exposición, puesto que se tomaron decisiones de forma no muy transparente. A pesar de esto, los vinos uruguayos fueron clasificados como superiores, buenos, regulares y *fair*. Las dos primeras clasificaciones las obtuvieron Cerrillos Colorados, Colegio Pío de Villa Colón (por grapa y tinto), viñedo de Pedro de León, Granja Bodin, Pablo Beisso, Pedro Ambrosioni, Viñedo Margat y la Sociedad Vitícola Salteña. Asimismo, otros expositores que participaron, pero que no obtuvieron ningún reconocimiento, fueron Antonio Gamberoni, la Granja Uruguay (tinto) y la Granja Basso.¹²

¹² RARU, año XIII, n.º 4, 28/02/1894, pp. 91-95.

Figura 3. Diploma de honor a Mr. Diego Pons
en la Exposición Universal de Bruselas, 1910



Fuente: Fotografía aportada por el ingeniero Ricardo Varela (Viña Varela Zarranz; antes fue el establecimiento vitivinícola de Diego Pons).

Para concluir con el apartado de las exposiciones internacionales citaremos la de Bruselas de 1910, que contó con la participación de 218 expositores, y se obtuvieron 183 premios, entre los que destacaban nueve *diplomas de gran premio* y 29 de *honor*, 40 medallas de oro, 41 de bronce y 23 menciones honorables (Acevedo, 1934). Es decir, todo un éxito entrado el siglo xx. Y uno de los exponentes fue el establecimiento vitivinícola de Diego Pons, el cual ganó un Diploma de honor, como se puede observar en la figura 3.¹³ Pero claro está, no fue el único, ya que otros grandes propietarios lograron galardones que levantaban el pabellón oriental; es el caso de Pablo Varzi, cuyos caldos fueron galardonados en Génova (1892) y en Chicago (1893), o en la muestra nacional organizada por la ARU en 1895 y de la que algunas de sus etiquetas se pueden observar en las figuras 4 y 5. Por el contrario, Pascual Harriague no obtuvo premios pero sí distinciones en París (1889), Barcelona (1888), Génova (1892),

13 Hijo de inmigrantes españoles, nació en Montevideo en 1862. Empresario que se asoció a Federico Vidiella y Pablo Varzi en el sector del vino, así como en la masonería. Fue presidente de la Sociedad Vitícola Uruguaya en 1891, y de la ARU entre 1894 y 1899. Además, participó en la vida pública y política del país, representó al Partido Colorado como diputado por Tacuarembó y Canelones; asimismo fue senador por Salto, embajador extraordinario y ministro plenipotenciario en Roma. En 1944 vendió sus emprendimientos bodegueros. <<http://www.masoneria-uruguay.org/?q=node/128>>

Argentina (1892) y Chicago (1894). Estos ejemplos son sintomáticos de lo que representaba ganar u obtener una distinción dentro de estos círculos sociales, ya que sus caldos obtenían más prestigio y sus propias publicidades o etiquetas así lo atestiguaban, como se observa en la figura 5.

Figuras 4 y 5. Publicidades de Granja Varzi, Colón, Montevideo



Fuente: Archivo ABC

Figura 6. Publicidad de Bodega Pascual Harriague

MUY RECOMENDABLES A LOS SEÑORES
 SEÑORES IMPORTANTES

SEÑORES SEÑORES LAS SEÑORAS
 SEÑORES DE "BOUTIQUE"

LA DULCIFICACIÓN DE LOS VINOS
 TINTO... \$1.00
 BLANCO... \$2.00

LA CASA ENTREGA A DOMICILIO
 AL POR MAYOR DE:
CERRITO 80A - MONTAÑES
 POR QUE VALERÍAN

LA CASA DE VINOS DE LA CASA
 TINTO... \$1.00
 BLANCO... \$2.00

Estos Vinos se encuentran al mismo precio en los BUENOS ALMACENES

Fuente: revista Rojo y Blanco, 1901

Figura 7. Diploma de medalla de oro



Fuente: Archivo de la Viña Varela Zarranz

Lo que se trasluce tras analizar los diversos documentos oficiales y los productos aportados a dichas ferias y exposiciones es que la carne y las muestras de los recursos naturales fueron los primeros en embarcarse en estos viajes. Luego fue ganado y animales sustentados en el nuevo modelo de mestizaje de la región; a continuación, una de las fuentes de diversificación económica del Uruguay de la época: el vino con los caldos y las bebidas uruguayas, así como muestras de su industria. Para concluir, se certificó que el papel jugado por la vitivinicultura en las primeras exposiciones internacionales fue totalmente testimonial y, al tiempo que se fue introduciendo su producción en el Uruguay, los vinos uruguayos tomaron consistencia y relevancia en el panorama internacional hasta llegar a obtener premios y menciones honoríficas en el extranjero por su gran valor merced al emprendimiento de las élites, que apostaron por este nuevo rubro en suelo uruguayo.

