

Imágenes & Vitivinicultura

Cartografías, narrativas y cultura visual
de la vid y el vino de Mendoza

1900

1930

A R G E N T I N A

Colección Híbridos

EDIFYL

Patricia Favre
Daniel Grilli
Lorena Manzini M.
Pilar Dussel
Laura Piazze
Celia García
Rosana Aguerregaray C.



Imágenes
& Vitivinicultura

Imágenes & Vitivinicultura

Cartografías, narrativas y cultura visual
de la vid y el vino de Mendoza

1900 - 1930
A R G E N T I N A

Patricia Favre, Daniel Grilli, Lorena Manzini Marchesi, Pilar Dussel,
Laura Piazze, Celia García y Rosana Aguerregaray Castiglione.



INSTITUTO DE HISTORIA
AMERICANA Y ARGENTINA
Dr. Edberto O. Acevedo

EDIFYL

Colección Híbridos

Imágenes y vitivinicultura: cartografías, narrativas y cultura visual de la vid y el vino de Mendoza 1900-1930, Argentina / Patricia S. Favre... [et al.]; Editado por Patricia S. Favre. - 1a ed. - Mendoza: Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo, 2025.

Libro digital, PDF - (Híbridos / Mariana Guzzante; 2)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-774-448-8

1. Historia Argentina. 2. Viticultura. 3. Arte. I. Favre, Patricia S. II. Favre, Patricia S., ed.
CDD 982

EDIFYL - Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad Nacional de Cuyo,
Mendoza, Argentina.
editorial@ffyl.uncu.edu.ar / <https://ffyl.uncuyo.edu.ar/edifyl/>

Equipo editorial

Dirección editorial: Mariana Guzzante

Edición: Ana Federica Distefano

Diseño: Carla Calabrese

Gestión y administración: Elisa Costarelli

ISBN: 978-950-774-448-8

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723.

Encargados de la presente edición

Coordinación: Patricia Favre y Daniel Grilli

Corrección ortográfica: Susana Aguirre

Editora: Patricia Favre

Diseño: Viviana Favre y Ornella Ferretti



No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

Este libro fue realizado en el marco de las investigaciones “Imágenes y espacio público en Mendoza” (2016-2019), “Imágenes y territorialidades de la cultura visual en Mendoza” (2019-2021) y “La proliferación de las imágenes. Sentidos y prácticas de la cultura visual en Mendoza” (2022-2024), aprobados y financiados por Secretaría de Investigación, Internacionales y Posgrado de la Universidad Nacional de Cuyo.

Resumen de Contenidos

Introducción / Introduction: Patricia Favre

Capítulo 1: **Con la cámara a cuestas por la viña. Iconografía de patrones y trabajadores en la vitivinicultura mendocina.** Daniel Grilli

Capítulo 2: **La conformación del paisaje productivo de la primera modernización a través de imágenes y relatos.** Lorena Manzini Marchesi

Capítulo 3: **Etiquetas de bordelesas. Arte, industria y publicidad en la vitivinicultura mendocina.** Patricia Favre

Capítulo 4: **Tiempos de estrategias. Mendoza en congresos y exposiciones durante las primeras décadas del siglo XX.** Pilar Dussel y Laura Piazzze

Capítulo 5: **Tumbas y prácticas funerarias de la burguesía vitivinícola en Mendoza durante las primeras décadas del siglo XX.** Celia García y Rosana Aguerregaray Castiglione

Fuentes

Bibliografía

Índice

Índice de imágenes

Agradecimientos

Se agradece al personal de las instituciones que han sido un pilar fundamental para las investigaciones realizadas por los autores:

Archivo General de la Provincia de Mendoza, Archivo General de la Nación, Departamento de Documentos Fotográficos del Archivo General de la Nación, Biblioteca Don Bosco en Rodeo del Medio, Biblioteca CONICET, Biblioteca FAD-UNCUYO, Biblioteca FCA-UNCUYO, Biblioteca FCPYS-UNCUYO, Biblioteca FFYL-UNCUYO, Biblioteca Pública General San Martín (Mendoza), Biblioteca de la Honorable Legislatura de Mendoza, Biblioteca y Fototeca de la Junta de Estudios Históricos, Fototeca Benito Panunzi de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (CABA), Laboratorio de Fotografía de la FFYL-UNCUYO, Bolsa de Comercio de Mendoza, Instituto Nacional de Vitivinicultura, Comune di Valdagno, Cementerio de la Ciudad de Mendoza, Cementerio de Godoy Cruz, Museo del Vino y la Vendimia (ex Chalet de Giol), Centro Cultural Cristóforo Colombo, Biblioteca de la Bolsa de Comercio de Rosario, Museo Las Bóvedas de San Martín, Biblioteca Franklin (San Juan).

Se agradece a las personas que han colaborado con sugerencias, datos y materiales con los autores para la realización de libro:

Lic. Mariana Antonio, Prof. Pupi Agüero, Ing. Federico Argumedo, Dra. Cristina Arranz, Griselda Baquero, Ángel Carcereri, Rodolfo Colombano, Dra. Verónica Cremaschi, Ing. Mario Day, Prof. Rosa Fader de Guiñazú, Estela Farías de Tomba, Pilar García Santos, Eugenio García Santos, Lic. Nicolás García, Arq. Carolina Innaco, Prof. Juan Carlos Gonzales, María José Iuvaro, Verónica Linlaud, Arq. Susana Malnis, Adrián Martín, Nerio Mazzini, Mgter. Monserrat Oliva Andrés, Cristina Moreno, Mgter. Graciela Moretti, Ing. Juan Carlos Pina, Dr. Fidel Roig, Prof. Verónica Sguazini, Prof. Giorgio Trivelli.

Int.



INTRODUCCIÓN

En 1910, se evidenciaba en Mendoza un enorme cambio urbano, edilicio y paisajístico que se había producido en un breve lapso. Se trataba de una situación común en estos años en muchas ciudades del país, en donde se comenzaban a percibir los efectos de la modernidad en las edificaciones, la iluminación urbana, la creación de parques, el crecimiento del comercio y los adelantos en materia de transporte, entre otros aspectos. Pero en la provincia se agregaba un componente muy importante: el gran desarrollo de la industria vitivinícola. El álbum de La Vitivinicultura en Argentina en 1910 enfatizaba con entusiasmo este progreso:

“Desde la ciudad de Mendoza, tomando la avenida San Martín al sud, siguiendo las líneas bajas del caserío por entre las frondosidades gallardas de los plátanos, se llega hasta Godoy Cruz, á los pocos minutos de carruaje. Entre esta población y la capital mendocina, média un corto trecho de arrabal, dominado por los grandes establecimientos industriales que son ciudadelas de trabajo, de actividad, de riqueza y de energía. En el trayecto hemos anotado los nombres de Barraquero, Arizú y Escorihuela, cuyas respectivas bodegas, se suceden unas trás de otras, ostentando las enormes chimeneas por donde son despedidas las energías sobrantes del vapor que agita é impulsa los complejos mecanismos de las maquinarias”.¹

1. CENTRO VITI-VINÍCOLA NACIONAL (1910), pp. 120 y 122.

INTRODUCTION

In 1910, Mendoza was experiencing a remarkable urban, architectural, and landscape transformation that had occurred in a short period of time. This was a common situation in many cities across the country during these years, where the effects of modernity were beginning to be seen in buildings, urban lighting, the creation of parks, the growth of commerce, and advances in transportation, among other aspects. But in the province there was an additional and very important factor: the significant development of the wine industry. The Album of Viticulture in Argentina in 1910 enthusiastically emphasized this progress:

“From the city of Mendoza, towards the south of San Martín Avenue, following the low lines of the town through the graceful foliage of the plane trees, one reaches Godoy Cruz within just a few minutes by carriage. Between this town and the capital of Mendoza lies a short stretch of outskirts, dominated by large industrial establishments that are citadels of work, activity, wealth, and energy. Along the way, we noted the names of Barraquero, Arizú, and Escorihuela, whose respective wineries, one after the other, boast the enormous chimneys through which the surplus energy of the steam that agitates and drives the complex mechanisms of the machinery is released.”¹

1. CENTRO VITI-VINÍCOLA NACIONAL (1910), pp. 120 y 122.

Int.

Las grandes extensiones de cultivos y los formidables establecimientos industriales eran poderosos símbolos del crecimiento industrial, económico, social y cultural que se apreciaba a lo largo del territorio provincial. Este libro, *IMÁGENES & VITIVINICULTURA. Cartografías, narrativas y cultura visual de la vid y el vino en Mendoza (Argentina, 1900-1930)*, se sitúa en este contexto, cuando junto al desarrollo excepcional de la vitivinicultura se produce el auge de la cultura gráfica. Este proceso fue el resultado de nuevas tecnologías de impresión y de nuevas prácticas de consumo. Particularmente la fotografía, la litografía y la fotocromía permitieron una masiva circulación de imágenes en diferentes soportes: revistas, periódicos, postales, afiches, etiquetas y álbumes, entre otros. En Mendoza, el gran cambio se produce en los últimos años del siglo XIX, y particularmente en las primeras décadas del siglo XX. En esta nueva cultura gráfica, las imágenes de la vitivinicultura ocuparon un lugar fundamental y llegaron a diversos públicos.

Como ejemplo de este contexto se puede considerar la imagen usada por la firma de Giol y Gargantini en el *Álbum Argentino Gloriandus* que, publicado para el centenario de 1910, se atribuía: “el derecho de estampar con caracteres de oro en la Historia Industrial de la República Argentina que ha batido el ‘record’ de la venta de vinos en el año 1908 en la provincia de Mendoza”². Para ello, presentaba una imagen de Clío, musa de la historia y la poesía en la mitología clásica, sentada en el interior de una nave de bodega y con un pincel en la mano colocaba el nombre de la firma

The vast expanses of crops and the formidable industrial establishments were powerful symbols of the industrial, economic, social, and cultural growth evident throughout the province. This book, *IMAGES & VITICULTURE: Cartographies, Narratives, and Visual Culture of the Vine and Wine in Mendoza (Argentina, 1900–1930)*, is set in this context, when, alongside the exceptional development of viticulture, there was a boom in graphic culture. This process was the result of new printing technologies and new consumption practices. In particular, photography, lithography, and photochromy allowed for the massive circulation of images in different formats: magazines, newspapers, postcards, posters, labels, and albums, among others. In Mendoza, the main transformation took place in the final years of the 19th century and especially in the first decades of the 20th century. In this new graphic culture, images of viticulture held a fundamental place and reached diverse audiences.

As an example of this context, one can consider the image used by Giol y Gargantini’s company in the *Álbum Argentino Gloriandus*, which, published for the 1910 centenary, claimed for itself “the right to stamp in golden letters in the Industrial History of the Argentine Republic that it had broken the record for wine sales in the year 1908 in the province of Mendoza”². To this end, it presented an image of Clio, the muse of history and poetry in classical mythology, seated inside a winery building and, with a brush in her hand, writing the name of the firm:

2. *Álbum Argentino “Gloriandus”* (1910), p. s/n.

2. *Álbum Argentino “Gloriandus”* (1910), p. w/n.

“GIOL Y GARGANTINI. ESTABLECIMIENTO VITIVINÍCOLA LA COLINA DE ORO”. La imagen combina el clasicismo en la figura femenina, vestida con una amplia túnica y el cabello recogido, y el estilo Art Nouveau de la viñeta decorada con racimos de uvas, pámpanos y flores, con una tipografía de la firma realizada con leñosos sarmientos, como claro simbolismo de la actividad industrial. Al mismo tiempo, se promocionaba el principal producto de la empresa, el vino Toro, con un medallón colocado en el extremo superior. Así, la ilustración reúne un conjunto de recursos visuales y simbolismos que caracterizan a este período, donde las imágenes constituyen eficaces herramientas comunicativas, artísticas y publicitarias.

“GIOL Y GARGANTINI. WINE ESTABLISHMENT LA COLINA DE ORO.” The image combines classicism in the female figure—dressed in a flowing tunic and with her hair tied back—and the Art Nouveau style of the vignette, decorated with grape clusters, vine leaves, and flowers, along with a logotype of the firm crafted from woody vine shoots, as a clear symbol of the industrial activity. At the same time, it promoted the company's main product, Toro Wine, with a medallion placed at the upper edge. In this way, the illustration brings together a set of visual resources and symbolisms that characterize this period, in which images served as effective communicative, artistic, and advertising tools.



Int.

El interés por las imágenes ha adquirido un importante giro a partir de 1990, cuando J. T. Mitchell propuso un nuevo campo, los Estudios Visuales, dedicado al estudio e interpretación de las imágenes y de la cultura visual de cada sociedad. Mitchell posibilitó nuevas perspectivas teóricas y metodológicas que permitieron incluir dentro del concepto de ‘imagen’ un copioso número de objetos que habían sido excluidos de las historias del arte legitimadas e institucionalizadas de corte eurocéntrico (las “artes cultas”), tales como: fotografías, artes gráficas, publicidades, videos, televisión, performance, artes populares, diseños, imágenes digitales, internet, entre otras³. Su distinción entre “picture” e “image” posibilitó diferenciar el objeto físico (pintura, fotografía o escultura) con la entidad mental o conceptual que se desprende de dicho objeto, es decir, su capacidad simbólica y su circulación en diferentes medios y contextos. En este sentido, la imagen no es sólo lo que se ve, lo que representa, sino que también actúa interpelando al espectador o transmitiendo ideologías dentro de los imaginarios colectivos. Es decir, las imágenes tienen una presencia activa en la construcción de significados, en la transmisión de ideologías y en la configuración de la memoria colectiva⁴.

Los diferentes capítulos de este libro abordan la historia de la vitivinicultura mendocina a través de imágenes de diferentes soportes, significados, espacios de circulación y funciones. El período abordado es especialmente interesante, porque durante las tres primeras décadas del siglo XX se produce un extraordinario incremento de imágenes, al mismo tiempo que se configura una cultura visual con

Interest in images has taken a significant turn since 1990, when J. T. Mitchell proposed a new field—Visual Studies—dedicated to the study and interpretation of images and the visual culture of each society. Mitchell enabled new theoretical and methodological perspectives that made it possible to include, within the concept of “image,” a vast number of objects that had been excluded from legitimized and institutionalized Eurocentric art histories (the so-called “high arts”), such as photographs, graphic arts, advertisements, videos, television, performance, popular arts, designs, digital images, the internet, among others³. His distinction between “picture” and “image” made it possible to differentiate the physical object (painting, photograph, or sculpture) from the mental or conceptual entity derived from it—that is, its symbolic capacity and its circulation in different media and contexts. In this sense, the image is not only what is seen, what it represents, but also fulfills its function by addressing the viewer or transmitting ideologies within collective imaginaries. In other words, images have an active presence in the construction of meanings, in the transmission of ideologies, and in the shaping of collective memory⁴.

The various chapters of this book address the history of Mendoza’s viticulture through images of various media, meanings, circulation spaces, and functions. The period covered is particularly interesting because the first three decades of the 20th century saw an extraordinary increase in images, simultaneously developing a visual culture with distinctive regional characteristics. Mendoza, as a province devoted

3. Cabe señalar los aportes de otros autores como Nicholas Mirzoeff, Jessica Evans, Stuart Hall, Chris Jenks, Michael Ann Holly y Keith Moxey.

4. Es necesario destacar la importancia teórica de Rubén D. Yepes en relación a la perspectiva latinoamericana que tienen los Estudios Visuales. Ver: YEPES, Rubén (2020).

3. It’s worth noting the contributions of other authors such as Nicholas Mirzoeff, Jessica Evans, Stuart Hall, Chris Jenks, Michael Ann Holly, and Keith Moxey.

4. It is necessary to highlight the theoretical importance of Rubén D. Yepes regarding the Latin American perspective within Visual Studies. Look for: YEPES, Rubén (2020).

características regionales distintivas. Mendoza, como provincia eminentemente vitivinícola, ha sido objeto de notables trabajos por parte de especialistas de diferentes disciplinas. En este libro, el interés de los autores estuvo centrado en conocer e interpretar la cultura vitícola mendocina a través de las imágenes analizando diversos aspectos: desde el cultivo hasta los procesos de elaboración, promoción, comercialización y legitimación de los productos, empresarios y trabajadores.

Los capítulos se van articulando en relación con diversos temas y tipos de imágenes. En primer lugar, Daniel Grilli aborda en el primer capítulo, “Con la cámara a cuestas por la viña. Iconografía de patrones y trabajadores en la vitivinicultura mendocina”, las condiciones de poder y de trabajo de los diferentes grupos, desde empresarios, contratistas y peones hasta las mujeres, niños y niñas, dando cuenta de la compleja actividad agrícola e industrial a partir de fotografías. Asimismo se percibe claramente el impacto que tuvo la inmigración europea en el desarrollo de la vitivinicultura provincial.

En el segundo capítulo, “La conformación del paisaje productivo de la primera modernización a través de imágenes y relatos”, Lorena Manzini Marchesi se focaliza en las características del paisaje productivo de Mendoza a través de imágenes impresas para dos eventos internacionales, primero en Chicago en 1893 y luego en Argentina en 1910. Su trabajo permite conocer las transformaciones operadas en el paisaje en estos años como respuesta de una nueva cosmovisión moderna liberal impulsada desde el gobierno provincial para lograr una modernización cultural, tecnológica y

primarily to viticulture, has been the subject of notable works by specialists from various disciplines. In this book, the authors’ focus was on understanding and interpreting Mendoza’s winegrowing culture through images, analyzing diverse aspects: from cultivation to production processes, promotion, commercialization, and the legitimization of products, entrepreneurs, and workers.

The chapters are structured around various themes and types of images. First, in the opening chapter, “Carrying a Camera Through the Vineyard: Iconography of Employers and Workers in Mendoza’s Viticulture”, Daniel Grilli examines the conditions of power and labor among different groups—from entrepreneurs, contractors, and laborers to women and children—revealing the complexity of agricultural and industrial activity through photographs. The chapter also clearly reflects the impact that European immigration had on the development of viticulture in the province.