Las ferias o exposiciones nacionales como modelo de negocio e incremento del comercio interno

Tras ver al Uruguay en el exterior, creemos esencial conocer cómo funcionaba a la interna del país. Se tiene constancia de la celebración de ferias alrededor de 1829, para evitar el contrabando que se producía en los territorios limítrofes con Brasil, por lo que, mediante la Asamblea Constituyente se decidió la

celebración de cuatro ferias anuales en dicha región (Acevedo, 1933). Después de este primer avance comercial, en el barrio Cordón, en 1833, un grupo de vecinos obtuvo un permiso del gobierno para la instalación de una plaza con el fin de feria o mercado franco. Dicho permiso se concedió merced a la celebración de las fiestas locales y tendría vigencia durante los tres días de festividad del municipio. Se buscaba aumentar el comercio interno y abaratar los costos a la vecindad (Acevedo, 1933).

Años después, estas iniciativas vecinales dieron lugar a las ferias francas inauguradas por Lorenzo Latorre, que fueron reglamentadas en 1880 a pedido de la Comisión de Inmigración y Agricultura. A partir de esta normativa se cambiaron los productos ofertados, ya que se denegaron, por ejemplo, la carne fresca, el pescado y pájaros muertos (Acevedo, 1934). En 1879, se celebró una feria ganadera en Salto que tuvo una gran trascendencia ya que, en cierta medida, fue la primera celebrada en suelo uruguayo (Ardaix, 2008). Por su parte, en 1880, una exposición-feria realizada en Paysandú tuvo mucho éxito (Acevedo, 1934). Asimismo, en ese año, la ARU obtuvo un permiso para buscar financiamiento de cara a la organización de la exposición-feria nacional prevista desde 1872 y que, hasta aquella fecha, no había tenido lugar. Este evento se concretó en 1882, lo que marcó el desarrollo agropecuario e industrial en esta materia. Además, en 1899, se repitió una exposición-feria en Paysandú, así como otras acontecidas en Minas (1900), Fray Bentos y Mercedes (1902) (Acevedo, 1934). De igual forma, dentro de este auge de exposiciones, en el período de 1909 a 1914, hubo 84 actos que en parte fueron subsidiados por el Estado con una cantidad de 144869 pesos y casi 250000 animales exhibidos, con lo cual se demostró la impronta y la intensa actividad del sector rural (Acevedo, 1934).

A raíz del éxito de las muestras, ferias y exposiciones que se sucedían por diferentes países, y ante el reclamo de los representantes de los intereses rurales de organizar una exposición acorde a lo demandado, esta se realizó el 19 de abril de 1882. Con el nombre Exposición Agrícola Ganadera, que contó con la cooperación del superior gobierno, los estatutos y reglamentos finalmente tuvieron salida. El Boletín de la ARU exponía: «estamos seguros que el pueblo rural, a pesar de las causas que detienen momentáneamente sus manifestaciones, ha de concurrir presuroso a llenar con sus productos industriales el espacio que se les destina en este torneo pacífico y fecundo para el porvenir del país».¹⁴ En el aviso se enumeraban todos los productos del sector agropecuario, así como las diversas industrias, pero se hacía especial hincapié en «la agricultura con sus preciosos granos, trigo, maíz, lino, arroz, sorgho, viñas, etc».¹⁵

14 *RARU*, año X, n.º 12, 30/06/1881, p. 353.

15 Ídem.

Figura 8. Moneda conmemorativa de la III Feria Ganadera y Agrícola (1895)



Fuente: Biblioteca Nacional de Uruguay, Medallas y Numismática: <(http://biblioteca-digital.bibna.gub.uy:8080/jspui/handle/123456789/48622)>

Tras este aviso, la maquinaria propagandística hacia la organización de este primer evento fue incesante en las páginas del órgano rural, así como en la prensa de la época. Domingo Ordoñana empezó a escribir para defender esta iniciativa y darle un ideal necesario para la mejora del país. Y, al proceder de las industrias rurales, los vinos contaron con un lugar activo y se encuadraron en la Sección 3 junto a las harinas, los alcoholes y demás frutas secas y conservas. Atrás quedaba 1874, cuando apenas existía un solo viñedo, propiedad de la familia Vidiella, ya que, en 1895, para la muestra de la III Feria Ganadera y Agrícola había 824 productores de viñedos con más de once millones de cepas que alcanzaban casi las tres mil hectáreas.¹⁶

Tras el éxito de la primera muestra nacional y que sirvió como motor para «levantar y prestigiar las fuerzas productoras, como asimismo recompensar a los ciudadanos cuyos trabajos y desvelos redundan en beneficio del país en general» el Poder Ejecutivo puso en marcha la celebración de la segunda muestra.¹⁷ Otra vez el sector vitivinícola ocupaba un lugar preeminente en el proyecto de 1885. Pero este no llegó a formalizarse y tuvo que esperar algunos años más, aunque hay que reseñar que, en ese año, sí hubo una feria ganadera en Mercedes. A finales del siglo XIX, el potencial que estas ferias daban a la riqueza del país hizo retomar este camino, y la prueba fue que en 1895 se produjo uno de los puntos de inflexión de estas en el Uruguay: la «Tercera exposición nacional de agricultura y ganadería» para la que incluso se emitieron monedas de conmemoración de la efeméride.

16 100 años de la Asociación Rural del Uruguay 1871-1971, Montevideo, ARU, 1971, p.25.

17 RARU, año XIII, n.º 2, 31/01/1881, pp. 33-36.

Los álbumes como herramientas de divulgación de un país. Los ejemplos de la «Exposición universal de París» de 1889 y la «Exposición nacional» de 1895 en Uruguay

Antes de ingresar en el análisis de los dos álbumes que se usaron como medio de promoción del Uruguay dentro y fuera de sus fronteras tanto en 1889 como en 1895, hay que hacer especial mención a la producción de los dos documentos gráficos, ya que suponían un costo elevado para las asociaciones que los producían. Por ello es relevante contextualizar: estos dos acervos fueron producidos antes y después de una de las crisis socioeconómicas más importantes en el Uruguay, la crisis de 1890.¹⁸

Tras este pequeño apunte, hemos de decir que nuestro enfoque para analizar el papel de la vitivinicultura en la economía uruguaya mediante estas dos fuentes está encuadrado dentro de una nueva interpretación histórica de las imágenes: la teoría de la recepción o respuesta del lector.¹⁹ Según Manfredi (2008), este enfoque intenta reconstruir las normas que marcan la percepción y el uso de las imágenes en el contexto de una sociedad concreta, lo que da como resultado una «historia cultural de las imágenes» (p. 38). Es decir, ¿para quién tienen relevancia esas imágenes? Para responder en cierta medida a esta postura y a esta pregunta se debería valorar más quiénes faltan o qué sobra en las diversas fuentes analizadas. En relación con esta línea, la fotografía rompe la imagen que el propio fotógrafo hace de la realidad del momento y que, en cierta medida, revive un momento y pone al espectador en la postura de teorizar con lo que había a su alrededor (Languillo, 1994). Es por eso que contextualizaremos las fotos de los álbumes, pero el análisis estará centrado en las relativas al tema del texto.

Para la «Exposición universal de París», de 1889, se realizó una obra que recogía la inmensa mayoría de la riqueza del Uruguay y que sirvió de guía para los visitantes del pabellón oriental, que, además, alojó las muestras de Perú y Colombia. Las fotografías fueron tomadas por Joseph Fillat, fotógrafo de origen francés, que en dicha exposición obtuvo una medalla de plata.²⁰

18 Para conocer al respecto, véanse Rivero Sciergalea (s.f.) y Nahum (2011).

19 Para conocer al respecto véanse Freedberg (2009) y Manfredi (2008).

20 <http://www.oocities.org/uruguay_fotografos_siglo_xix/fillatj.htm>

Figura 9. Publicidad de Fillat para promocionar su negocio y el Pabellón de Uruguay en París (1889)



Fuente: Álbum Conmemoración «Exposición universal de París», 1889, Biblioteca Nacional

En esta exposición primó el progreso material, pero a su vez, en el contexto internacional se introdujo la «noción nacionalista de Estado poderoso determinado» de Francia que se extrapoló a todas las naciones invitadas (Cardoso De Matos y De Abreu Xavier, 2017, p. 13). Es por ello que en la obra que anunciaba al Uruguay primaban los avances tanto en la industria como en la agricultura, así como un repertorio edilicio que demostraba lo avanzado de la sociedad uruguaya. La obra contó con un total de 72 fotografías. Entre los temas de las imágenes figuran edificios, monumentos e infraestructuras que muestran los avances y el desarrollo del país: desde avenidas al Teatro Solís, pasando por el Templo Inglés o la Penitenciaría Nacional (37). Asimismo, encontramos las casas de algunos personajes relevantes del mundo rural (4), caso de Domingo Ordoñana. De igual forma, hay unas imágenes que reflejan la impronta de la industria uruguaya, caso de la Usina de Gas (1), una manufactura de carnes (1), un molino a vapor (1), fábricas de zapatos (5), de alcohol (10), carpintería (4), aguardientes (1), lechería (1) minas (2) y barraca de frutos del país (1), sin faltar, como es lógico, uno de los productos estrella del momento: el vino (4). Aparecían el viñedo de Pascual Harriague²¹ y los de la Sociedad Vitivinícola Salteña.

En resumidas cuentas, todas estas fotografías son fragmentos del tiempo, ya que cortan el movimiento, y se puede notar la importancia y relevancia de los lugares, que para la época en la que nos encontramos exhiben progresos y especialización. Por ejemplo, en las fotos del pabellón se puede sentir su riqueza