In the second chapter, “The Development of Productive Landscape in the First Modernization through Images and Narratives”, Lorena Manzini Marchesi focuses on the characteristics of Mendoza’s productive landscape through printed images created for two international events—first in Chicago in 1893 and later in Argentina in 1910. Her work sheds light on the transformations that took place in the landscape during these years as a response to a new modern liberal worldview promoted by the provincial government in order to achieve cultural, technological,

Int.

económica en Mendoza. El texto permite comprender la transformación provocada en el paisaje proto-industrial hispano-criollo al paisaje industrial de la primera modernización cultural, tecnológica y económica de la provincia de Mendoza, cuya impronta, según la autora, se puede observar aún en el paisaje actual.

El tercer capítulo, “Etiquetas de bordelesas. Arte, industria y publicidad en la vitivinicultura mendocina”, de Patricia Favre, está dedicado al análisis de los temas, formas y usos que tuvieron las etiquetas colocadas en las tapas de los grandes envases de madera con que se vendía el vino a granel, con las cuales los empresarios buscaban posicionar sus productos en el mercado nacional. Se realiza una clasificación general de los principales temas iconográficos de las ilustraciones de las etiquetas y su repercusión en la configuración de la cultura visual mendocina.

En el capítulo cuarto, “Tiempos de estrategias. Mendoza en congresos y exposiciones durante las primeras décadas del siglo XX”, Pilar Dussel y Laura Piazze examinan las modalidades que los empresarios y el gobierno provincial y nacional implementaron para mostrar la producción vitivinícola mendocina en cuatro grandes exposiciones de diferente carácter (regional, nacional e internacional) que se dieron entre 1910 y 1922. El análisis de pabellones, productos, recursos expositivos, prácticas en torno a estas muestras se realizan a través de fotografías y crónicas presentes en álbumes, revistas y periódicos, que, de acuerdo a las autoras, permiten apreciar el

and economic modernization in Mendoza. The text enables readers to understand the transformation from the Hispanic-Creole proto-industrial landscape to the industrial landscape of the first cultural, technological, and economic modernization of the province, whose imprint, according to the author, can still be observed in the present-day landscape.

The third chapter, “Barrel labels: Art, Industry, and Advertising in Mendoza’s Viticulture,” by Patricia Favre, is dedicated to analyzing the themes, forms, and uses of the labels placed on the lids of the large wooden containers used to sell bulk wine, through which entrepreneurs sought to position their products in the national market. The chapter offers a general classification of the main iconographic themes found in the label illustrations and their impact on shaping Mendoza’s visual culture.

In the fourth chapter, “Times of Strategies: Mendoza in Congresses and Exhibitions during the First Decades of the 20th Century”, Pilar Dussel and Laura Piazze examine the strategies implemented by entrepreneurs and by the provincial and national governments to showcase Mendoza’s wine production in four major exhibitions of different scopes (local, national, regional, and international) held between 1910 and 1922. Their analysis of pavilions, products, and display mechanisms is carried out through photographs found in albums and magazines, which, according to the authors, reveal the provinces’ interest in breaking away from the stereotype of Argentina as solely a livestock-raising country and in

interés de las provincias por romper con el estereotipo de país ganadero y hacer visible la región de Cuyo, con sus diversos productos y posibilidades turísticas.

El último capítulo, “Tumbas y prácticas funerarias de la burguesía vitivinícola en Mendoza durante la primera mitad del siglo XX” realizado por Celia García y Rosana Aguerregaray Castiglione está centrado en los sepulcros de los grandes industriales vitivinícolas, y el análisis de las ideas y prácticas de la burguesía ante la muerte y las formas de representación en estos espacios. Se analizan tres importantes casos: los sepulcros de las familias Tomba (italiano), Baquero (argentino) y Arizu (español). En estos grandes mausoleos las autoras exploran cómo se produce la exaltación de valores del grupo hegemónico: el mito del hombre que se hace a sí mismo, del progreso, de la familia, de la beneficencia y de la religión.

Con este libro esperamos contribuir a la historia de la vitivinicultura, porque las imágenes han posibilitado un abordaje diferente que implica nuevos temas, análisis, problemas y resultados. También ha permitido recuperar un gran conjunto de imágenes, muchas desconocidas y otras que parecen destinadas a desaparecer por el deterioro de los materiales. Por lo tanto, consideramos que la presente publicación será de gran importancia para la difusión y valoración de este acervo patrimonial mendocino.

Patricia Favre
Mendoza, 2025

making other regions visible, along with their diverse products and tourism potential.

The final chapter, “Tombs and Funerary Practices of the Winemaking Bourgeoisie in Mendoza during the First Half of the 20th Century”, by Celia García and Rosana Aguerregaray Castiglione, focuses on the tombs of major wine industry entrepreneurs and examines the ideas and practices of the bourgeoisie regarding death and their forms of representation in these spaces. Three significant cases are analyzed: the tombs of the Tomba family (Italian), the Baquero family (Argentine), and the Arizu family (Spanish). In these grand mausoleums, the authors explore how the values of the hegemonic group are exalted: the myth of the self-made man, progress, family, charity, and religion.

With this book, we hope to contribute to the history of viticulture, as images allow a different approach that involves new topics, analysis, problems, and results. It has also allowed us to recover a large collection of images, many of which are unknown and others that seem destined to disappear due to the deterioration of the materials. Therefore, we believe that this publication will be of great importance for the dissemination and appreciation of Mendoza's heritage.

Patricia Favre
Mendoza, 2025

CAPÍTULO

01

Con la cámara a cuestas por la viña

Iconografía de patrones y trabajadores
en la vitivinicultura mendocina

Daniel Grilli

Introducción

La economía de Mendoza a fines del siglo XIX se desarrollaba sobre tres actividades básicas: el cultivo de la alfalfa, para el engorde de ganado que se comercializaba al sector chileno; la actividad cerealera, para la producción de harinas; y la vitivinicultura. Posteriormente la vitivinicultura produjo un despegue a gran escala y la industria del vino creó una economía regional con vinculaciones comerciales internas y externas. Socialmente se conformó un grupo empresarial que con gran autonomía ideó y promovió la modernización de Mendoza desde el poder gubernamental.

El factor que favoreció el crecimiento de la moderna vitivinicultura fue en gran medida la llegada de los inmigrantes a fines del siglo XIX, que fueron incorporando nuevas técnicas de producción y modificando las relaciones sociales existentes. Además, se debe considerar que otros factores contribuyeron a este desarrollo, como fueron la instalación del telégrafo y el ferrocarril. En 1872 Buenos Aires y Mendoza quedaron unidos a través de la comunicación telegráfica, en tanto que las líneas férreas unieron a estas dos ciudades en 1885. Estos dos acontecimientos permitieron la circulación rápida de información y de mercancías, la afluencia de fuerza de trabajo y la introducción de equipo técnico para la industria vitivinícola¹.

A partir de 1881, la política económica del gobierno de Mendoza tiende a favorecer el cultivo de la vid, eximiendo de impuestos a las plantaciones, promoviendo la incorporación de inmigrantes y la difusión de información técnica, lo que se desarrolló a través de la Escuela Nacional de Agricultura. Se aplicaron medidas que modificaron el sistema de cultivo de la vid, con la implantación de 3000 a 4000 plantas por hectárea y la transformación en los sistemas de conducción de la vid. La superficie cultivada aumentó ostensiblemente, de 174 ha entre 1881 y 1885 a 7.248 ha entre 1891 y 1895, alcanzado las 17.830 ha a fin de siglo. Esto trajo aparejado un profundo cambio en el paisaje del espacio agrícola, con el desplazamiento de la alfalfa y el avance del viñedo, los olivos y frutales.

La llegada del ferrocarril permitió el arribo de un alud inmigratorio que, posteriormente a su inserción social y económica, produjo una gran demanda de tierras y un mayor uso de agua para riego del cultivo de la vid, los frutales y hortalizas. Debido a esta situación comienza una desordenada derivación de agua de los cauces, hasta que el gobernador Rufino Ortega le encarga a Manuel Bermejo la redacción de una ley de aguas, para poder ordenar el uso del recurso². En diciembre de 1884 se pone en vigencia la Ley de Aguas de la provincia, colocando como responsable del manejo del recurso al Departamento General de Aguas. Este organismo permitió el crecimiento ordenado de las áreas irrigadas, consolidando la estructura de los oasis de Mendoza. Además se construyeron diques, que permitieron aprovechar y distribuir el recurso hídrico, en las nuevas zonas implantadas con vides. Un ejemplo importante fue el de Cesar Cipolletti, con la construcción del dique homónimo.

1. RICHARD-JORBA, Rodolfo (2000).
2. RICHARD-JORBA, Rodolfo (2005).

Acompañando estos cambios, los establecimientos industriales vitivinícolas se adaptaron a las nuevas formas de producción. Las bodegas sufren un proceso de transformación, abandonando la tradición colonial e incorporando los nuevos implementos y técnicas de la época. La introducción de estos equipamientos técnicos, incidió en la composición social del entramado mendocino. Se produjeron pérdidas de puestos de trabajo y una mayor exigencia y capacitación en las nuevas labores. Junto a esta división técnica de labores, apareció una división social a través de salarios diferenciados. Además se produjo una migración de cesantes hacia los centros urbanos. También esto se observó en la aparición de construcciones socialmente diferenciadas anexas a las bodegas, como fueron los señoriales chalets para propietarios, viviendas para técnicos y empleados, y ranchos para peones, contratistas y obreros.

De esta situación la vitivinicultura salió favorecida, ya que con el apoyo estatal, se expandió como práctica intensiva y con la llegada del ferrocarril, el vino reapareció como bien comercializable a los centros consumidores, como Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, San Luis y Tucumán. Con la vitivinicultura moderna se reinstaló el viejo equilibrio: Mendoza desarrolló una actividad que no tenía competidores significativos en el espacio nacional, es decir, reorientó su producción para refuncionalizar su espacio e integrarlo plenamente al nacional, dentro de una división regional.

Cambios sociales

La élite económica mendocina del siglo XIX se va a transformar con la llegada de la inmigración en un núcleo poderoso de la burguesía industrial regional. Los empresarios que surgían de la inmigración se integraron por mecanismos de asociación económica o por matrimonios, conformando un empresariado regional. Los altos salarios iniciales abrieron las posibilidades de ahorro y capitalización que, sumado a la difusión de crédito institucional, fueron factores que produjeron la incorporación de un creciente número de pequeños propietarios, dando movilidad al sector agroindustrial. Además se produjo concentración de la propiedad vitícola en manos del grupo dominante y de nuevos empresarios capitalizados en la región.

Las políticas fiscales promocionaron a la vitivinicultura y desde los gobiernos de Francisco Civit (1873-1876), Elías Villanueva (1878-1881) y Tiburcio Benegas (1887-1889) se dictaron normas de promoción fiscal, de formación de recursos humanos, atracción de inmigrantes y expansión del crédito. Las transformaciones legislativas que apoyaron a la vitivinicultura fueron impulsadas mediante un proyecto que eximió de impuestos a los viñedos, nogales y olivos. Estas medidas fueron aprovechadas por el grupo empresarial que dominaba el estado y la economía.

Desde mediados del siglo XIX se insistía en la necesidad de incorporar mano de obra extranjera en el país. Después de la Campaña al Desierto era necesario poblar extensas regiones, por lo que se consideraba indispensable la llegada de inmigrantes. Como ejemplo de esta actitud se puede mencionar la misión de Santiago Soglieri, avalado por el gobierno de Mendoza y la Comisión de Inmigración local, entre 1884 y 1885, para hacer venir desde Italia a 400 familias de agricultores y vitivinicultores³.

Posteriormente, en 1895, el gobernador Francisco Moyano dictó un decreto fijando una subvención para trasladar inmigrantes a la provincia, con un agente en Buenos Aires dedicado a las tareas de selección y atracción hacia la ínsula cuyana. Lentamente las medidas tomadas dieron fruto y el caudal migratorio aumentó de manera considerable. Algunos inmigrantes encontraron en Mendoza la posibilidad de desarrollar excepcionales capacidades empresariales y construyeron grandes bodegas. A comienzos de 1910 las bodegas mendocinas más grandes pertenecían a extranjeros.

Los inmigrantes que constituyeron empresas exitosas habían ingresado al país, la mayoría, por Buenos Aires. Provenían de países y regiones industrializadas, y eran portadores de una cultura donde la técnica ocupaba un lugar fundamental. En la capital se incorporaron a redes parentales o étnicas y muchos de ellos ejercieron el comercio u otras actividades antes de invertir en vitivinicultura, o lo hicieron directamente con capitales traídos de sus lugares de origen. La realización de negocios entre parientes o connacionales fue un hecho habitual. Por ejemplo: Tomba hizo venir a sus hermanos y los asoció; Tosso se asoció con Gargantini y Juan Giol; Escorihuela compró una bodega a Díaz Valentín y llamó a sus sobrinos. Es decir que se establecieron redes que articularon todos los campos de la economía regional y posteriormente lograron ascender a la esfera política.

.....
3. CUETO, Adolfo (1985).

“Fare l’america”

Las imágenes de un sector vitivinícola: “los patrones”

Antes de abordar el análisis del patrimonio icónico existente sobre la vitivinicultura y sus actores se presentan algunas consideraciones respecto a este tipo de fuente. Las fotografías antiguas, más o menos sistematizadas, lejanas o cercanas en el tiempo, han sido entendidas como una fuente para la investigación histórica, aunque no siempre se piense un abordaje reflexivo en torno a ellas. En algunas investigaciones históricas, la imagen aparece desde su condición inicial, como ilustración que da testimonio de cierto acontecimiento. Ante esta situación, Peter Burke sistematiza modos y problematiza cómo utilizar y justificar la utilización de fuentes fotográficas en la investigación histórica, dado el creciente interés por la imagen en investigaciones del campo histórico, sin necesariamente tener un abordaje crítico de las mismas. El autor referenciado señala: “Cuando utilizan imágenes, los historiadores suelen tratarlas como simples ilustraciones, reproduciéndolas en sus libros sin el menor comentario. 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”⁴.

De ese punto de vista se analizan las representaciones fotográficas como documentos de los cuales se pueden extraer características de lo escenificado, también las intenciones y propósitos por las que se elaboró de esa manera, y el entorno en el cual fueron tomadas, dado que suelen aparecer escenarios montados con escenografías, preparadas especialmente para captar la atención del espectador, y mostrar algo determinado que se quiere destacar. Es necesario aguzar la mirada y realizar una profunda interpretación iconográfica, como se hace con los documentos escritos. Con esta metodología de análisis, se abordan las fotografías que han quedado del pasado referidas a la economía vitivinícola mendocina de fines del siglo XIX y principios del XX.

En primer lugar, se presentan una serie de fotografías que incluyen a los propietarios de los predios e industrias vitivinícolas del Oasis Centro de la provincia de Mendoza. En ellas el grupo empresario aparece retratado en escenografías especiales que permiten entender la intencionalidad de la toma. Es necesario observar los detalles que los ‘maestros de la cámara’ crearon para que la representación cobre vida.

4. BURKE, Peter (2001), p. 153.

El análisis de este grupo de imágenes permite comprender la vida de aquellas familias de origen extranjero, que fijaron como residencia Mendoza, sin abandonar sus costumbres y adaptándose a la nueva geografía. En el recorrido visual propuesto, se analizan las diversas actividades desde la apropiación del paisaje, su esfuerzo por convertir el campo inculto, su presencia frente a lo producido para concluir con sus estándares de vida y niveles de producción. Del universo de fuentes consultadas, se han seleccionado aquellas que permiten identificar a los gestores de los emprendimientos, desde el momento mismo de contacto con la naturaleza, hasta el último nivel de producción vitivinícola⁵.



I. Familia Sanmartino. Pozo en finca de Alto Verde (Colección Cerezo-Sanmartino. Fotografía del Archivo de Fotografía Histórica, FFYL- UNCUYO, en adelante AFH).

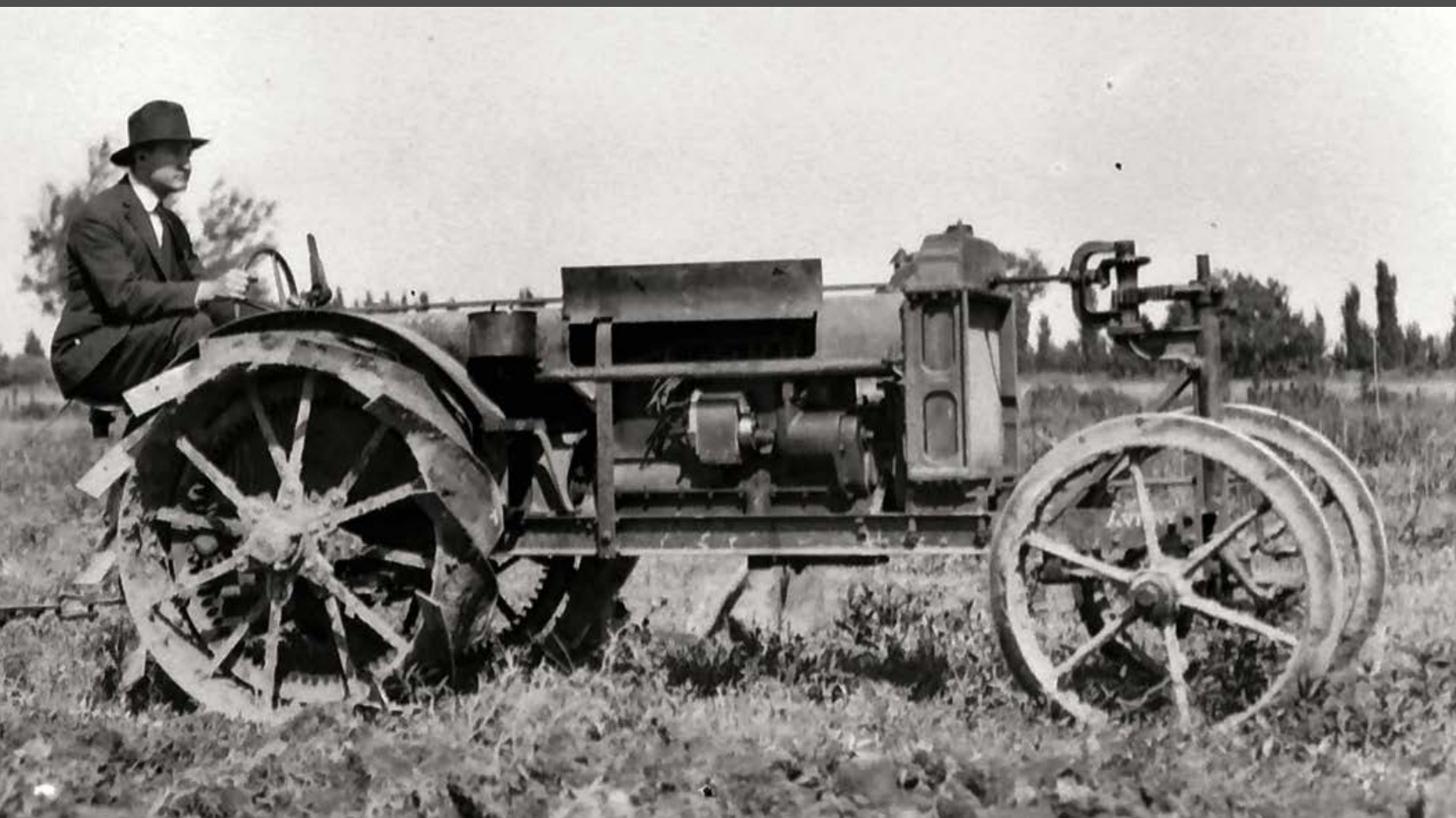
La descripción de la imagen es sencilla, la presencia de tres personas frente a un pozo surgente. En otro lugar del país quizás pueda ser un hecho sin demasiada notoriedad. Pero en Mendoza, el aprovechamiento del recurso hídrico resulta muy importante para el desarrollo del sector productivo. Desde la llegada de la inmigración masiva, muchos sectores incultos fueron puestos en funcionamiento gracias a la utilización del recurso hídrico subterráneo, a través de pozos surgentes o directamente con perforaciones para extraer el agua.