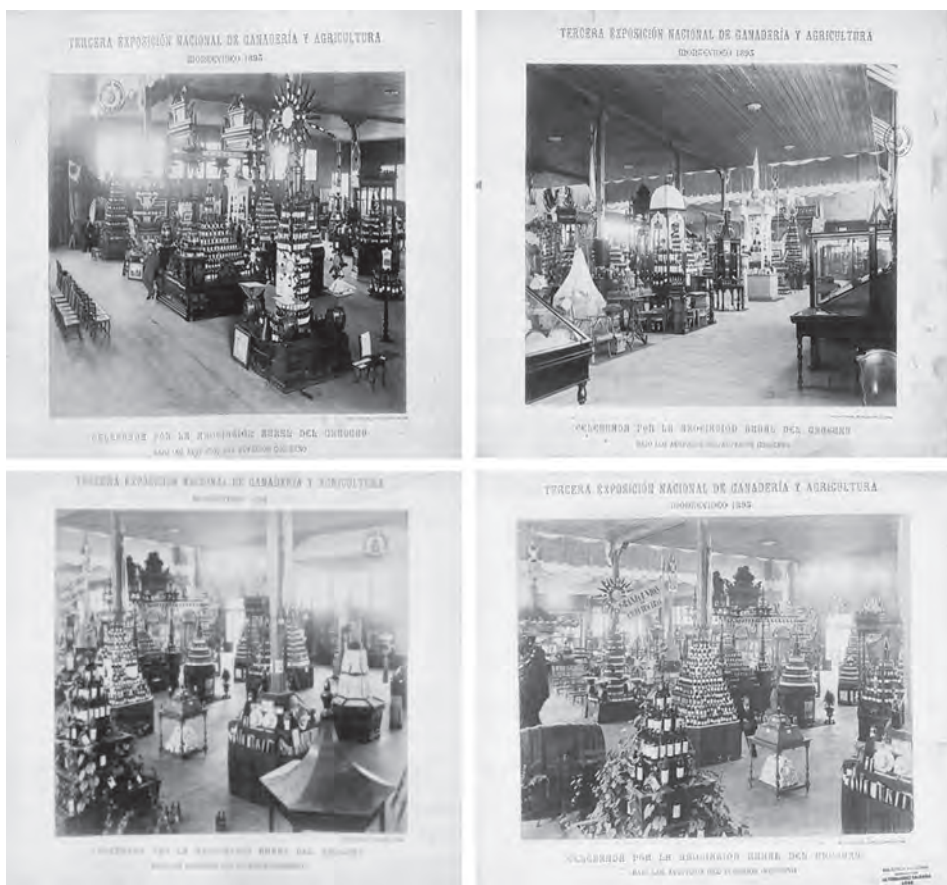
21 Como hemos señalado con anterioridad, este agricultor obtuvo una medalla por sus caldos en la exposición de marras.

y belleza, así como, en otras, el buen hacer de los peones rurales encargados de las viñas de la Salteña y de Harriague.

Por su parte, la gran exposición organizada por la Asociación Rural del Uruguay de 1895 y auspiciada por el gobierno con una ayuda de \$50000 pesos (Acevedo, 1934) certificó el empoderamiento del sector. Contó con diversas secciones, entre las que destacaron la de ganadería, la de agricultura, una sobre las industrias del país junto a máquinas para su desarrollo, así como todo lo que pudiera ser beneficioso para el sector agropecuario e industrial. Además, y en paralelo a dicho evento, tuvo lugar el Congreso de Ganadería y Agricultura, con la participación de más de trescientos ganaderos, agricultores y personas interesadas en las materias allí expuestas (Acevedo, 1934).

Para anunciar esta exposición se confeccionó un álbum específico que contenía algunas de las empresas representadas en la muestra. También se incluyeron imágenes que mostraban la realidad económica, política y social del país, por ejemplo, fotografías de la plaza de frutos de *La Aguada*, viñedos de algunos de los referentes e iniciadores del sector vitivinícola en Uruguay —caso de Pascual Harriague— y unas imágenes que demostraban la impronta de los caldos en la economía uruguaya a tenor de los expositores y las muestras expuestas en el pabellón. Los stands denotaban calidad, orden y, sobre todo, belleza, ya que en estos se podían vislumbrar las formas de los viñedos en su composición. Asimismo, su cantidad reflejaba la relevancia de un sector que en 1895, podríamos decir, llegó a unas cotas muy importantes. De la misma manera, se intercalaban stands de vinos con los de otras industrias uruguayas que empezaban a destacar e iban a marcar el futuro uruguayo.

Figura 10. Fotografías de la III Exposición de Ganadería y Agricultura de Uruguay (1895)



Fuente: Álbum «III Exposición ganadería y agricultura», de 1895.

El fotógrafo del evento fue John Fitz-Patrick. Inglés de nacimiento, llegó a tierras uruguayas en 1868 y fue autor de muchas de las imágenes más trascendentes de la historia política, económica y social del país latinoamericano.²² Para este proyecto disparó 18 instantáneas en las que retrató el espacio en el que se desarrolló la muestra, junto a los diversos stands y animales que se expusieron, así como sus instalaciones. En resumidas cuentas, fue un trabajo en el que se vislumbró el propósito de la ARU con respecto a la exposición, y la prueba es que en la actualidad sigue siendo un referente regional.

²² <<http://cdf.montevideo.gub.uy/fotosexposicion/7366?page=66>>, <<https://autores.uy/autor/5>>

Conclusiones

En estas líneas se ha podido comprobar el papel fundamental de las ferias y exposiciones para el desarrollo de las diferentes economías del mundo. Asimismo, se mostró el papel que cada nación quería mostrar a otros países en un momento de conformación y estabilización de las diversas fronteras por todo el planeta. De igual forma, el rol jugado por los productores e innovadores vitivinícolas fue cobrando importancia desde los comienzos de la Rural, ya que desde 1871 hasta 1895 el número de agricultores y empresarios dedicados a este rubro fue en aumento, como lo atestiguan los datos expuestos y los resultados obtenidos en las diversas ferias analizadas.