El aspecto formal da la apariencia de vestimenta dominical en los tres personajes. Las damas con vestidos y abrigo en la mano, dan la pauta de que el viaje había comenzado temprano, y al momento de la toma la temperatura o el calor de la caminata ha hecho dejar de lado el saco que lleva en sus brazos. En cuanto al calzado, datos significativos indican que son de paseo, salvo el caballero que está preparado para el terreno agreste. En el caso de él, su vestimenta lo ubica como parte del grupo empresarial del predio agrícola. Típico pantalón de anchas piernas (bombacha de salir), botas acordonadas de media caña, camisa, corbata, chaleco y con reloj de bolsillo, permiten ubicarlo en el grupo mencionado. Al analizar la imagen en su contexto, se denota como a través del esfuerzo se logra dominar la naturaleza, con el agua fluyendo y con el fondo de la imagen de un campo inculto, afirmando con su presencia el dominio del espacio.

5. GRILLI, Daniel (2005), pp. 248-257.

La presente fotografía corresponde a Rafael Sanmartino, propietario y viticultor destacado de las primeras décadas del siglo XX de la zona de Guaymallén. Se encuentra conduciendo un tractor y un arado en uno de sus predios de cultivo. La estrategia de estos grupos económicos era adquirir terrenos en distintos puntos de la provincia, a fin de disminuir riesgos producidos por las inclemencias climáticas. Además del cultivo de vides, diversificaban su producción con forrajes, olivares y manejo de ganado vacuno. En cuanto al aspecto técnico de la imagen se observa que es un vehículo para trabajo agrícola, con tracción en el rodado del eje trasero, con el sistema pantanero con aspas en las ruedas, para obtener mayor tracción. En la parte interna de las ruedas se observan los engranajes que producen el movimiento del puente trasero, a través de un engranaje maestro y unos engranajes mayores, que se encuentra a los costados internos de la rueda. En cuanto al eje delantero, las ruedas son de hierro también, similares a las usadas en los vagones de ferrocarril. Posee un sistema de conducción a través de un volante, con un eje que conecta el puente delantero, y a través de engranajes y un sistema de crucetas permiten efectuar los giros hacia los costados. El resto del equipamiento agrícola está compuesto por un arado de dos rejas con una de sus ruedas inclinada y una manija que permite regular la altura para la profundidad de las rejas que se introducen en el suelo⁶.





2. Rafael Sanmartino conduciendo una maquinaria agrícola (Foto Colección Cerezo-Sanmartino.AFH).



3: Propietarios. Juan Pi Fotografías 1903-1933 (Foto Editorial Fundación Antorchas).

La imagen correspondiente muestra una escena donde un grupo de hombres, posiblemente los propietarios de la finca, observan directamente al fotógrafo, cuatro equinos, un perro. Por sus aspectos, postura y vestimenta se puede inferir que se trata de inmigrantes europeos que pertenecen al grupo de propietarios del emprendimiento vitivinícola. Usan botas de media caña aptas para cabalgadura, en las cuales se introduce la botamanga de pantalón. Dos presentan barbas cuidadosamente recortadas, en tanto que el personaje de gorra demuestra caracteres raciales de Europa del Este. Otros datos a destacar son la presencia del perro sobre la montura del caballo y los aperos utilizados, los cuales están confeccionados en cuero sin apliques de adornos metálicos.

En cuanto el aspecto técnico de la vitivinicultura se observa un sector de viña baja o espaldero de dos hilos con uva criolla. Se puede concluir que son los propietarios de una finca en el sector de San Rafael, dado que el fotógrafo, Juan Pi, desarrolló su trabajo en esa zona del sur de la provincia de Mendoza.

La presente fotografía familiar pertenece a los propietarios de origen alemán, de un emprendimiento vitivinícola de sector de Luján de Cuyo en la provincia de Mendoza. El grupo retratado está formado por hombres y mujeres que posan frente a sus viñas. Las damas estratégicamente ubicadas dan cierre a la imagen. Uno de los varones, con una rodilla en el piso sostiene a un niño en sus hombros, lo que da idea de que puede ser su hijo. Un dato a tener en cuenta es que el fotógrafo, Augusto Streich, diseña su escenografía y compone equilibradamente sus tomas, dentro de un estilo academicista. En el caso particular de esta toma, ha sido realizada en un predio de cultivo donde se observan árboles frutales y vides sembradas con el sistema de cabeza, directamente sostenido por vigas, que mantienen los grandes brazos que se extienden hacia los costados. Un dato interesante que demuestra el estándar de vida es la presencia de perros de raza, como son los dos que se encuentran en el centro de la imagen, prácticamente ocupando el primer plano. En cuanto a los hombres, presentan su típica vestimenta de traje, corbata y botas, en tanto que las mujeres aparecen con vestidos de gala, con una pañoleta que se destaca. Se puede apreciar por la vestimenta de los propietarios que pertenecen a una clase social acomodada, dado que sus atuendos personales denotan esta posición. También es dable mencionar que como la toma fue preparada, la escenificación pretendía visibilizar la condición adquirida por estos inmigrantes. Además la pose de las personas, delante del predio de cultivo, pretende demostrar la posesión y el dominio que ellos poseen sobre estos bienes.

4. Familia Streich (Foto Colección García Pujadas.AFH).





5. Cayetano Piccione y Miguel Sanmartino, detalle (Foto Colección Cerezo-Sanmartino.AFH).

Las imágenes que siguen a continuación muestran los estándares de vida alcanzados por estos grupos, que administraron la producción vitivinícola de la provincia. Al analizar los detalles, se adquiere la comprensión de su nivel de vida. Es posible inferir la forma de pensar, o los parámetros intelectuales que manejaron entre finales del siglo XIX y principios del XX, de aquellos gringos, españoles, criollos, alemanes o franceses, por citar algunos ejemplos.

En el caso particular de esta imagen se observan a unos empresarios vitivinícolas radicados en el departamento de Guaymallén, Provincia de Mendoza. Se trata de Cayetano Piccione, que en 1912, a través de un proceso particular de urbanización, fundó, junto a las vías del Ferrocarril Buenos Aires al Pacífico, el pueblo de Rodeo de la Cruz. Además integró una sociedad de plantación, producción y elaboración vitivinícola junto a Miguel Sanmartino que había contraído enlace con Antonina Piccione.

El origen del establecimiento Piccione se “remonta al año 1885, cuando se estableció primero en Rodeo del Medio, dedicándose al comercio y luego pasó a Rodeo de la Cruz, y en 1886 inició los negocios vitivinícolas”⁷. En su primera instancia se elaboraban anualmente poco más de 100 bordelesas y luego en 1901 alcanzó la producción de 22.000 por año. “La bodega está dotada en toda su extensión de pisos de piedra laja, cuenta con grandes piletas de cemento armado, con la distribución de las diversas dependencias para la manipulación de la uva y el mosto de la forma más acertada posible, como que ha sido realizada de acuerdo con un plan general perfectamente estudiado”⁸. Los viñedos, de una extensión de 250 hectáreas, se encuentran ubicados en los departamentos de Maipú, Guaymallén y San Martín, con plantaciones de uvas Francesa, Semillón, Criolla, Barbera y Pedro Jiménez. El vino elaborado se comercializa en los grandes mercados de Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Tucumán y Bahía Blanca.

El predio de la bodega poseía varios cuerpos para la elaboración de vinos, tonelería, talleres, piletas, depósitos, y se destacaron en la elaboración de alcoholes, grapa, caña, etc. La producción de los vinos se componía de la siguiente selección: Semillón, Tinto, Barbera, Criollo, Blanco especial, Añejo, Marsala, Garnacha y Oporto.

En lo que se refiere a la observación de la imagen se aprecia un grupo de hombres en una reunión de carácter social, próximos a una pequeña mesa los empresarios Piccione y Sanmartino en una postura cómoda y relajada. La imagen presentada es un detalle de una toma mayor donde se pueden apreciar la decoración de las paredes del chalet familiar y el sistema de instalación eléctrica aéreo con el interruptor y el fusible contiguo. Este dato permite constatar que existía una usina eléctrica propia en el establecimiento vitivinícola, que alimentaba a la bodega y la casa patronal. En cuanto a los personajes, Piccione observa directamente al objetivo de la cámara, en tanto que Sanmartino dialoga visual o verbalmente con un interlocutor fuera de imagen. El resto de los personajes focalizan su mirada en el fotógrafo. En uno de ellos se observa la cadena del reloj de bolsillo, con una medalla.

7. Revista Fray Mocho. (1912, noviembre).

8. Revista Fray Mocho. (1912, noviembre).

En la presente imagen, se observa un detalle del socio de Piccione, Miguel Sanmartino, leyendo el periódico. La toma es significativa, dado que ha sido captado por la cámara de costado, durante la lectura del diario La Nación en un sector cercano a su bodega. El detalle de su vestimenta y su barba bien cuidada denotan un cierto estatus social que mantenía este inmigrante italiano, que se radicó en la provincia de Mendoza. Aparecen arrugas y callosidades en su mano izquierda y en la derecha sostiene entre sus dedos un cigarrillo, que junto a su mirada a través de sus anteojos de marco metálico, dan una sensación de distinción al leer las noticias. En cuanto al aspecto físico, es importante mencionar que aunque desconocemos la edad que tenía al momento de la toma fotográfica, sus arrugas en el borde del cuello dan la pauta de que es un adulto de edad avanzada. Y otro dato casi imperceptible es la mosca posada sobre el hombro izquierdo, a la cual podemos identificar dado que el negativo en vidrio de esta imagen permite una ampliación tal, que se pueden apreciar sus alas.



6. Miguel Sanmartino
(Foto Colección
Cerezo-Sanmartino.
AFH).

En cuanto al tema económico de este empresario, podemos afirmar que su emprendimiento industrial vitivinícola estuvo integrado por la bodega y varias fincas distribuidas estratégicamente en varios departamentos del este provincial. Su producción se comercializó en Mendoza y a través de la conexión ferroviaria del Buenos Aires al Pacífico, en los principales centros de consumo de Buenos Aires, Córdoba y Rosario⁹.

Esta imagen corresponde a un niño en su “corralito”, ubicado en el sector interno de los patios colindantes con la bodega de la familia Piccione. En un primer plano se destaca el infante colocado dentro del “corralito” tejido de mimbre, permite apreciar el trabajo artesanal perfectamente logrado. El borde superior está engrosado por la utilización de varillas de mimbre trenzadas y desde allí se traban para convertirse en un enrejado perfecto. En la parte posterior posee una manija, que presumiblemente permitía movilizar este elemento de un lado a otro. El niño está vestido de gala con un atuendo de ropa delicada. Posee adornos y botones en uno de los costados de la prenda y lleva colocado un amplio babero. Por sus características fisonómicas daría la impresión que su familia es de origen europeo. La escena se localiza en un sector aledaño a la bodega donde se observan herramientas de trabajo como es la carretilla, el balde y el cajón contenedor de botellas. En el plano medio está la puerta de madera de ingreso a la bodega y la escalera que conduce al altillo de la casa familiar.

9. GRILLI, Daniel (2022).

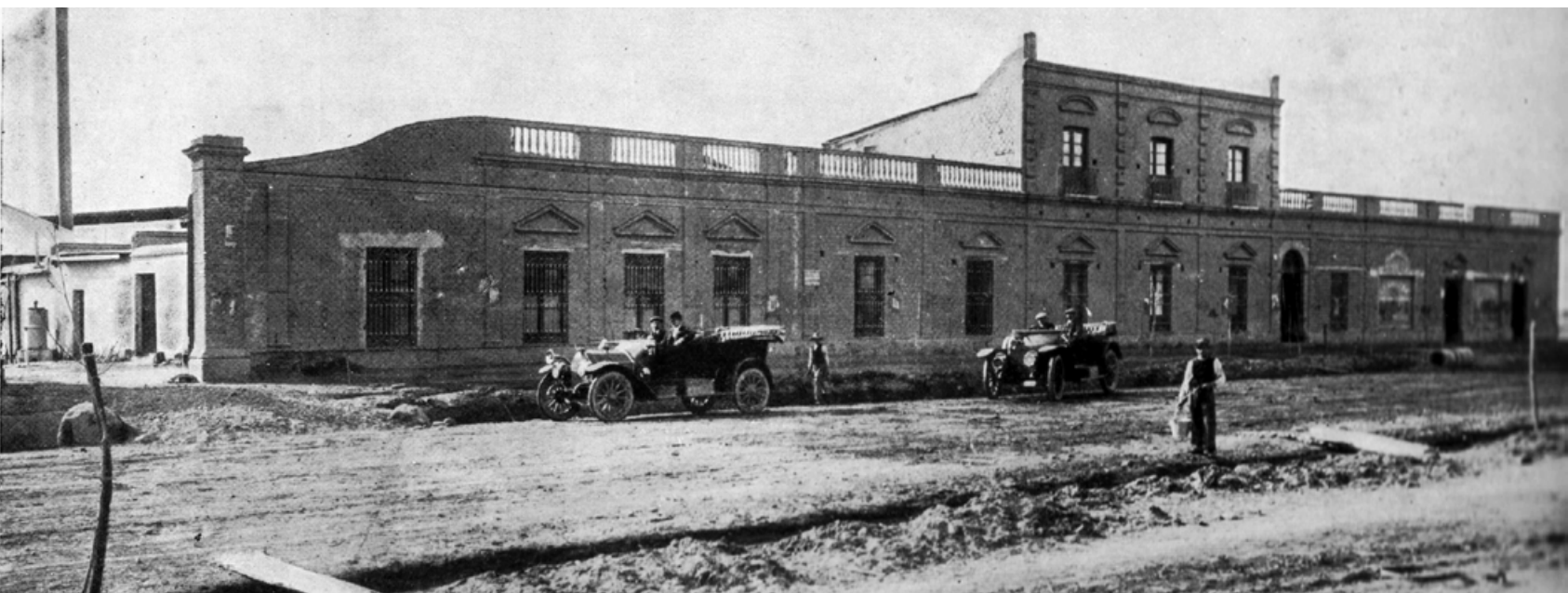


7. Niño en corralito (Colección Cerezo-Sanmartino.AFH).

En esta oportunidad se seleccionó una imagen de la Colección que presenta a la hija del señor Cayetano Piccioni posando junto al Ford T en un sector aledaño a la bodega. Allí se observa parte de la construcción, las bordelesas y el sector de viñedos con la arboleda circundante. En cuanto al personaje retratado, es una joven ataviada con un elegante vestido con apliques en las mangas y en la pechera con pequeños botones forrados de tela; detalle que se repite en los puños de las mangas. En cuanto a su calzado consiste en zapatos de tacón cuidadosamente lustrados y, en el caso del taco de zapato derecho, se puede observar que tienen muy poco uso. En cuanto al vehículo, es un Ford T, el cual posee detalles que indican que era nuevo, como el dibujo de la cubierta de la rueda y el brillo en el guardabarro y puerta. Este automotor comenzó a fabricarse en el país entre 1922 y 1925, lo que permite establecer una cronología aproximada de la toma fotográfica¹⁰.

10. GRILLI, Daniel (2022).

La siguiente imagen corresponde al sector habitacional de la familia Piccione, con la entrada a la Bodega, situada sobre el antiguo Carril Nacional, en el distrito de Rodeo de la Cruz, Guaymallén, Mendoza. Es una construcción con fachada general sobre la arteria mencionada y la casa se despliega hacia el norte en forma de "L" con un gran patio, que la conecta con el sector industrial contiguo. La fachada presenta ladrillo visto, coronadas por frontones y detalles en las ventanas de regular continuidad, donde está la casa patronal y el sector de las oficinas y, en el costado izquierdo, se encuentra el ingreso vehicular a la bodega. Un detalle interesante lo compone el piso superior sobre la casa habitación donde funcionaban dormitorios y el estudio personal de Cayetano Piccione. Luego hacia el costado derecho existieron dependencias comerciales con sus correspondientes vidrieras. El remate superior de la construcción es una balaustrada a lo largo de las oficinas y negocios laterales. La imagen está compuesta además por dos automóviles conducidos por sus choferes, con un acompañante a su lado. Posiblemente pertenezcan a la firma bodeguera, y se encuentran en actitud de inicio de marcha, dado que presenta una cierta inclinación hacia el sector central de la arteria indicando movimiento hacia el oeste. Además la composición fotográfica integra a dos obreros, regando la calle de ambos lados, munidos de sus baldes con la soga correspondiente, para extraer agua de las acequias laterales. Un detalle a tener en cuenta son los 'improvisados puentes' compuestos solamente por una madera, sobre los cauces laterales, lo que quizás podría indicar el desarrollo de trabajos de urbanización.