Es en esta línea que se nos muestra la impronta de estos personajes, que en la mayoría de los eventos patrocinaron los diversos facsímiles que anunciaban estas celebraciones. Además, con la realización de estas dos obras en dos momentos diferentes de la historia del país se certifica el papel predominante de la imagen y de la fotografía para mostrar la realidad y las riquezas del territorio. Igual papel jugaron en el desarrollo de esta industria los profesionales de la imagen de origen extranjero.

Para concluir hemos de decir que la Asociación Rural del Uruguay vio el potencial de este soporte para vender y ofrecer sus productos tanto dentro como fuera de las fronteras del país. En resumidas cuentas, certificaba el poder de la fotografía y la imagen para sus intereses.

Esta aproximación deja abiertas muchas opciones de trabajo de cara a analizar con más exactitud los diversos congresos, exposiciones y ferias celebrados tanto en el Uruguay como fuera del país.

Referencias

- * ACEVEDO, E. (1933). *Anales históricos del Uruguay* (Tomos I-III). Montevideo: Barreiro y Ramos. Recuperado de <<https://www.cervantesvirtual.com/buscar/?q=anales+hist%C3%B3ricos+del+uruguay>>
- * ——— (1934). *Anales históricos del Uruguay* (Tomos IV-V). Montevideo: Barreiro y Ramos. Recuperado de <<https://www.cervantesvirtual.com/buscar/?q=anales+hist%C3%B3ricos+del+uruguay>>
- Agencia de Publicidad Capurro (1923). *El libro del centenario del Uruguay, 1825-1925*. Montevideo: Agencia Publicidad Capurro.
- * Álbum de Uruguay en la Exposición Universal de 1889 (*París*) 1889. Recuperado de <<http://bibliotecadigital.bibna.gub.uy:8080/jspui/handle/123456789/51176>>
- * Álbum de la III Exposición Nacional de Ganadería y Agricultura (1895). Montevideo, 1895. Recuperado de <<http://bibliotecadigital.bibna.gub.uy:8080/jspui/handle/123456789/51383>>
- ALLWOOD, J. (1997). *The Great Exhibitions*. Londres: Cassell y Collier Macmillan.
- Ardaix, C. (2008). 100.^a *Exposición de Salto: protagonista de la agropecuaria uruguaya*. Publicación especial editada por la Asociación Agropecuaria de Salto. Salto: La Propaganda Rural.
- BERETTA CURI, A. (2003). La acción de una elite empresarial desde la asociación rural del Uruguay: el caso de la vitivinicultura (1871-1900). En: *Segundo Congreso de Historia vitivinícola: Uruguay en el contexto regional (1870-1950)*. Montevideo. Recuperado de <<https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/eventos/2do%20Congreso%20ovino.pdf>>
- (2011). «Elite, agricultura y modernización: el programa de la Asociación Rural del Uruguay, 1870-1900». En: A. BERETTA CURI (Coord.), *Agricultura y modernización, 1840-1930*. Montevideo: Universidad de la República. Recuperado de <<https://www.fhuce.edu.uy/images/CEIL/publicaciones/ALCIDES%20BERETTA%20CURI%20Coord%20Agro%20y%20modernizacin%201840%201930.pdf>>
- BONFANTI, D. (2015). *Una mina más rica que las de oro de Potosí: élites, técnicos, instituciones y trabajadores en el nacimiento de la vitivinicultura uruguaya (1870-1930)* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=98968>>
- BURKE, P. (2001). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- CARDOSO DE MATOS, A., y DE ABREU XAVIER, A. (2017). Un paseo al panorama transatlántico a partir de la Exposición universal de París, 1889. En: A. DE ABREU XAVIER (Dir.), *La península ibérica, el Caribe y América Latina: diálogos a través del comercio, la ciencia y la técnica (XIX-XX)*. Évora: Publicações do Cidehus. doi: 10.4000/books.cidehus.2864.
- DE LAS HERAS, B. (2013). *El testimonio de las imágenes: fotografía e historia*. Madrid: Biblioteca Nacional de Madrid.
- DI LISCIA, M. y LLUCH, A. (Eds.) (2009). *Argentina en exposición: ferias y exhibiciones durante los siglos XIX y XX*. Sevilla: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- * Exposition Universelle de 1889 (Exposición Universal de París de 1889) (1889). París. Recuperado de <<http://bibliotecadigital.bibna.gub.uy:8080/jspui/handle/123456789/51249>>
- FINDLING, J. y PELLE, D. (1990). *Historical Dictionary of World's Fairs and Expositions, 1851-1988*. Nueva York: Greenwood Press.

- FREEDBERG, D. (2009). *El poder de las imágenes: estudio sobre la historia y la teoría de la respuesta*. Madrid: Cátedra.
- GONZÁLEZ STEPHAN, B. y ANDERMANN, J. (Eds.). (2006). *Galerías del progreso: museos, exposiciones y cultura visual en América Latina*. Rosario: Beatriz Viterbo Editora.
- GREENHALGH, P. (1988). *Ephemeral Vistas: The Expositions Universelles, Great Exhibitions and World's Fairs, 1851-1939*. Manchester: Manchester University Press.
- GUTIÉRREZ BURÓN, J. (2007). Los enviados especiales a las exposiciones universales del siglo XIX. En *Los caminos y el arte: VI Congreso Español de Historia del Arte* (Vol. 1, pp. 13-26). Santiago de Compostela, 16-20 junio, 1986.
- LANGUILLO, M. (1994). *¿Por qué fotografiar?* Barcelona: Grisart.
- LÓPEZ OCÓN CABRERA, L. (2002). La América Latina en el escenario de las exposiciones universales del siglo XIX. *ProcesoS, Revista Ecuatoriana de Historia*, 18, 103-126. Recuperado de <<https://digital.csic.es/handle/10261/84564>>
- MANFREDI, M. (2008). *La fotografía como fuente para el análisis de los procesos migratorios: metodología, conceptualización y crítica en la historia de la emigración vasca a Uruguay (XIX-XX)*. Vitoria: Servicio Central Gobierno Vasco.
- MILLOT, J., y BERTINO, M. (1996). *Historia económica del Uruguay* (Tomo II: 1860-1910). Montevideo: FCU.
- NAHUM, B. (2011). *La crisis del 90 y la Conversión de 1891*. Montevideo: Universidad de la República.
- * ORDOÑANA, D. (1892). *Pensamientos rurales sobre necesidades sociales y económicas de la República* (Tomo 1). Montevideo: Imprenta Rural.
- ORY, P. (1982). *Les expositions universelles de Paris*. París: Ramsay.
- * *Revista de la Asociación Rural del Uruguay* (RARU), (1871 a 1905).
- RIVERO SCIERGALEA, S. (2017). *La época de Reus, el Banco Nacional y la crisis de 1890 en Colonia*. Recuperado de <https://www.academia.edu/24242346/La_%C3%A9poca_de_Reus_el_Banco_Nacional_y_la_crisis_de_1890_en_Colonia>
- RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, A. (2009). Metodología para el análisis de la fotografía histórica. *Espacio, Tiempo y Forma*, 21(1), 19-35. Recuperado de <<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:ETFSerieV-2009-21-2010&dsID=Documento.pdf>>
- RYDELL, R. (1984). *All the World's a Fair*. Chicago: University of Chicago Press.
- (1992). *The Books of the Fairs: a Guide to World Fair Historiography*. Chicago: American Library Association.
- SCHROEDER-GUIDEHUS, B., y RYDELL, R. (1992). *The Books of the Fairs: a Guide to World Fair Historiography*. Chicago: American Library Association.
- * Uruguay. Comité Ejecutivo de la Exposición Universal de París. (1889). *Informe presentado a la Comisión central de exposición y nómina de expositores y productos que deben figurar en la sección uruguaya*. Montevideo: Imprenta Rural.

SOBRE LOS AUTORES

CARLOS ALTEZOR

Arquitecto egresado de la Universidad de Costa Rica, con vasta trayectoria en investigación en historia, historia de la arquitectura y urbanismo. Autor de numerosas publicaciones y artículos en medios nacionales e internacionales. Fue director del Instituto de Historia de la Arquitectura de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República del Uruguay; catedrático en Historia de la Arquitectura en la Universidad Central de Venezuela, y se desempeñó como docente en la Facultad de Ingeniería de Cottbus en Alemania y en la Universidad Central de Costa Rica.

Correo electrónico: arqaltezor@adinet.com.uy

TERESA HAMPE

Arquitecta egresada de la Universidad de la República, con Posgrado en Altos Estudios en Paisaje en Instituto Universitario BIOS (IUBIOS). Vinculada al paisaje a través de la participación en seminarios nacionales e internacionales y concursos públicos, participa en investigaciones y ponencias relativas al paisaje y paisajistas de la región.

Correo electrónico: babi.hampe@gmail.com

MARA MOYA

Arquitecta egresada de la Universidad de la República, con Posgrado en Altos Estudios en Paisaje en Instituto Universitario BIOS (IUBIOS). Fue docente investigadora en el Instituto de Historia de la Arquitectura de la FADU (Udelar) y ha continuado en el ámbito privado, con especialización en espacio público y paisaje. Es miembro de Sociedad de Arquitectos del Uruguay (SAU), del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (Icomos) y de la Asociación Uruguaya de Arquitectura de Paisaje (AUDADP).

Correo electrónico: maralauramoya@gmail.com

PÍA BATISTA

Licenciada en Ciencias de la Educación de la Universidad de la República y estudiante de la Maestría en Ciencias Humanas en FHCE (Udelar). Se desempeña como ayudante del Departamento de Historia y Filosofía de la Educación, Instituto de Educación (FHCE, Udelar).