9: El chalet y la entrada a la bodega de la Familia Piccione (Colección Cerezo-Sanmartino.AFH).



10. Fachada de la casa habitación de la Familia Piccione (Colección Cerezo-Sanmartino.AFH).

Esta imagen corresponde al portal de la casa familiar de Piccione. En el centro hay un grupo de mujeres y niñas junto al portal de la casa, sentado sobre la vereda, contiguo a la acequia, con un puente de madera ancho. Es una composición circular, donde las mujeres mayores comparten una tertulia, o el fresco del atardecer, bebiendo alguna infusión. En el tipo de vestimenta prevalece el color blanco y prácticamente todas las integrantes de la escena, poseen vestidos de media manga, lo que haría suponer que es época de verano. Un detalle interesante se encuentra en el portal con arco de medio punto, con las puertas abiertas y en ambos costados a la altura del dintel, dos publicidades adheridas a la pared, con fotografías de personas, que presumiblemente sean de propaganda política. Sobre el costado derecho del portal está el sistema de iluminación y sobre el costado opuesto, hay un pequeño escudo de metal clavado en la parte superior a la viga del frontón, que posiblemente sea la identificación del constructor del edificio. Hacia la izquierda hay dos ventanas, una con su reja y en el piso superior el balcón con similar decoración. Las paredes son de adobes de barro, con cimientos de piedra, completando las terminaciones con ladrillo y decoraciones de frontones sobre las ventanas. Las puertas son de madera al igual que la carpintería de la ventana. El modelo de decoración se repite en el piso superior, donde se observa uno de los balcones de la casa. Hacia el costado derecho, la imagen presenta deterioro, lo que no permite completar su análisis.

Este emprendimiento industrial vitivinícola perteneció a la familia Argumedo, que poseía varias propiedades en el distrito de Rodeo de la Cruz, Guaymallén, Mendoza. Se ubicaba en el costado sur del Carril Nacional, en las proximidades de la calle Arturo González. En la imagen se observa el proceso de construcción del cuerpo de la bodega con los sectores de industrialización hacia el oeste. El análisis de sus elementos da una idea del pensamiento de la época y de la forma de trabajo de los albañiles de antaño. En primer lugar la figura de Argumedo se destaca por su vestimenta, traje, chaleco y reloj de bolsillo. Luego, seis obreros que se encuentran en la faena de subir ladrillos a través de dos roldanas, a los obreros que están en la parte superior. El cuerpo central del edificio tiene cimientos de piedra con paredes de adobes. La fachada presenta un gran acceso con arco de medio punto y cuatro pilastras distribuidas regularmente, dos en cada lado y ventanas en los paños laterales.



11. Bodega Argumedo (Colección Virginia y Tita Argumedo. AFH).

Remata la parte central en un frontón triangular con una ventana en forma circular y las partes laterales con muros rectos. Los ladrillos son usados para los detalles, como son los pilares de los costados del portón y en la terminación del edificio. Se observan como las dovelas están rodeando el arco de medio punto de la puerta y luego se repite el arco en forma de cobertura o techo del enorme portal. Los obreros tienen elementos para poder transportarlos, la carretilla, un armazón de madera y un soporte para poder elevarlos a través de las sogas al nivel superior.

En la parte superior de la construcción hay nueve obreros, uno de ellos sentado en un andamio colocado sobre las pilastras, utilizando directamente soportes desde el piso. El que se encuentra en el centro del grupo posee a su lado una damajuana de 10 litros, recubierta con tejido de mimbre, que servía para proteger el envase y conservar la temperatura de su contenido. Todos han detenido sus labores ante la presencia del fotógrafo.

Finalmente, un aspecto del pensamiento de la época subyace en la escenografía montada para la fotografía. En la toma, el propietario se destaca del resto de los obreros, que se encuentran trabajando, y en medio de ellos, tres animales de tiro con un carruaje. Todo forma parte de un mensaje simbólico, que muestra el poder económico adquirido por el propietario, como artífice de sus logros. Está posando en la puerta de la bodega junto a los obreros, la fuerza de trabajo humano, y la tropilla de animales, la fuerza tracción a sangre, que representan para la época los elementos básicos de la economía del momento.

“De sol a sol”. Las imágenes de los trabajadores de la vitivinicultura mendocina

La labor vitivinícola siempre ha necesitado de manos callosas que empuñen las herramientas para que la cepa se afiance al alambre, sus zarcillos lo abracen y sus frutos pendan de ellos como regalos al sol. La empresa vitivinícola ha estructurado su trabajo entre el propietario de la finca y el contratista, que desarrolla las labores culturales de mantenimiento del viñedo. Preparar la tierra, encauzar el agua, cultivar, abrir el surco, podar, curar, cosechar, llenar el lagar, trasegar y convertir el mosto en un embriagador sueño del paladar, son algunas de las tareas que cientos de trabajadores en fincas y bodegas desarrollaron a lo largo del tiempo. De ellas han quedado imágenes, amarillentas de tiempo, que describen sus labores, anhelos y logros¹¹.

La llegada de la inmigración masiva a Mendoza, entre finales del siglo XIX y principios del XX, produjo un cambio en la matriz productiva de la provincia. La vitivinicultura pasó a ser una actividad preponderante y la producción vínica aumentó considerablemente. En este panorama, según Richard-Jorba, “las bodegas precisaban un volumen de mano de obra que fluctuaba durante todo el año, con un pico en las semanas de vendimia, pero trabajaban todo el tiempo”. Es por ello que la Provincia junto al Gobierno Nacional favorecieron una inmigración selectiva, orientada a “hombres que fueran prácticos en todas las labores agrícolas, con especialidad en el cultivo de vid y la elaboración del vino” y encomendaron la contratación en Europa de 400 personas “destinadas al cultivo de vid en ésta provincia”. Se comienzan a diseñar políticas tendientes a favorecer el arribo de población extranjera a la región, lo que produjo un aumento de la población total de Mendoza, que pasa de 57.476 habitantes en 1864, a 277.535 en 1914. Hasta ese momento la principal comunidad extranjera en la provincia era de origen chileno (8% del total de la población en 1869), porcentual que disminuye paulatinamente por la presencia mayor de inmigrantes de origen europeo, principalmente italianos y españoles.

La importante corriente migratoria reconfiguró el escenario social, político y económico de la provincia, proveyendo de mano de obra para los distintos oficios, las tareas agrícolas y engrosando el sector de profesionales y técnicos. Así algunos inmigrantes italianos contribuyeron con grandes aportes en el campo de la hidrología y la irrigación (como Cesare Cipolletti y Galileo Vitali), en el crecimiento de la vitivinicultura (entre ellos, agricultores y bodegueros que luego formarían parte de los estamentos tradicionales de la provincia: Gabrielli, Baldini, Tomba, Toso, Filipini, Titarelli, Pulenta, Bianchi, Giol. Esta dinámica poblacional se va a traducir en la reconfiguración del mercado de trabajo, expresado en el crecimiento de los puestos de trabajo, profesiones y oficios vinculados al desarrollo agroindustrial. Por ejemplo, Richard-Jorba afirma que en 1869 los vinicultores representaban el 0.2% de las principales profesiones, en 1895 participaban del 5%. Los agricultores aumentaron en la misma fecha del 73% al 83% y, de los censados en 1895, el 24% era viñatero. La tendencia general de los inmigrantes, muchos provenientes de lugares con tradición vitivinícola, había sido ofrecerse como mano de obra asalariada. El 75% de las 14.095 personas llegadas en 1910 se ubicó dentro del mercado laboral agrícola. Alrededor de 1915, el 82% de los establecimientos industriales eran manejados por extranjeros. El desarrollo agroindustrial promovió el proceso de aprendizaje acelerado en las labores agrícolas, contribuyó al crecimiento del trabajo en el ámbito rural y mejoró las

técnicas y tecnologías implementadas en su industria, la que comenzó un proceso de integración vertical y concentración en grandes establecimientos bodegueros. Por otra parte, la inmigración permeó la identidad de la industria vitivinícola local, a través de las denominaciones de origen extranjero y de las formas de manejar las labores culturales vitivinícolas. En este contexto, el nuevo modelo industrial asociará las ventajas propias de la región (territorio, clima) con la dinámica de los sectores que hegemonizaron su desarrollo, es decir, el arraigo tradicional preexistente en el manejo y labores vitivinícolas de la población local con el acervo cultural y la innovación que aportó la mano de obra extranjera¹².

Una clave para aproximarse a lo que fue la construcción de la viticultura moderna está en un actor central del proceso: el contratista de plantación, sobre cuyo desempeño existe abundante documentación privada, contratos protocolizados que revelan diversas facetas de su accionar, entre las cuales no poseía poder para adoptar ciertas decisiones. Y esto lo diferencia de otros actores, por ejemplo de los peones rurales, obligados ejecutores de las órdenes de sus patrones.

Este trabajador pactaba con el propietario de la tierra hacerse cargo de implantar viñedos en determinadas superficies, mediante la reconversión productiva de la explotación, la incorporación de terrenos incultos o ambas cosas. Las condiciones contractuales eran muy variadas e incluían la duración, tecnologías a introducir, infraestructura y edificios a construir, pago de impuestos, provisión de implementos, etc. En la mayoría de los casos el contratista percibía, al término del período fijado, una suma de dinero por cada cepa implantada y se apropiaba del fruto de una o varias cosechas. Esto último tuvo influencia en la dirección que tomó el modelo vitivinícola, orientado a la gran producción de masa con ausencia de calidad. En general, eran trabajadores con una importante calificación técnica y muchos de ellos adquirieron el estatus de “empresario”. Por cierto, varios de estos europeos poseían un bagaje técnico formalmente adquirido en sus países, aunque mayoritariamente eran portadores de conocimientos empíricos. En este proceso de renovación técnica los inmigrantes franceses eran quienes podían exhibir y transferir sus conocimientos vitivinícolas para que avanzara el proceso de difusión de la moderna viticultura y la industria del vino. Fueron actores que tuvieron decisiva actuación en la transformación económica y geográfica de Mendoza.

Los inmigrantes europeos en general, y los contratistas en particular, preferían esa forma de trabajo en lugar del salario porque, además de mejorar sus ingresos, rechazaban los instrumentos de coacción extraeconómica existentes¹³.

Junto a los cambios que se producían en el ámbito de la plantación de la vid, dentro de las bodegas las tareas necesarias para la comercialización del vino, necesitaron mano de obra especializada. Provenientes también de Europa, con aportes culturales de regiones vitivinícolas, comenzaron a desarrollarse los primeros talleres de fabricación de envases vínicos de madera. Es desde allí que los ‘toneleros’ construyen con sus manos y su experiencia cientos de herramientas capaces de sacar de un trozo de madera, una duela, un tapón o una bordelesa¹⁴. De esa manera, con la incorporación de cientos de brazos y labores culturales, la industria vitivinícola mendocina transforma la composición estructural de la sociedad de la provincia. Contratistas, toneleros, obreros temporarios, cosechadores, despampanadores fueron dejando sus huellas no solo en las bodegas y talleres, sino también en los surcos y camellones¹⁵. De todo ese bagaje cultural, estos trabajadores dejaron también su estampa, su imagen reflejada por una cámara.

12. SALVATORE, Ricardo (1986).

13. GIRBAL DE BLACHA, Noemí (1987).

14. PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2008).

15. Es una técnica agrícola para la producción de cultivos en la que se amontona la tierra en línea, para brindarle mejores condiciones a la planta, que faciliten el buen desarrollo radicular. Con el camellón, debido a la elevación de la tierra, se extiende el área del suelo que recibe la luz del sol.



12. Obreros arando (Colección Cerezo-Sanmartino.AFH).

La primera imagen muestra una escena de trabajo de agricultura, específicamente el arado con dos yuntas de mulas de un predio virgen. Dos operarios van dirigiendo en el costado la orientación del arado y un operador en la parte posterior lleva la conducción del arado y al final de la toma se observan un jinete, varios caballos y otros trabajadores. Se destaca que este trabajo se realiza en un campo inculto, dadas las características de la vegetación arbustiva circundante. Esta imagen representa el logro de los inmigrantes que, con duro trabajo, lograron implantar vides en los campos mendocinos.

Es una escena en medio de la cosecha de uva. Los distintos actores han detenido su trabajo para posar ante la presencia del fotógrafo. La imagen puede observarse a través de tres niveles, en forma piramidal. En el último plano se encuentra, casi imperceptible, el carruaje, que ha transportado posiblemente al fotógrafo y a los propietarios del predio. Luego, en un segundo nivel, dos trabajadores intentan un juego de manos mientras otros trabajadores los observan desde el costado. Finalmente en primer plano, aparece un grupo mayoritario de trabajadores vitivinícolas compuestos por niños, mujeres y hombres. En este sector hacia la derecha se observan las canecas¹⁶ totalmente repletas con la cosecha de uva. Algunos de los trabajadores portan canastos con los que se transporta la uva al carro. Dos niños tienen en sus manos elementos cortantes (tijera y especie de navaja) que les permiten cortar el racimo de la planta. Junto al resto de los niños se encuentra un trabajador que se destaca por su vestimenta, presumiblemente sea el conductor del carruaje. En el centro la figura se encuentra un grupo de mujeres y niñas ataviadas con ropas especiales para el trabajo vitivinícola, con turbantes o pañuelos blancos, salvo una que lleva un pañuelo oscuro. Estas mujeres están acompañadas de niñas que colaboran en la tarea de cosecha. En tanto que en el costado izquierdo se observa un grupo de hombres y niños con racimos en sus manos, identificándose con la labor realizada. Finalmente, en el primer plano, aparece un equino con montura y arneses con cadenas, lo que está indicando que arrastra un carro sin ruedas, por los surcos de las viñas, transportando uva. Se puede concluir que es una fotografía escenificada, estructurada en forma piramidal, donde se muestran jerárquicamente los distintos niveles de trabajo y dirección.

13. Un alto en el momento de la cosecha (Colección Bodega Ruttini. AFH).



16. Envase vínico de madera de forma cónica con dos asas a los costados para su transporte.



14. La Tonelería (Colección Bodega Ruttini.AFH).

Al igual que en la escena anterior, la presencia del fotógrafo ha permitido que cada trabajador sea captado en su labor específica, hasta el pequeño niño de guardapolvo blanco empuña una maza en señal de trabajo. Este uno de los sectores más importantes de la bodega, la tonelería. Es la fábrica de los envases de madera utilizados durante todo el proceso de elaboración del vino. En último plano, sobre la pared, se encuentran las herramientas que usan los maestros y aprendices para el trabajo de talla y rebaje de la madera. Producto de esa labor es la producción de envases de diferentes capacidades, así como depósitos de residuos decorados en su borde superior con guardas geométricas. Al lado del niño de blanco, se encuentra un joven colocando las 'duelas' que formarán parte de la bordelesa. El obrero de camisa blanca que se encuentra en el centro de la imagen sostiene en sus manos una tapa de bordelesa con el nombre, escrito en color blanco, de Pedro Ortiz. Quizás sea el suyo, como identificando a alguien en especial en el conjunto de trabajadores, como si fuese el jefe de la sección. El joven que se encuentra detrás empuña un martillo y un punzón, utilizados para unir los remaches de los sunchos de chapa, que sostienen a cada una de las duelas de la bordelesa. El resto de los trabajadores sostienen distintas herramientas, mazas, soportes y bancos que sirven para la elaboración de los distintos envases vónicos¹⁷.

En esta imagen se observa un grupo de trabajadores en el momento de la selección de la uva y del pesaje de una de las canecas en la báscula para su comercialización. En la composición de la imagen se destaca la presencia de diez mujeres, ocho hombres y un niño pequeño en brazos. Se puede deducir que la toma es en el patio de la casa, que linda con el predio de cultivo, dado que en el último plano hay vides. En el costado izquierdo hay una mujer con un niño alzado, lo que podría indicar que es personal de servicio de la casa, encargada del cuidado del infante. En segundo plano se observa la carretela, sistema de transporte tracción a sangre con grandes ruedas de madera. Componen la toma dos niñas que se encuentran sentadas en el piso, que, por sus rostros, son parte de la inmigración europea. Hacia el costado derecho sobresale una mujer de mayor edad, que en sus manos posee un racimo y una tijera, lo que daría la idea de preparación de los racimos para la venta de uva en fresco. Hay un par de caballeros y jóvenes a los costados de esta mujer, que evidentemente es de origen europeo, por su color de piel, pelo y claridad de sus ojos. Detrás de la báscula, hay un joven viñatero con camisa a cuadros tomando vino de la botella, rasgo típico en las tomas fotográficas, donde el trabajador se identifica mediante un gesto con la labor que realiza. Es una interesante imagen, que permite entender el contexto antropológico de la vitivinicultura mendocina, dado que se mezclan rostros de origen europeo con rostros netamente criollos como la joven que se encuentra de vestido más oscuro, posando al lado de la rueda de la carretela.

15. Clasificación de uva (Colección García Pujada.AFH).





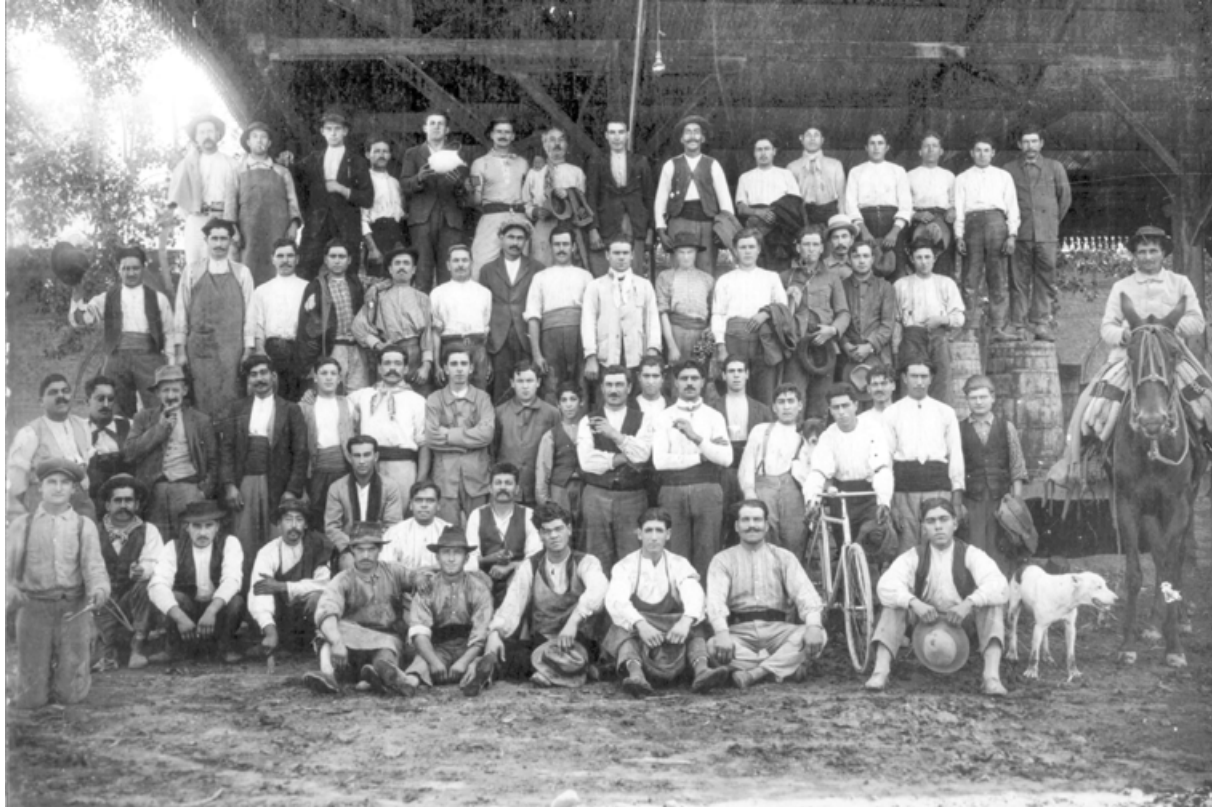


Esta imagen del pasado permite entender el desarrollo del trabajo vitivinícola después de la cosecha, cuando en carros tirados por mulas, se conducen las canecas llenas para la elaboración. Es un trabajo casi artesanal, ya que la fuerza del hombre realiza el 90% de la tarea: la bajada de las canecas llenas por parte de un obrero, el traslado hasta la moledora, la carga a la moledora, el vaciado del escobajo, y el trasegado del mosto a las cubas.

El sector más importante de esta imagen es la molienda. La maquinaria utilizada es fruto del ingenio de los europeos. Se trata de una moledora “Marmonier” de origen francés. Este artefacto era accionado por el empleado que se encuentra a la izquierda, que hacía girar la manivela, en quien se nota un detalle interesante: lleva colgado, en un bolsillo de su chaleco, un reloj de pulsera, que indica que su jornada no era como en la viña de “sol a sol”. Este detalle del reloj se repite en uno de los obreros que se encuentran en el carro, con las canecas llenas de uva, pero en este caso, debido al movimiento efectuado por él durante la toma fotográfica, no se puede observar con precisión el tipo de reloj del que se trata, aparentemente tendría cadena. Retomando la tarea en la moledora, hay otro empleado que carga el pequeño lagar o depósito superior, y dos empleados, en la parte inferior, que completaban la tarea de producción. Esta moledora es un verdadero avance en la producción, ya que suprimía el antiguo “pisado a pata”, y permitía la separación del escobajo del resto de lo molido. Además era portátil y se podía situar sobre las cubas de fermentación a través de un gran pie de madera que poseía y que se apoyaba en los costados de las cubas. Un detalle interesante, casi imperceptible, lo constituye la bomba trasegadora que se encuentra situada detrás de los dos obreros de la parte inferior. Esta bomba era otro de los avances traídos de Europa, que permitía una mejora en la producción. Era accionada manualmente a través de una gran polea. Esta bomba se la utilizaba para trasladar o ‘trasegar’ el mosto de una cuba a otra.

Completan la imagen dos personajes que se encuentran a la derecha, que son el propietario del establecimiento que observa el trabajo de sus obreros y un niño que desempeña labores allí, en este caso trasladando en un balde de metal el mosto elaborado. Hay dos tabloncillos con sus pequeños escalones, que permiten el acceso a la moledora con las canecas llenas de uva, y el otro que conduce a las cubas con el mosto para la fermentación. Otro aspecto a destacar lo constituye el arnés que llevaban los obreros en la cintura para cargar las canecas. Es una especie de soporte metálico atravesado en el cinturón que permitía asentar el fondo de la caneca para su traslado. El peso aproximado de este envase lleno oscilaba entre unos 80 a 90 kilos. Un aspecto importante, que habla de la industria desarrollada por los toneleros y carpinteros, es la gran cantidad de envases de madera que se confeccionaban, y las herramientas que se utilizaban para realizar estas tareas, tales como la pala que está empuñando el obrero del sector inferior, la que tiene un cabo de madera, confeccionado a mano por los expertos trabajadores¹⁸.

18. GRILLI, Daniel (2019).



17. Bodega Don
Pancho (Colección
Francisco
Fernández.AFH).

Es una imagen general que retrata a todos los trabajadores de una bodega presumiblemente después del trabajo de fin de cosecha, dispuestos en forma escalonada. Cada uno de los trabajadores muestra indistintamente herramientas o elementos que los identifican con sus tareas específicas, dentro de la producción vitivinícola. Partiendo de la primera línea inferior, en uno de los extremos, uno de los trabajadores sentados muestra indiferentemente una de sus piernas, con el pantalón levantado. El análisis ha permitido establecer que en esa pierna posee una prótesis de madera. Los dos trabajadores que siguen a su izquierda tienen una especie de leznas, que sirven en el trabajo de tonelería. El último joven hacia la izquierda tiene una sulfatadora de mochila en su espalda y en su mano la manguera correspondiente, lo que está indicando que realizaba las tareas culturales en el viñedo. En la segunda línea de trabajadores, se observan un par de trabajadores uno de ellos con bicicleta, y a su lado, un joven sostiene en sus brazos un perro, que no es de raza, como el que se encuentra en la primera línea. Luego le siguen un par de hombres con los brazos cruzados, con el cigarro en su mano, que es parte de la simbología utilizada para identificar el tema de género. Hacia el costado izquierdo, se destacan los dos últimos varones con un profuso bigote y a su lado un trabajador con lentes oscuros, lo que da la idea de que presumiblemente sea un no vidente, que compartió la escena con el resto de los trabajadores. En la tercera línea se observa un grupo de trabajadores entre los que se destaca el cuarto, de derecha a izquierda, que posee un uniforme distinto al del resto de los trabajadores. Quizás podría tener alguna función no relacionado con la tarea específica de elaboración vitivinícola, sino en el sector administrativo. Finalmente en la última línea, hay una serie de trabajadores de los cuales, uno está compartiendo vino con una jarra y vaso con su compañero.



18: La Comercialización
(Colección García Pujada.AFH)

La toma corresponde a la bodega de la familia Streich, del departamento de Luján de Cuyo, provincia de Mendoza. Como el resto de las imágenes, consiste en una escenificación montada por el fotógrafo. Es el momento final de trabajo de la vitivinicultura, cuando el proceso ha concluido con el envasado y comercialización del vino. Está caracterizada por una fuerte diagonal, donde en primer plano aparecen dos jinetes, que constituyen el centro de la imagen y proyectan su dominio sobre el resto de la escena. Hacia la derecha, un elemento muy importante corresponde al vehículo de carga utilizado en la bodega para transportar las bordelesas, quizás dentro del establecimiento industrial o hacia lugares alejados, donde la tracción animal tuviera dificultades. Observando el camión, se desprenden algunas características significativas: posee llantas de madera y rodado macizo. Es de tracción uno por uno, ya que el único eje tractor es la rueda trasera derecha, en la que se observa el sistema de cadena y engranajes. En cuanto al resto de la imagen, está compuesta por un grupo de carreros con sus carreteras listas para salir. Todos los conductores de estos vehículos de tracción a sangre, se encuentran en la misma postura, con la fusta¹⁹ en la mano, apoyada sobre su pierna, preparados para dar inicio a su tarea del transporte de las bordelesas. En el centro de la imagen, hacia el último plano, se encuentran un grupo de hombres posando delante de las bordelesas, lo que da la impresión de que pertenecen al grupo empresarial, que observan el perfecto desempeño de sus trabajadores.

19. Vara flexible y delgada que por el extremo superior tiene una trencilla de correa, que se usa para estimular a los caballos.



19: El contratista (Colección DSG.AFH).

Las últimas fotografías seleccionadas en el presente trabajo tienen que ver con el modo de vida de los contratistas de viña. Este tipo de tomas permite apreciar las condiciones de un grupo de trabajadores que afrontaban la mayor parte de los riesgos en la producción vitivinícola. En la presente imagen de carácter familiar, el padre, su mascota y sus dos hijos posan frente al operador fotográfico en una cálida

escena, donde la distensión de los rostros y sus sonrisas transmiten un ambiente de tranquilidad, posiblemente facilitado por un conocimiento de los retratados y el fotógrafo. El entorno es el patio de una vivienda de características básicas, cimientos de piedra, con remate de ladrillos y paredes de adobe. Hacia la izquierda de la imagen está el tradicional parral, extendido a través de vástagos, palos y apoyado en el techo, que en verano seguramente ofrecía una sombra fresca al patio de la casa. Además este detalle permite ubicar la toma fotográfica durante un luminoso día del invierno mendocino, ya que el parral no posee ninguna hoja y la vestimenta de los tres personajes incluyen bufandas y sacos abrigados.

20. Isabel Pilón, empujando el arado (Colección DSG.AFH).



En el caso particular de esta imagen, que complementa la vista de la anterior, correspondiente a la misma familia, en la que los niños aparecen retratados junto a su madre, en este caso, escenificando una de las tareas culturales del trabajo vitivinícola, el pasar el arado en la viña. Los dos niños completan la acción, sosteniendo las riendas en el caso del varón y la niña con una rama para azuzar al animal, que se presenta quieto, ya que las cadenas del arado están distendidas. En el caso de la vestimenta, la madre de los niños lleva colocado el tradicional delantal, elemento clave utilizado para las tareas domésticas del hogar y de trabajo. Detrás de los tres personajes, hay una estructura de madera, la que soporta las ramas de las vides, convirtiéndose en una galería que en verano ofrecía una profusa sombra. En el último plano se encuentra la casa habitación descrita en la imagen anterior. En ambos casos las fotografías han sido tomadas muy próximas al mediodía, dado que las sombras proyectadas son muy cortas.

“A jugar entre los surcos”

Las fotos de niños y niñas en la vitivinicultura mendocina

Desde la antigüedad el trabajo infantil ha sido considerado como una práctica de socialización. A través de él, el niño-joven se incorporaba a la sociedad productiva y formaba parte activa de sus actividades. El ambiente propicio para el desarrollo de esta práctica era la familia, que inculcaba a su prole la continuidad de las labores de sus progenitores, medio que le permitirá con el correr del tiempo, alcanzar la plenitud social y política dentro de su comunidad. En las sociedades estratificadas esta situación fue variando y de acuerdo a la categoría en la que se encontraba las actividades laborales y educativas se iban alternando. En la antigüedad clásica esta división se hizo más marcada y los niños y jóvenes de las clases privilegiadas recibían una instrucción determinada, dejando a las clases sometidas el laboreo en los diversos ámbitos que necesitaban estas sociedades complejas. Esta situación se trasladó a los nacientes estados expansionistas europeos y la clásica división social produjo un ahondamiento en las diferencias que existieron entre niños y niñas de distintas clases sociales. Durante el proceso de desarrollo de la revolución industrial en Inglaterra se hace por demás evidente el trabajo de los infantes en las minas de carbón y en las hilanderías, como verdaderos centros de reclutamiento de obreros, que reciben una exigua remuneración, con durísimas condiciones laborales.

A fines del siglo XIX, Argentina atravesaba una situación poblacional particular, en la cual la mano de obra extranjera resultaba necesaria para cubrir la extensa pampa después de la exitosa Campaña al Desierto.

En ese contexto laboral las familias de inmigrantes funcionaron como una unidad económica y todos sus miembros desarrollaron tareas. En el caso particular de los niños, ellos desarrollaron una importante labor, cumpliendo infinidad de tareas en los ámbitos urbanos y rurales, acompañando a sus progenitores. Mendoza no fue ajena a este proceso económico impuesto y cientos de familias tomaron a la vitivinicultura como fuente laboral, donde cada uno de sus miembros desempeñaron tareas entre las vides y surcos.

La vitivinicultura en la provincia tuvo un desarrollo exponencial, dado que entre 1881 y 1902 la superficie cultivada era de 20.000 hectáreas; en 1911 superaron las 50.000 y en 1914 fueron 70.000. Esta intensificación del cultivo de la vid, su mantenimiento y particularmente, la cosecha, aumentaron extraordinariamente la demanda de mano de obra. El período más importante en la contratación de mano de obra era en la vendimia. En dicho período, se intensifican las tareas en el campo y en las bodegas, ya que el tiempo de



21. Vendimia familiar (Álbum Argentino Gloriandus, AFH).

la recolección de la vid y su industrialización es breve, pero con largas y extenuantes jornadas de trabajo. Gran cantidad de trabajadores temporarios aprovechaban la vendimia, junto con sus familias, buscando mejorar el ingreso o complementarlo con los del núcleo familiar. En arcones olvidados, cientos de imágenes recrean esta situación planteada, donde la familia recurre a todos sus miembros para desarrollar todas las labores culturales de la vitivinicultura.

Esta imagen es tomada como referencia general del trabajo infantil en la vitivinicultura. En ella aparece perfectamente identificada la familia como unidad económica en el trabajo vitivinícola. El grupo posa para el fotógrafo, que se acerca a la tarea agrícola con matiz documental. La imagen registra una actividad intensa de todos los integrantes que posan para la toma. La incidencia de la luz permite percibir una mañana fresca con un sol intenso y un cielo despejado. Todos los integrantes miran al operador a fin de perpetrar su imagen como testigos de una ardua labor que cumplen todos los miembros del grupo. En mayor o menor medida todos se encuentran asociados por algún elemento laboral, a la cosecha que se está desarrollando. En cuanto a esto es significativo observar como niños y mayores, cargan por igual los pesados canastos repletos de uva criolla. En detalle se puede observar como los niños del grupo central, tres varones y una niña, cargan los mismos canastos que los adultos, pero se observa el esfuerzo demandado para cargarlo. El cuarto niño del sector derecho porta un canasto más pequeño, del tipo de bandeja circular, sobre su cabeza. Finalmente hacia el costado izquierdo el semicírculo se cierra con el jovencito del canasto apoyado en el hombro contrario al resto, dándole un contenido de proyección a la imagen. La cantidad de uva transportada en los canastos oscila entre unos 18 a 20 kg aproximadamente. A los niños que transportan estos canastos se los observa levemente inclinados, a fin de equilibrar su marcha con el peso sobre sus hombros. Como se expuso anteriormente, el trabajo de los niños en vitivinicultura es el mismo que realizaban los adultos, pero con menor capacidad de carga, y en algunos casos los canastos tienen la misma medida que lo que transportan los adultos. Lo significativo de la toma es quizás que la pose del grupo sea eventual, pero la naturalidad de los personajes indica que esta era una situación normal, de muchos niños de la Mendoza del Centenario. Habiendo presentado el trabajo infantil en una imagen general, a continuación se analizan detalles del trabajo de los infantes en otras imágenes.



22. Cosecha (Centro Vitivinícola Nacional. Mendoza. 1910.AFH).

En este caso el fotógrafo se ha detenido frente a un grupo de cosechadores que presentan características similares a las anteriores descritas. Lo que sí significa un avance es la presencia de las bordelesas, en los costados del callejón, lo cual representa un progreso en el desarrollo del envase vínico. En cuanto a la presencia de niños, se pueden observar dos en el costado izquierdo y una niña a su lado. En el último plano, un jovencito con el canasto vacío en su mano. Las vestimentas de los niños muestran las manchas del mosto, que escurre por los bordes de los canastos de mimbre, cuando la uva es cargada en los mismos.



23. Cosecha (Centro Vitivinícola Nacional. Mendoza. 1910.AFH).

Esta imagen es una continuidad de la anterior, en la que se observan el callejón y un sector del viñedo, pero en este caso con la presencia del grupo de propietarios, representado por los tres caballeros de saco negro y blanco, en el costado izquierdo. Los cosechadores se encuentran en el costado derecho, delante de las bordelesas. En el extremo final de la imagen, aparecen algunos infantes cuya labor no se puede determinar y en el costado izquierdo, dos niños de corta edad incluidos en el trabajo de cosecha, uno de ellos apoyado en la bordelesa cargada con uva y el otro jovencito unos pasos más atrás, sostiene en su brazo un canasto de menor tamaño con asa.



24. Cosecha (Centro Vitivinícola Nacional. Mendoza. 1910.AFH).

La fotografía ha sido captada desde un costado hacia el fondo, en el cual se ve una fila de cosechadores adultos y niños en plena actividad de cosecha. En primer plano hay un pequeño posando delante de dos hombres. Luego hay un grupo de jóvenes con sus canastos repletos de uva, sobre sus hombros y con la mano apoyada en la cintura, como postura de carga. Unos pasos más atrás, hay algunos niños subidos al carro, donde se está cargando la uva para transportarla a la bodega. Un dato interesante de esta toma, resulta en el costado izquierdo, en el primer plano, donde un jovencito de muy pocos años, carga sobre su cabeza una canasta repleta de uva, vestido con pantalón corto y sin calzado.