Correo electrónico: piabatista@hotmail.com

SILVANA ESPIGA

Profesora de Historia del Instituto de Profesores Artigas, magíster en Historia Sociedad y Cultura en la Universidad Montevideo y doctoranda en Educación en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de la República. Tiene posgrados en Historia Económica (FCS, Universidad de la República), en Diseño y Desarrollo Curricular (Universidad Católica del Uruguay-Unesco-OIE) y en Educación, Imágenes y Sociedad (Flacso Argentina). Es profesora en el IPA (Historia Americana) y en los Institutos Normales de Montevideo (IINN) (Historia e Historia de la Educación).

Correo electrónico: silvanaespiga@gmail.com

SEBASTIÁN RIVERO

Profesor de Historia egresado del Centro Regional de Profesores del Suroeste, magíster en Historia en la Universidad de Montevideo y doctorando en Historia en la Universidad Nacional de La Plata. Dicta clases en Secundaria y en el Consejo de Formación en Educación (CFE). Publicó los libros *La Guerra Grande en Colonia* (2007), *La modernización en Colonia* (2015) y *El Real de San Carlos* (2018).

Correo electrónico: dazet@hotmail.com

ANDREA BENTANCOR BOSSIO

Licenciada en Trabajo Social de la Universidad de la República y estudiante avanzada de la Licenciatura en Ciencias Antropológicas de la FHCE y en la Maestría Interdisciplinaria Derechos de Infancia y Políticas Públicas, de la misma universidad. Desde el año 2000 se desempeña como investigadora asistente en el proyecto «La vitivinicultura uruguaya en la región y sus raíces atlántico-mediterráneas (1870-1000)».

Correo electrónico: abentancorbossio@gmail.com

JUAN MANUEL CERDÁ

Doctor en Ciencias Sociales y Humanidades de Universidad Nacional de Quilmes; magíster en Historia Europea y Latinoamericana de la Universidad Torcuato Di Tella, y especialista en Estadística aplicadas a las Ciencias Sociales de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Actualmente. Es investigador adjunto del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) y del Centro de Estudios de la Argentina Rural de la UNQ; docente de grado y de posgrado en la UNQ, y ha dictado cursos de posgrado en México y Uruguay. Ha publicado varios artículos en revistas nacionales e internacionales con referatos, capítulos de libros y libros, entre los que se destaca *Condiciones de vida y vitivinicultura. Mendoza, 1870-1950* (UNQ).

Correo electrónico: jmcerda@unq.edu.ar

VERÓNICA DE LEÓN

Licenciada en Antropología, opción arqueología y maestranda en Antropología de la Cuenca del Plata por la Universidad de la República. Está especializada en intervenciones arqueológicas con énfasis en arqueología de la arquitectura y análisis estratigráfico, restauración y gestión del patrimonio.

Correo electrónico: vnfleitas@gmail.com

ESTELA DE FRUTOS

Ingeniera agrónoma de la Universidad de la República e ingeniera agrónoma enóloga de la Escuela Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Madrid. Desarrolló su actividad profesional en todas las áreas de la enología: ciencia, docencia, producción, promoción y desarrollo: en la Facultad de Agronomía, el Ministerio de Agricultura, el Instituto Nacional del Vino y en empresas vitivinícolas privadas (bodega). Diseñadora y elaboradora de vinos en Uruguay desde 1991 y en España desde 2014. Delegada experta de la Organización Internacional de Vino y jurado de concursos internacionales con su aval.

Correo electrónico: esteladefrutos@gmail.com

ALCIDES BERETTA CURI

Licenciado en Ciencias Históricas de la Universidad de la República y doctor en Historia de América por la Universidad de Barcelona. Es profesor en el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos «Prof.^a Lucía Sala» (CEIL) de la FHCE, Universidad de la República y director del proyecto «La vitivinicultura uruguaya en la región y sus raíces atlántico-mediterráneas (1870-1000)».

Correo electrónico: alcides.berettacuri@gmail.com

DANIELA BOURET

Magíster en ciencias humanas y licenciada en Historia por la Universidad de la República. Desde el año 2000 es investigadora de proyectos sobre historia de la vitivinicultura uruguaya (1870-1930), en las que se especializa en el consumo y el gusto, sobre lo que versa su tesis de maestría. Entre sus publicaciones se destacan los capítulos «Cartografía de la ingesta de alcoholes; El vino en la boca» en Alcides Beretta Curi (Dir.), *Historia de la viña y el vino del Uruguay*. (1870-1930) y «Proyecciones y límites de los consumidores de vinos en el Uruguay del Novecientos» en Alcides Beretta Curi (Ed.), *La vitivinicultura uruguaya en la región* (1870-2000). Ha coorganizado congresos sobre la vid y el vino y trabaja en gestión cultural desde 1997 y desde el 2014 es la Directora del Teatro Solís.

Correo electrónico: daniela.bouret@gmail.com

GONZALO VICCI

Licenciado en Artes, Artes Plásticas y Visuales por la Universidad de la República y cursando estudios de Doctorado en Artes y Educación (Universidad Pública de Navarra). Es investigador en el Sistema Nacional de Investigadores, Uruguay. Se desempeña como profesor adjunto del Instituto ENBA, coordinador de la Unidad de Formación y Apoyo Docente del Área Artística e investigador del Núcleo de Cultura Visual, del Grupo de Pesquisa Cultura Visual e Educação (GPCVE) da Universidade Federal de Goiás y del Grupo de Investigación Multidisciplinar en Vitivinicultura, radicado en el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos en la FHCE de la Universidad de la República.