Como conclusión se puede afirmar que las labores desarrolladas por los niños en la vitivinicultura mendocina de principios del siglo XX no distan demasiado de las realizadas por los adultos, y quizás la única diferencia sea el esfuerzo requerido para desempeñar alguna labor. Dicho de otra manera, no existía una diferenciación laboral de los niños en la vitivinicultura respecto de los adultos. Sus actividades están graduadas de acuerdo a la capacidad de esfuerzo que podían desarrollar. Valga una cita de una entrevista para corroborar lo descripto con las imágenes: “a la salida de la escuela, mi mamá nos esperaba en la viña con un sandwich para que le ayudáramos en las tareas de la viña”²⁰.

20. Juana Cotichelli. Entrevista realizada por Daniel Grilli el 2 de marzo de 2018.

“Con el niño auestas” La imagen de la mujer en la vitivinicultura mendocina

Hasta hace algunas décadas, las mujeres estaban ausentes en los libros de historia. Como afirma Joan Scott: “no es la falta de información sobre la mujer, sino la idea de que tal información no tenía nada que ver con los intereses de la ‘historia’, lo que condujo a la ‘invisibilidad’ de las mujeres en los relatos del pasado”. Con el paso del tiempo, la historia de las mujeres ha permitido visibilizar su presencia en los hechos pretéritos, sin perder de vista su relación con los varones. En otros términos, no se busca estudiarlas en forma aislada “como si estuvieran en el vacío”, señala Francoise Thébaud, sino que se busca introducir en la historia global la dimensión de la relación entre los sexos. Desde esta postura se aborda el estudio de las imágenes de las mujeres en la vitivinicultura mendocina²¹.

Para poder contextualizar este tema se debe tener presente un par de parámetros epistemológicos, temporales y socio-económicos que enmarcan la situación de la población mendocina entre fines del siglo XIX y principios del XX. En primer lugar, hay que entender cuál era la concepción de la época respecto de la función y del desempeño laboral de la mujer. Luego conocer cómo era la situación socio-económica de la población mendocina; además comprender qué consecuencias sociales y económicas acarreó el boom vitivinícola de la provincia en las primeras décadas del siglo XX. Una vez capitalizados todos estos saberes o concepciones, el estudio aborda la representación icónica de la mujer en la vitivinicultura.

La concepción de la función de la mujer

“Mientras que al hombre correspondía la acción, el progreso, la creación, la especulación y la guerra; la facultad de la mujer era reinar en el hogar, convertido en centro de paz y refugio, verdadero santuario que dirigía con bondad y sabiduría”²². No obstante esta diferenciación en ámbitos y esferas para varones y mujeres, las fronteras eran difusas “ya que las mujeres circulaban y se movían también en el espacio público”²³.

La sociedad mendocina se enmarcó en esta concepción social, y muchas mujeres de familias tradicionales aportaron a sus matrimonios bienes y contactos entre los círculos más selectos. Algunas optaron por casamientos con mendocinos, pero otras lo hicieron con inmigrantes, produciéndose una alianza entre la élite mendocina y los inmigrantes que buscaban incorporarse a la sociedad, a partir de las fortunas que estos últimos generaron en la actividad vitivinícola. La mayoría se apegó al modelo femenino vigente por entonces que colocaba a las mujeres en el ámbito familiar y doméstico y fueron muy pocas las que rompieron con los estereotipos y se desempeñaron en la esfera pública de los negocios y la administración personal del patrimonio²⁴. En el caso de los sectores populares, la situación era similar, y el desempeño de la madre estuvo asociado a la crianza de los hijos, las labores domésticas y el desarrollo de tareas con relacionadas

21. VÁSQUEZ, Gabriela (2014).

22. CAVIGLIA, M. J., Biancalana, M. M., & Marinsalta, C. (1999).

23. PERROT, M. (1995). en G. Gómez-Ferrer Morant (Coord.).

24. VÁSQUEZ, Gabriela (2014).

con la economía hogareña.

Situación socio-económica de la población mendocina

Desde fines del siglo XIX, la población mendocina presentó un aumento considerable, dado el aporte inmigratorio que llegó con la instalación del ferrocarril. Cientos de europeos se asentaron en la provincia en busca de un nuevo porvenir, que el viejo continente no podía ofrecer. De esa manera, españoles, italianos, franceses, alemanes y otras nacionalidades desarrollaron actividades comerciales e industriales que transformaron la economía y el trabajo en la provincia. La vitivinicultura, en manos de extranjeros y criollos, experimentó en estas décadas, un desarrollo extraordinario con el aumento de la superficie cultivada y la instalación de cientos de bodegas, lo que llevó a una explosión de la producción vítica. En ese contexto, la oferta laboral creció a niveles exponenciales y cientos de familias encontraron en el cultivo y la producción de la vid un trabajo estable en las bodegas y fincas, que aumentaba considerablemente en las épocas de cosecha y vendimia. En lo que se refiere al desempeño laboral de las familias en vitivinicultura, estas funcionaron como verdaderas unidades económicas, donde todos sus integrantes trabajaban en alguna labor de la producción. No había diferenciación de labores desarrolladas entre padres, madres e hijos en la viña o en el parral. Todos hacían de todo, salvo las labores que exigían mayor esfuerzo que fueron realizadas por los hombres.

Imágenes de la mujer en vitivinicultura

La existencia del registro fotográfico de la mujer en la vitivinicultura mendocina está reflejada en los álbumes que se editaron en conmemoración del Centenario de la Revolución de Mayo. Estos mostraron al mundo, la pujanza de la República Argentina y sus distintas regiones, en la primera década del siglo XX. En esos enormes textos, se ilustraron el desarrollo de las economías regionales y en el caso específico de Mendoza, por ejemplo, el Álbum Argentino Gloriandus y el de La Vitivinicultura en Argentina en 1910 mostraron con profusión de imágenes las grandes bodegas, sus propietarios, sus fincas y las actividades de vendimia. En esa secuencia, la imagen de la mujer no se desprende de su papel de madre y protectora del hogar, ya que en los diferentes ámbitos donde es retratada, está junto a sus hijos desarrollando sus tareas específicas, ya sea en el ámbito empresarial o directamente en la viña. En las imágenes tomadas durante la vendimia, las madres posan junto a sus hijos desarrollando tareas junto al resto de los trabajadores.

Las labores desarrolladas en el trabajo de la vid eran para las mujeres una continuación de las tareas hogareñas. Se encuentran trabajando rodeadas por los miembros de su familia y en franjas etarias que alcanzan todas las edades, sean niñas, jóvenes, adultas y ancianas. Todos en el grupo familiar, de acuerdo con su capacidad, aportaban su esfuerzo en las tareas de plantación, poda, cuidado y finalmente cosecha de la vid, a lo largo del año.



25. Colono italiano y su familia (<https://www.loc.gov/item/2019630120/>²⁵).

Planteadas las ideas básicas para entender la imagen de la mujer en la vitivinicultura mendocina, se analizan ejemplos que demuestran sus labores. En el primer caso se observa una imagen estereoscópica que muestra a una familia donde el padre está sentado a la vera de la acequia y junto a él, su esposa de espaldas con un niño en brazos. A la derecha de la imagen una niña con la mirada hacia el piso y a su espalda otro niño. La escena está tomada en un predio de cultivo de vid, el cual es conducido como espaldero o viña baja. Hacia el costado derecho se encuentra una lona sujeta por sogas, a fin de servir de paraviento o sombrilla para que el pequeño de la familia pueda descansar. Posiblemente la imagen se haya tomado en época invernal dado que las cepas no tienen hojas ni racimos, durante el periodo denominado de la poda, ya que se aprecian ramas cortadas a lo largo de las hileras, que presumiblemente sean los sarmientos cortados. La fotografía ha sido tomada al mediodía, ya que las sombras que se proyectan son muy pequeñas, lo que indica la posición del sol en ese momento del día.

En lo que se refiere a la imagen femenina se aprecia a la madre sentada en el piso, con sus piernas dobladas y el niño en su regazo, el cual se encuentra abrigado y con la cabeza cubierta quizás para protección o debido a la temperatura reinante. La imagen en conjunto con el padre con su camisa remangada sobre sus brazos y mirando al piso, puede interpretarse, como el sacrificio y dureza del trabajo vitivinícola, con la cual se afirma la idea de que la familia era una unidad económica. Todos desarrollaban tareas, sin diferenciación de género y solamente las labores se hacían de acuerdo a la capacidad de esfuerzo de cada uno de los miembros de la familia.



26. Mujeres italianas cosechando (Informe de Juan Biale Massé, 1904).

El segundo caso seleccionado corresponde a una imagen del Informe de sobre las clases obreras en el interior de la República Argentina de Juan Biale Massé de 1904²⁶. En ella, “Mujeres italianas cosechando”, se observa una escena de cosecha con canecas y canastos donde tres mujeres posan ante el objetivo del fotógrafo Rosich, al finalizar el proceso de recolección de la uva y su traslado al sector de molienda en canastos y canecas. En lo que se refiere a la toma, está perfectamente compuesta: las damas posan ante el objetivo, dos mirando al costado y una directamente al operador de la cámara. Los elementos de recolección están geométricamente colocados, la caneca en el centro y los canastos de mimbre, en su secuencia de trabajo, en el piso, durante el corte del racimo; sobre el hombro durante su transporte hasta la punta de la hilera, donde estaba la caneca, y por último sobre ella, en su descarga para ser transportada en el carro al sector de molienda. El atuendo de las mujeres es el típico de la época, delantal para protegerse de las manchas del mosto, que produce el traslado en los canastos de mimbre, y una de ellas con un pañuelo en la cabeza, que cumplía el mismo fin. En el segundo plano de la imagen se observan parras de importante antigüedad, (según se deduce por el tamaño del tronco) con abundancia de hojas y en un sistema de conducción de tipo espaldero de tres hilos. Un dato significativo lo constituye el gran tamaño de los granos de uva del racimo que sostiene la mujer de la derecha, identificando claramente que no es uva criolla. Otro dato interesante lo constituye que tiene en sus manos tiene una tijera. Esta era utilizada para cortar el racimo de la planta. Este dato sirve para ejemplificar una de las tareas culturales de la vid desarrollado por las mujeres, que es el corte del racimo con instrumento cortante. En tanto que los hombres, directamente arrancaban el racimo de la cepa, que la mayoría de las veces venía con las hojas

26. BIALET MASSÉ, Juan (1985), p. 580.



27. Cosecha con vagonetas (Colección García Pujadas.AFH).

de parra, lo que en definitiva producía un efecto dañino para la planta, pero rellenaba el tacho, haciéndolo más liviano en su carga, con beneficio para el cosechador, pero en perjuicio del productor, ya que era menor la capacidad de uva transportada en tacho. Esta consideración se reafirma al observar que la uva en la caneca de la foto no posee hojas. Otro dato que indica las condiciones laborales de estas mujeres en el trabajo vitivinícola, está dado en la mujer de la izquierda, que se encuentra sin calzado en un terreno de tipo arenoso.

El tercer caso seleccionado corresponde también a una escena de vendimia, pero con aportes tecnológicos, como es la utilización de sistema de vagonetas y vías Decauville en los callejones de una finca del departamento de Rivadavia, Mendoza. La imagen rescata un alto en la tarea de cosecha, dada la presencia del fotógrafo. Todos inmóviles observan el obturador de la cámara. Es un enorme grupo de trabajadores hombres y mujeres desarrollando tareas de cosecha. De derecha a izquierda se observan jóvenes y niñas con tachos repletos de uvas, sobre los rodrigones de la hilera²⁷. Hay también otro grupo de mujeres volcando su tacho dentro de la vagoneta y hacia el costado izquierdo, mujeres de mayor edad cargando en sus hombros los tachos. En general las damas se encuentran vestidas con largas prendas y pañuelos en la cabeza, que cumplían la finalidad de proteger del mosto de la vid.

Esta imagen permite afirmar la idea que el trabajo en vitivinicultura no tenía diferencias de sexo, todos realizaban las mismas tareas, de acuerdo a las posibilidades físicas de cada uno. Además esta imagen aporta un dato significativo en el proceso de industrialización de la vitivinicultura: la utilización de los tachos de uva, en reemplazo de los canastos de mimbre. En este caso se suprimía el manchado de la vestimenta del trabajador, con el mosto de la uva que se aplastaba en el fondo del envase y escurría por el entramado del canasto. El tacho al ser de metal no permitía este hecho, pero en su contra poseía ángulos agudos en sus extremos, que lastimaban los hombros de los trabajadores por lo que muchos de ellos a lo largo de años de trabajo mantenían una postura con el “hombro caído”.

Consideraciones finales

La fotografía a partir de su invención, a mediados del siglo XIX, ha tenido varios usos, entre ellos el ilustrativo, que permitió visualizar hechos de la historia, de realidades lejanas, a los espectadores, que en un instante pudieron admirarlas a través del trabajo del fotógrafo. De esa manera cientos de personas, situadas a miles de kilómetros, pudieron observar en un formato novedoso y práctico los monumentos de las civilizaciones,

27. Tronco grueso colocado en los extremos de las hileras de los espalderos o “viñas” para dar tensión y firmeza a los alambres que servían de conducción a los sarmientos, hojas y racimos de la vid.

las costumbres de otros lugares, las diferencias culturales. Todo, en cierta medida, se democratizó, se hizo más cercano. Otra de las funciones de la fotografía fue la documental, ya que a través de la lente de la cámara se registraron escenas de la vida cotidiana, los diferentes trabajos, y las acciones de las personas, lo que permitió su estudio y su conocimiento al resto de la población.

En el caso de la vitivinicultura de Mendoza, sucede un caso similar. La fotografía aportó un valor documental a la historia de este proceso económico de la provincia. En ella se pueden apreciar los distintos detalles de los antiguos predios de cultivo, que cientos de criollos e inmigrantes trabajaron para convertir a Mendoza, a principios del siglo XX, en una potencia de producción vitivinícola.

En cientos de imágenes de fotógrafos profesionales y amateurs quedaron registradas las distintas acciones culturales que la vid necesita, su plantación, el cuidado, su poda, la vendimia y luego todos los procesos industriales que llevan al desarrollo de la vitivinicultura y la producción del vino. La cámara fotográfica registró cada uno de los momentos claves de este proceso económico. De acuerdo a los cánones de la época y la tecnología existente, los fotógrafos buscaron inmortalizar los momentos más significativos de la producción vitivinícola, donde los productores o los propietarios de los predios de cultivo, o bodegueros, pedían a estos profesionales de la imagen o directamente ellos mismos con sus propios equipos, registrar esos instantes claves de la producción vitivinícola, donde se pudiera mostrar lo más significativo de la producción, de la elaboración, de las tecnologías adquiridas, de las técnicas empleadas y por supuesto de la fuerza de trabajo con la que contaban estos emprendimientos industriales.

Este trabajo ha permitido encontrar en la fotografía la representación de todos sus actores, para entender cómo esas imágenes icónicas representan a esos trabajadores anónimos, que desarrollaron tareas en pos de la vitivinicultura moderna de la provincia de Mendoza. Se ha recorrido el proceso desde fines del siglo XIX, cuando la inmigración produce un cambio tecnológico y social en Mendoza, con un desarrollo de la vitivinicultura, que pasa de una fase artesanal a la producción industrial.

Esa masa de inmigrantes modificó urbanística, social y culturalmente la población mendocina. Esos 'gringos' traían incorporado a su dieta mediterránea el consumo de vino y esto contribuyó al aumento de la producción y comercialización de la producción vitivinícola. Al aumentar su producción, cientos de bodegas florecieron en los oasis productivos de Mendoza, y este proceso industrial necesitó de cientos de

brazos, para poder trabajar en bodegas, viñas y parrales y así convertir a Mendoza, en pocos años, en un polo productor de la vitivinicultura en toda la Argentina.

A toda esta masa de trabajadores, inmigrantes y criollos, que encontraron trabajo en el cultivo de la vid, la cámara los fue rescatando, los fue retratando, por distintos motivos económicos, culturales, sociales, turísticos, de investigación o por curiosidad. Y así, cientos de operarios fotográficos recorrieron la geografía mendocina, en búsqueda de momentos, de acciones que pudieran representar los momentos típicos de una economía creciente, de un país desconocido, que se mostraba al mundo. Es también allí donde cientos de fotógrafos aficionados, a partir de 1890, cuando Kodak inventa su cámara portátil, registraron con otros ojos, no los de los profesionales de estudio, momentos importantes en la historia cultural de la viticultura.

En base a todo ese bagaje cultural, se ha analizado la imagen de los trabajadores en la vid, para destacar las distintas labores que se desarrollaron y los diferentes actores que intervinieron en esa práctica productiva. Trabajadores de distintos lugares se afincaron en la provincia de Mendoza y desarrollaron innumerables tareas como contratistas, administrando el agua, podando, curando las cepas, cosechando, recogiendo los sarmientos después de la poda, encontrando en la vitivinicultura mendocina lo que la Europa convulsionada no les podía dar.

Y así, de manera constante, se afincaron y enfrentaron en familia el duro trabajo de la producción vítica. Cientos de españoles, italianos, franceses, alemanes, entre otros, enfrentaron el desarrollo de la viticultura y sus distintas acciones posteriores, junto a sus familias, las que cumplían la función de una unidad económica, donde todos trabajaron en igualdad de condiciones, salvando las diferencias por las actividades físicas que podían desarrollar o por la fuerza que podían manejar. Todos los integrantes de la familia trabajaban en la vid; tanto hombres, mujeres y niños desarrollaron tareas en común.

A través de un profundo análisis y crítica documental, se observan como varones, mujeres, niños y niñas, contribuyeron con su esfuerzo y trabajo al desarrollo de la viticultura en la provincia de Mendoza. Sirvan estas imágenes como recuerdo de miles de trabajadores, que dejaron su sudor en los surcos, en las viñas, en los racimos y en el vino. Su esfuerzo no fue en vano, y su empuje hizo que Mendoza llegara hoy a ser una de las capitales mundiales del vino.

CAPÍTULO

02

La conformación del paisaje productivo industrial

de la primera modernización de Mendoza
a través de imágenes y relatos

Lorena
Manzini Marchesi

Introducción

El presente capítulo aborda la influencia de las imágenes y los textos en la conformación de las características significativas del paisaje productivo de Mendoza, Argentina entre 1893 y 1910. Es necesario considerar que las acciones que afectan la conformación del paisaje se encuentran estrechamente relacionadas a las percepciones de los individuos. El acto de percibir no se encuentra liberado de condicionamientos; aunque cada persona posea una experiencia fenomenológica personal, la percepción se encuentra influenciada tanto por factores individuales como por una visión de mundo colectiva que es llamada cosmovisión.

Vargas Melgarejo plantea que, en la percepción, el modo de filtrar y clasificar lo percibido es moldeado por circunstancias sociales – la cultura de pertenencia, el grupo en el que se está inserto en la sociedad, la clase social a la que se pertenece–, las que son aprendidas y reproducidas por los sujetos sociales y en su conjunto influyen en cómo es concebida la realidad¹. Ella varía, según Nogué, de acuerdo a los diferentes periodos históricos². Esta concepción de la realidad o “cosmovisión” de los grupos sociales es definida por Balcomb³ como las formas de ver el mundo y de estar en el mundo. En sintonía, López Austin la define como la percepción y construcción mental de un mundo específico en el marco general de las diversas tradiciones. Así mismo, el constructo mental de las estructuras significantes que la componen ofrece el marco de referencia sobre el que se organizan las subsecuentes percepciones⁴. De este modo, es estructurada y expresada según Aguado y Portal con conceptos colectivos como la belleza, lo bueno, lo normal, los roles, lo deseable, lo indeseable, lo agradable o desagradable, como también lo que se debe hacer y lo que no, entre otros, según la norma cultural vigente⁵.

El reflejo de estos conceptos colectivos y las tensiones entre ellos planteados por Zubelzu Mínguez y Allende Álvarez se manifiestan en el paisaje tanto en la materialidad de cada fisionomía producida por la acción humana, como en sus imágenes y representaciones sociales, modelos paisajísticos y de preferencias⁶. A esto Muñoz-Pedrero añade que es transmitido de generación en generación por diversas vías como la transmisión oral, pinturas, dibujos, fotografías, y medios de comunicación, entre otras⁷. En el marco de estos medios de transmisión, los recursos visuales son, según Guitart y otros autores, las estrategias en dibujos, fotografías, videos empleados como un recurso metodológico para generar significados⁸, que, de acuerdo a Martínez, Villatoro Tello y Morales Zaragoza pueden influir en los observadores de una manera tanto consciente como no⁹.

El estudio de la dimensión histórica de las imágenes y textos de época permite la detección de los tópicos conceptuales que nutrieron la cosmovisión de la sociedad y su influencia en el paisaje. Por ello, se realizó

1. VARGAS MELGAREJO, Luz María (1994), p. 49.

2. NOGUÉ, Joan (1992), p. 47.

3. BALCOMB, Anthony (2022).

4. LÓPEZ AUSTIN, Alfredo (2003).

5. AGUADO, José Carlos; PORTAL, María Ana (1991), p. 51.

6. ZUBELZU MÍNGUEZ, Sergio y ALLENDE ÁLVAREZ, Fernando (2015), p. 32.

7. MUÑOZ-PEDRERO, Andrés (2017).

8. GUITART, Moisés y Otros (2017), p. 1.

9. ELIZONDO MARTÍNEZ, Jesús O.; VILLATORO TELLO, Esaú y MORALES ZARAGOZA, Nora (2015).

un estudio diacrónico del paisaje a partir de fuentes documentales múltiples producidas en diversos períodos de tiempo, ya sean gráficas como textuales. Las fuentes documentales consultadas¹⁰ fueron mapas del siglo XIX y XX, incorporándose desde mediados del siglo XIX litografías junto a narraciones de viajeros, y láminas ilustradas de publicaciones. De fines de siglo XIX y las primeras décadas del XX se suman fotografías, postales, notas en diarios y revistas, junto a documentos gubernamentales como los álbumes editados con motivo del festejo del centenario en 1910 los cuales permiten visualizar las características de cada etapa y detectar la evolución de los cambios que han acontecido en el paisaje productivo de Mendoza, Argentina.

Del análisis de estas fuentes se observan las transformaciones de las características de un paisaje agrícola mixto proto-industrial hispano-criollo, conformado por las actividades de la cría y engorde de ganado, plantaciones de alfalfares, trigales, molinos hidráulicos harineros, vides y cultivos varios, al paisaje industrial inminentemente vitivinícola de la primera modernización cultural, tecnológica y económica de la provincia de Mendoza, Argentina, como exponen Cirvini y Manzini, entre otros¹¹. La reestructuración moderna del territorio fue de tal magnitud que sentó las bases de la apropiación futura del territorio y su resultante se puede observar en la actualidad en paisaje productivo provincial y elementos constitutivos que son de valor identitario y patrimonial.

El conjunto de lo observado y cuestionado estableció como objetivo del presente trabajo la importancia de detectar y analizar la influencia de las imágenes y textos en la visión de mundo – cosmovisión – de la sociedad mendocina, que condicionaron la percepción del paisaje cultural y por consiguiente las acciones que intervinieron en el mismo en las últimas décadas del siglo XIX y primeras del XX. De este análisis se observa cómo la clase dirigente de la generación del '80 (1880 - 1916)¹² y su grupo humano partidario de ámbitos comerciales, industriales, educativos y culturales en conjunción con la prensa tanto nacional como provincial, emplearon las imágenes y textos descriptivos como estrategias para influir, instruir y cohesionar a los individuos de la sociedad en una forma de ver la realidad, una visión de mundo o “cosmovisión”, desde un enfoque moderno y liberal. Ello era requerido en el marco de un proyecto de progreso modernizador económico internacional liderado por Inglaterra desde mediados del siglo XIX. En su conjunto influyó en la percepción y construcción mental de la realidad de los diversos agentes de la sociedad y de esta manera no solo se condicionó las acciones implementadas en el territorio influyendo en el paisaje, sino también en un deber ser y parecer de la sociedad en su conjunto.

10. Las fuentes documentales fueron consultadas en el Archivo General de Mendoza, la Biblioteca San Martín, Junta de Estudios Históricos y su archivo fotográfico Fototeca Adolfo Alexander, a lo que se suma litografías expuestas en el Museo del Pasado Cuyano, y el archivo fotográfico, postales y mapoteca del Grupo de Investigación Historia y Conservación Patrimonial del INCIHUSA – CONICET.

11. CIRVINI, Silvia y MANZINI MARCHESI, Lorena (2012) y MANZINI MARCHESI, Lorena (2018).

12. Para ampliar sobre las características del liberalismo y el conservadurismo de la Generación del 80 ver: MARTÍNEZ PERONI, José Luis (2002).

El paisaje productivo proto-industrial hispano-criollo y la gestación de los tópicos conceptuales modernos

El paisaje productivo proto-industrial hispano-criollo se fue conformando en torno a los oasis productivos de la región y del semidesierto, desde la colonia hasta aproximadamente las últimas tres décadas del siglo XIX, donde comienza paulatinamente un proceso de reconfiguración hacia la modernización. Sus características y elementos constitutivos, desde un enfoque general, se fueron manifestando al compás de los vaivenes de las decisiones políticas, la economía y la actividad comercial en estrecha relación con los recursos naturales y culturales disponibles. Las características de la ciudad agrícola de la primera mitad de siglo XIX quedaron plasmadas en las narraciones efectuadas por los viajeros ingleses en sus travesías de reconocimiento por tierras sudamericanas¹³. La fuerza de las características naturales del paisaje que se ponderan entre estas narraciones es acaparada, según Haigh, en 1818 por la cadena montañosa andina, su cielo como marco de fondo que contrasta, ampara y condiciona el oasis mendocino y sus construcciones de barro. Además, el río Mendoza, tal como cita Head en 1825 acompaña el lado oeste de la ciudad, y hacia el este se desprende una acequia con el agua necesaria para hacer funcionar molinos y regar las zonas de cultivos¹⁴. Esta acequia brindaba agua a la ciudad y a la Alameda. Los caminos estaban limitados por tapias cubiertas de uvas del que colgaban racimos. Los frutales estaban distribuidos entre los sembradíos de cereales y otros productos agrícolas. Los caminos de ingreso a la ciudad que surcan paisaje productivo, según Scarlett Campbell en 1835, integraban casas de estancias. Ya a mediados del siglo XIX los límites de las tierras productivas se habían extendido y es descripto por Burmeister en sus viajes por los estados del Plata en 1857 como:

“Largas y polvorientas calles, bordeadas por apretadas hileras de álamos, corren en todas direcciones, alcanzando en ciertos rumbos, por lo menos hacia el sur, algunas leguas fuera de Mendoza. Cercadas por muros de tapias construidas con tierra apisonada, van pasando frente a pequeños establecimientos, chacras o quintas, que en parte son lugares de veraneo pertenecientes a ciudadanos acaudalados de la ciudad, y en parte son habitadas por agricultores que viven de los productos del suelo. Se cultivan principalmente plantas forrajeras y frutales; también verduras, sobre todo papas, repollos, arvejas y maíz cuyas mazorcas sin madurar llamadas choclos, se usan mucho como verdura. El forraje o pasto más importante en todo el país es el trébol de Lucerna o alfalfa, aquí llamado pasto de alfalfa. (...) De mayor importancia para los alrededores de Mendoza son los frutales, porque varios de éstos son objeto de intenso comercio y forman parte de los ramos de productos de la provincia; sobre todo las pasas de uva que se cosechan en cantidades. La vid entre

13. Sobre narraciones de los viajeros ver: GIAMPORONE, Teresa (2006 y 2007), Tomo 1 y 2.

14. Para ampliar estas temáticas se recomienda ver: PONTE, Jorge Ricardo (2008).

los árboles de cultivo de Mendoza, ocupa sin disputa el primer lugar y produce la mejor fruta del país. Se cultiva en viñedos especialmente preparados, los que, a semejanza de los alfalfares, están provistos de acequias, cuyas descargas se disponen de tal manera que el agua de riego puede ser dirigida desde las hileras de cepas plantadas a mayor altura hacia las filas más bajas, lo que se hace varias veces en primavera, cuando el árbol comienza a brotar, pero no es tan necesario en el resto del año”¹⁵.

En 1861 la ciudad de Mendoza sufre un devastador terremoto que provocó largos debates sobre la relocalización y reconstrucción de la misma. El primer censo de Argentina, elevado ocho años después del siniestro, en 1869, presenta el paisaje en torno a la zona productiva de los departamentos con características similares extendiéndose en el territorio, a saber:

“Tercer departamento – Lo forman los arrabales al E. de la capital, comprendiéndose en él, al Rosario de la Cruz, Rodeo del medio que forman una sola calle de cuatro leguas de longitud, el Pedregal, las Acequias de Gómez y las Tortugas, aldea al S. E.” “San Vicente – Se sigue á los arrabales de San Nicolás (...) es un pueblo rodeado de fincas rurales que se componen por lo regular de viñas y potreros de alfalfa. (...) La parte S. de la provincia es naturalmente estéril, pero la abundancia de agua de los Ríos de Mendoza y Tunuyán proporcionan la posibilidad de surtir sus canales de regadío y fecundizar por este medio extensos campos, en que se desarrolla una agricultura feliz y adelantada...El Luján... Esta sección es muy concurrida en verano por su benéfico clima y por la comodidad del Río. Los alfalfares principales de Mendoza se hallan en este departamento”.¹⁶

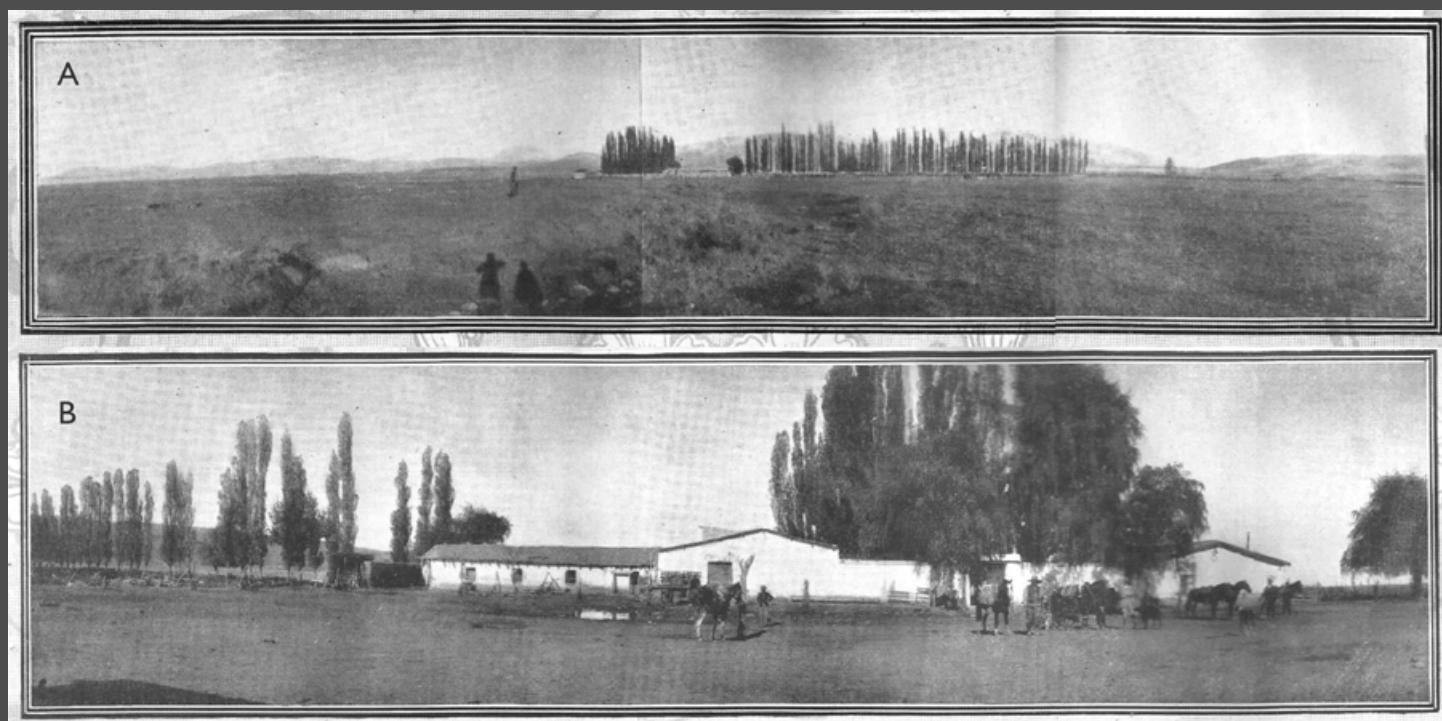
De estos testimonios se observa que la economía regional del siglo XIX, se afirmaba en torno a la alfalfa, los cereales, el viñedo, y los frutales propios de la agricultura colonial que constituyeron los paisajes agrícolas de oasis. Según Richard-Jorba existía una complementariedad entre el semidesierto y los oasis de la región, se criaba el ganado en los extensos campos naturales con unas estructuras mínimas llamadas “estancias” y su engorde se hacía en la estación estival, en unidades especializadas llamadas “haciendas”¹⁷. Estas últimas tenían funciones diversificadas con potreros para tal fin, en donde dominaba el cultivo de la alfalfa. Las haciendas brindaron respuestas espaciales tanto para las necesidades habitacionales como productivas, en función del terreno y del clima de Mendoza. Las actividades productivas atendían a la subsistencia familiar y los excedentes se comercializaban. Estas construcciones estuvieron condicionadas por la disponibilidad de materiales y por los conocimientos técnicos constructivos propios de la época. Las haciendas, según Premat, se encontraban vinculadas con las superficies cultivadas, con los cursos de agua y los caminos comerciales¹⁸. Sus edificaciones se agrupaban y organizaban en torno a espacios centrales de circulación y reunión conformando un conjunto edilicio introvertido y protegido, que funcionaba como eje en la organización del espacio agrícola de la propiedad y como lugares de referencia, verdaderos hitos en el territorio local. Las bodegas y los molinos harineros en esta época fueron elementos significativos del paisaje ya fuera por sus

15. BURMEISTER, Hernán, en: *Escritos del Bicentenario* (2010), pp. 2-3.

16. DE LA FUENTE, Diego, en: *Escritos del Bicentenario*, (2010), p. 5.

17. RICHARD-JORBA, Rodolfo (2006), p. 28.

18. PREMAT, Estela (2007), pp. 123-126.



I. Paisaje (A) y estancia (B) de Tomba en Tupungato (Fotografías del Álbum Argentino Gloriandus).

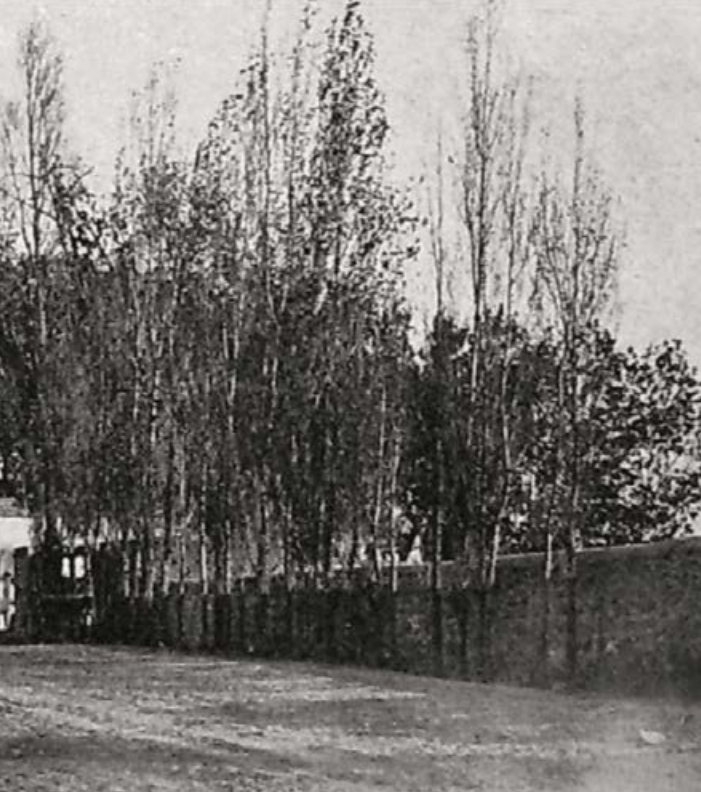
dimensiones, dado que poseían doble altura, como por su funcionalidad¹⁹. Un ejemplo claro se encuentra en el paisaje y la estancia de los señores Tomba en Tupungato.