Correo electrónico: gonzalovicci@gmail.com>

AMALIA LEJAVITZER

Doctora en Letras Clásicas por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), miembro del Sistema Nacional de Investigadores de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) del Uruguay y profesora de alta dedicación en la Universidad Católica del Uruguay (UCU). Ha dictado clases y conferencias en universidades e instituciones de educación terciaria en México, Chile, Colombia, Uruguay, España y Alemania. Ha publicado diversos artículos especializados, de divulgación y capítulos en libros sobre alimentación en la antigua Roma, patrimonio cultural alimentario, en particular sobre la vid y el olivo, y una traducción española de los libros XIII y XIV de los *Epigramas* de Marcial (*Hacia una génesis del epigrama en Marcial: Xenia y Apophoreta*, México, 2000). Es coautora de *Olivos y aceites de oliva del Uruguay*, Montevideo, 2014. Su último libro es *Alimentación, salud y cultura en De re coquinaria de Apicio* (México, 2018). Actualmente, prepara la traducción del latín al español del recetario *De re coquinaria*, para la Bibliotheca Scriptorum Graecorum et Romanorum Mexicana (UNAM).

Correo electrónico: alejavitzer@gmail.com

VERÓNICA SANZ BONINO

Ingeniera agrónoma y licenciada en Ciencias de la Educación de la Universidad de la República, tiene un posgrado en Consultoría Empresarial (UDE), es Especialista Universitaria en Entornos Virtuales de Aprendizaje (OEI-CAEU) y maestranda en Enseñanza Universitaria por la Universidad de la República. Se desempeña como asistente interina del Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos «Prof.^a Lucía Sala» de la FHCE de la misma universidad.

Correo electrónico: sanzbonino@gmail.com

MANUEL TALAMANTE

Doctor en Historia Contemporánea por las universidades de Jean Jaures de Toulouse y de la República. Actualmente es profesor contratado del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica de la Universidad de La Laguna (España).

Correo electrónico: mtalaman@ull.edu.es

Serie La vitivinicultura uruguaya en la región y sus raíces atlántico-mediterráneas (1870-2000)

ALCIDES BERETTA CURI

(DIRECTOR)

Historia de la viña y el vino de Uruguay

Tomo 1: El viñedo y su gente (1870-1930)

Alcides Beretta Curi (Director)

Tomo 2: El viñedo y la Filoxera (1870-1930)

Alcides Beretta Curi (Director)

Tomo 3: El vino uruguayo y sus espacios, imagen y consumo (1870-1930)

Alcides Beretta Curi (Director)

Tomo 4: El viñedo y el vino, una perspectiva desde la imagen (1870-1930)

Gonzalo Vicci Gianotti (Coordinador)

Tomo 5: Los años del mercado protegido (1930-1970)

Andrea Bentancor Bossio y Juan Manuel Cerdá (Coordinadores)

Tomo 6: La segunda reconversión y el INAVI (1970-2000)

Verónica Sanz Bonino y Daniele Bonfanti (Coordinadores)

Tomo 7: Vinos, viñedo y paisaje (1930-2000)

Daniela Bouret Vespa y Gonzalo Vicci Gianotti (Coordinadores)

Tomo 8: Diccionario biográfico y técnico

Verónica de León y Alcides Beretta Curi (Coordinadores)

La vitivinicultura uruguaya es una de las actividades productivas en la que Uruguay ha conquistado un lugar destacado en mercados altamente exigentes y su «estrella» —el vino uruguayo— ha merecido numerosas premiaciones en los certámenes internacionales más importantes. Esta constatación interpela el perfil de su empresariado, tanto en su recorrido histórico como en sus desempeños actuales, sus capacidades para innovar y su voluntad de liderazgo. No deja de llamar la atención que el sector vitivinícola figure en los dos fines de siglo (xix y xx) como una de las banderas de las «modernizaciones» que sus elites dirigentes se propusieron para el país.

Por una parte, el desarrollo de la vitivinicultura se asocia con la diversificación productiva en el agro, la constitución de una fracción de agricultores con cierta capacidad de acumulación, la expansión del mercado interno y el Estado de bienestar. Por otra parte, el viñedo y el vino han incidido en modificar el paisaje ganadero, han propiciado instancias de innovación, y un cierto nivel de cualificación de sus trabajadores. Más recientemente, se ha reparado en su capacidad para acrecer los valores de «patrimonio», conformar espacios productivo-cultural-paisajísticos (terroir) y fomentar el turismo (enoturismo). No puede ignorarse su proyección sobre el diseño y la publicidad, así como en la generación de una cultura un tanto sofisticada que asocia el placer de los sentidos con el conocimiento y el consumo de vinos finos. A su vez, sustenta una red especializada de servicios (revistas para consumidores, catas, asociaciones de enófilos, cursos de degustación), proyectándose con fuerza sobre la gastronomía. Consiguientemente, el tema es relevante socialmente, a nivel de la producción, el intercambio y la cultura.