Un testimonio arquitectónico y paisajístico de este marco productivo y contextual que perdura hasta la actualidad, cuyo origen se remonta a las primeras décadas del siglo XIX, es Bodegas y Viñedos Panquehua, antigua “Hacienda de los potreros” de los González declarada Monumento Histórico Nacional N° Decreto 339/99, la cual se localiza en el distrito de Panquehua en el departamento de Las Heras. La hacienda poseyó todas las unidades funcionales correspondientes a la mencionada actividad ganadera y de subsistencia. Entre ellas se destacan la presencia de molino, corrales, huertas, frutales, maestranza, reparación (carpintería, herrería), casa de trato o gran almacén, tambo, locales destinados a la matanza, depósito de carne, potreros de alfalfa, bodega de producción artesanal, viviendas para alojamiento de peones y la servidumbre, depósitos, galpones. A estas construcciones se le sumaban la casa de la familia y el oratorio. La organización de estas unidades funcionales se efectuaba en torno de patios o espacios centrales de circulación, separados de los límites de la propiedad, en donde convergía y se distribuía la red viaria del establecimiento. Es posible decir que es un verdadero testimonio de transición entre los dos modelos productivos del siglo XIX en Mendoza (ganadero-molinero a vitivinícola), y además es un caso temprano de los conjuntos vitivinícolas de la primera modernización.

19. Para ampliar las características de las haciendas ver: MANZINI MARCHESI, Lorena (2012).



No obstante, desde la década de 1870 se inicia una etapa de transición hacia la modernización económica y la especialización agroindustrial, ligada a la inserción de la Argentina en el sistema económico global que instauraba el capitalismo industrial decimonónico hegemonizado por Gran Bretaña, que va imprimiendo los cambios en el paisaje productivo. De esta manera, el desarrollo del capitalismo en el país se vinculaba al internacional en paralelo con la organización del estado-nación argentino moderno. Para ello, en 1878, el estado nacional bajo la presidencia de Nicolás Avellaneda organizó la violenta Campaña al Desierto, emprendida por Julio A. Roca hasta 1885 para apropiarse de tierras indígenas, desarticulando y desmembrando sus comunidades, y de esta manera consolidar el territorio que reclamaba como propio para avanzar con el proyecto modernizador agroexportador liderado por Gran Bretaña. A esta acción se le sumó la avanzada de las líneas del ferrocarril por el territorio nacional, que en Mendoza llegó a la ciudad en 1885, lo que permitió el ingreso masivo de mano de obra y conocimientos de la inmigración, lo que finalizó reestructurando las redes comerciales preestablecidas desde la colonia. La consecuente integración física de Mendoza con el territorio nacional fue la oportunidad de dar respuesta a la demanda de vinos del mercado nacional, lo que condujo a la desestructuración del espacio funcional que integraba las zonas productoras ganaderas del este argentino con el mercado consumidor chileno, sobre las bases de un sistema de producción, transporte y comercialización al servicio de la exportación de ganado, reestructurándose de esta manera las economías regionales. Al respecto Richard-Jorba sostiene que:



2. Establecimiento Bodegas y viñedos Panquehua (Fotografía de La vitivinicultura argentina en 1910).

“durante las tres últimas décadas del siglo XIX, se gestó y consolidó un nuevo modelo de crecimiento basado en la vitivinicultura, cuyas características económicas y sociales básicas permanecieron casi inalteradas hasta un pasado reciente. El mejoramiento técnico posibilitó la difusión del viñedo como cultivo industrial y abrió un camino para la conformación de un sistema agroindustrial motorizado por la gran bodega mecanizada, orientando al mercado interno y perfectamente integrado en un nuevo espacio funcional que vinculó Mendoza con el resto del territorio nacional y, en una escala mayor, con el espacio económico global”.²⁰

Como consecuencia se transformó el paisaje productivo. Sin embargo, esta transformación involucraba figuras provinciales y nacionales cuyas ideas y redes de relaciones fueron preparando y construyendo los tópicos conceptuales del proceso modernizador. Como ejemplo relevante se puede considerar a Sarmiento que con su libro *Facundo o Civilización y Barbarie*²¹ en 1845 instauró el macro binomio conceptual de bárbaros como sinónimo de atraso, deshonor, y civilización como sinónimo de progreso, orgullo. De esta manera, el autor plantea con claridad un camino a seguir con sus referentes definidos o las consecuencias de no hacerlo. Además, para contribuir con el desarrollo de la vitivinicultura moderna local, Sarmiento envió tempranamente a la provincia a Michel Aimé Pouget desde su exilio en Chile, quien en 1853 fundó la Quinta Normal, tomando como modelo la de Santiago de Chile, y al cual designó como director de esa escuela teórico-práctica²². Las referencias para conformar la vitivinicultura moderna fueron tomadas de los modelos europeos. Eusebio Blanco, político también emigrado a Chile en 1841, a su regreso se dedicó a la producción de vinos y champán con producción propia de botellas, y en 1870 adaptó un texto del enólogo francés Henry Machard dando luz al primer Manual del Viñatero en Mendoza cuyo objetivo fue “sacar a la industria vinícola de Mendoza del estado embrionario que hoy se encuentra”²³, ofreciendo a los viticultores conocimientos y adelantos hechos en el ramo, continuando en esta línea, años después, su yerno Tiburcio Benegas. En las cartas sostenidas por este último con Julio A. Roca en 1887 y con Emilio Civit, publicadas en los Escritos del Bicentenario²⁴, se observan los tópicos de su búsqueda y pensamiento ante la labor tradicional del vino:

20. RICHARD-JORBA, Rodolfo (2006), p. 23.

21. SARMIENTO, Domingo Faustino (1845).

22. Para ahondar la temática sobre educación y vitivinicultura se recomienda ver: RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, Florencia (2013) y GIRINI, Liliana (2006).

23. MACHARD, Henry (1870), p. 3.

24. VIDAL BUZZI, Fernando, en: Escritos del Bicentenario (2010).

“Del ex presidente Julio A. Roca, desde París (Francia), en noviembre de 1887, cuando Benegas ya es Gobernador de Mendoza: Recibí tu carta del 6 del mes anterior y te diré que me encanta tu entusiasmo por Mendoza y por la industria del vino. Comparto tu optimismo... Con todo gusto te buscaré profesores de capacidad para la escuela de vitivinicultura. Concuero también contigo en que hay que llegar al vino de calidad y que debe desterrarse la rutina y el atraso en su elaboración”.

“Y en otra carta de fecha cercana, el ex presidente le comenta al mandatario provincial: ...tengo fe inquebrantable en el porvenir de Mendoza: a mi paso por Burdeos tuve oportunidad de comprobar que es imposible que se produzca allí todo el vino que como de Burdeos, se consume en el mundo. (...) Mendoza está en condiciones excepcionales para el desarrollo de la vitivinicultura. Lo que le falta es un número eficiente de industriales que sepan preparar el vino francés. Pienso visitar con detención los castillos de Burdeos, examinar las condiciones bajo las cuales se mantiene la industria de los vinos y me haré un deber en comunicarte el resultado de mis observaciones”.

“De Emilio Civit, el 1 de octubre, desde Francia, donde se ha entrevistado con elaboradores y comercializadores de vino: Si se considera unas y otras [las viñas de Mendoza y de Burdeos] a simple vista por el aspecto que presentan las plantas, su cuidado, distribución, etc., el juicio que cualquiera se formaría no podría sernos desfavorable. Sus plantaciones de El Trapiche, en San Vicente [actual departamento Godoy Cruz], y las nuestras, en el viñedo de Maipú, por ejemplo, no tienen nada que envidiar a las mejores de Burdeos. (...) Sin embargo estamos a oscuras y marchamos a ciegas en lo que puede llamarse la parte técnica o científica del Cultivo, y sobre todo la elaboración del vino”.²⁵

A ello se le suma las nuevas ideas en torno al ferrocarril, emitidas en la opinión de los diarios e intelectuales de la época, como en el periódico *El Ferrocarril*, el más influyente del momento, sobre la llegada del mismo, incluso dos años antes del suceso, como que “para Mendoza el ferrocarril es la vida, el progreso, la riqueza. Hoy todavía no podemos prever ni calcular los grandes bienes que mañana veremos realizados por la influencia del camino de fierro que se nos ha construido”²⁶. En 1889 Abraham Lemos pondera en Mendoza: Memoria descriptiva de la Provincia su condición de “moderna, aristocrática y afrancesada”²⁷.

En las últimas dos décadas del siglo XIX los conceptos de ‘riqueza’, ‘progreso’, ‘modernidad’ y ‘civilización’ ya se habían instaurado en las ideas, palabras y acciones entre aquellas personas con el poder de tomar

25. VIDAL BUZZI, Fernando, en: *Escritos del Bicentenario* (2010), pp. 2, 3 y 4.

26. VIDAL BUZZI, Fernando, en: *Escritos del Bicentenario* (2010), p. 4.

27. LEMOS, Abraham (1983), en: *GUAYCOCHEA DE ONOFRI*, Rosa, p. 4.

decisiones sobre el destino y territorio nacional y provincial y se propusieron imponerlos al resto de la sociedad. Al respecto Ramos Mejías, médico, político e intelectual de la época, en 1899, en su libro *Multitudes Argentinas* sostenía que: “Pulir, disciplinar, se convertía así en una labor muy extendida. (...) La tarea de “cepillar”, de civilizar a una entera sociedad, es el ciclópeo cometido que se propuso un grupo de notables que reunía a la vez las ventajas de la posición social y las del prestigio intelectual. Imponer un modo de ver, de escribir, de sentir la música, de vestirse. Lo correcto y lo incorrecto”²⁸. Con este fin la prensa tuvo un rol de relevancia tal como se manifestó en el *Álbum Argentino Gloriandus*: “Los progresos de Mendoza, no son ajenos al progreso de su periodismo. Por el contrario, a medida que éste se ha venido acentuando aquéllos se han venido perfeccionando, como consecuencia lógica de la influencia que ejerce en las costumbres y en la cultura de los pueblos el debate levantado de los asuntos públicos y la propaganda periodística en pro de los intereses generales, sostenida con bríos y erudición”²⁹.

La idea de riqueza, progreso y civilización de la República Argentina promovida en la Exposición de Chicago de 1893

Las exposiciones universales nacieron a mediados del siglo XIX como producto de la revolución industrial, en el marco del modelo capitalista liberal, con el objetivo de que los diversos países exhibieran sus riquezas y productos para establecer vínculos políticos y comerciales, en busca de potenciales inversores y de exhibirse ante la sociedad mundial³⁰. La primera fue en Londres, en 1851, cuyo éxito inspiró la realización de otras en diversos lugares del mundo, de ellas se destacan las de París de 1878, 1889 y 1900, Barcelona 1888, Chicago 1893, San Luis 1904, entre muchas otras. Estas eran consideradas los mayores eventos políticos, económicos, tecnológicos y sociales del mundo. En la publicación *La Ilustración Española y Americana* del 8 de junio de 1889, Eusebio Martínez Velasco comenta sobre la Exposición Universal de París de 1889 que es una “inmensa metrópoli de las ciencias, las artes y el trabajo, la lógica, la comodidad práctica de las disposiciones innumerables que la forman, está perfectamente unida con el criterio de grandiosidad, de elegancia, buen gusto que ha inspirado y dirigido tan gigantesca obra, porque la claridad es la nota característica de la actual exposición”³¹. En esta exposición Argentina participó con el “Pabellón Argentino”, donde Mendoza también expuso productos, y que otorgó una visibilidad internacional al país, en el marco de los países considerados del nuevo mundo. En la descripción efectuada ya se detectan instaurados los conceptos ponderativos: civilización, comodidad práctica, grandiosidad, elegancia y buen gusto. La imagen a continuación es la lámina de la exposición de París en 1889.

28. RAMOS MEJÍAS, José María (1934), p. 11.

29. En el año 1821 se imprimió el diario *La Abeja Mendocina*, en el que colaboraron los catedráticos del Colegio de la Santísima Trinidad; desde entonces aparecieron numerosas de publicaciones.

30. Para conocer las principales innovaciones tecnológicas de las exposiciones universales se puede consultar la línea de tiempo ilustrada recuperada en <https://www.expo2020dubai.com/es/understanding-expo/world-expos-history.html>

31. *Ilustración Española y Americana* (1889, junio 8), p. 2.



3. Lámina de la exposición de Paris en 1889 (Escritos del Bicentenario, Diario Uno, Suplemento n° 22.).

Del 1 de mayo al 31 de octubre de 1893 se realizó en Chicago una exposición universal celebrando el IV Centenario del Descubrimiento de América. Sobre la misma, en 1894, se efectuó un informe oficial para la República Argentina elaborado por Hoskold el cual manifestaba que el objetivo de la participación argentina era:



4. Tapa del álbum argentino en la Exposición de Chicago de 1892 (Estadística Gráfica).

“demostrar al mundo con pruebas palpables, los recursos internos de un país, a fin de atraer capitales con objeto de desarrollarlos, creando nuevas industrias y mejorando las existentes, la realización de este objeto es la razón principal porqué la mayor parte de las naciones han invertido tan enormes cantidades de dinero en las diferentes exposiciones que se han celebrado”.³²

Para ello se presentó la Estadística Gráfica. Progreso de la República Argentina en la Exposición de Chicago, elaborada en 1892.

32. HOSKOLD, Henry (1894), p. 11.

Los ideales principales transmitidos desde la Estadística Gráfica se manifiestan en el objetivo de la misma, plasmado en la introducción:

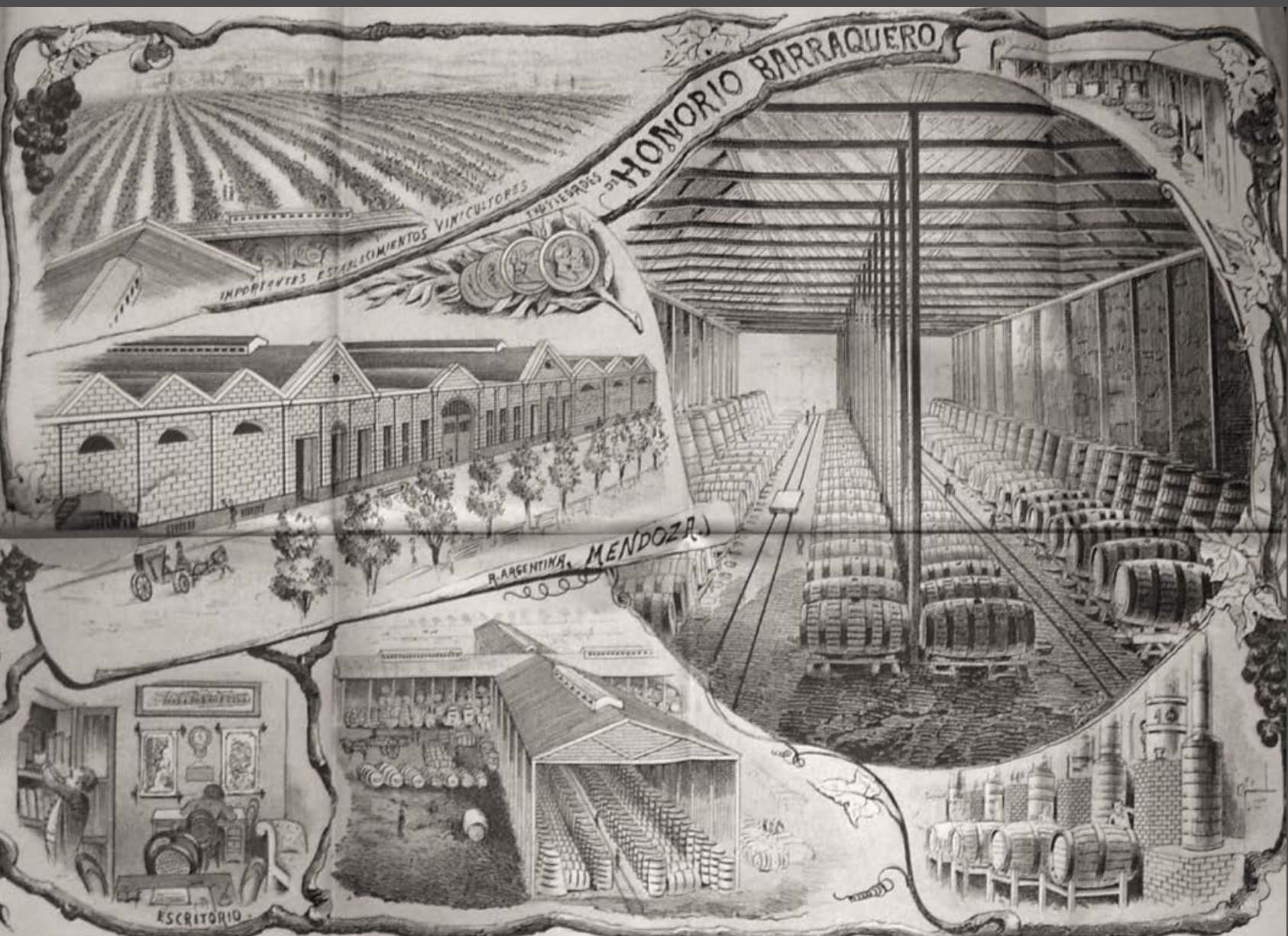
“Se propone pasar en revista todo lo que de más notable la República Argentina pueda ofrecer al hombre, de estudio ó de negocios, al estadista y al capitalista en el campo de la industria, del trabajo y de la producción. Daremos a conocer con grabados artísticos y descripciones sobrias ceñidas a la verdad los establecimientos industriales, y en general los edificios nacionales y particulares, talleres y obras de arte, monumentos ó construcciones de utilidad social que sean dignos de observarse, marcando otros tantos adelantos del país o incorporación de elementos y factores de desenvolvimiento económico. Así mismo haremos conocer a los hombres que más hayan contribuido ó contribuyan con sus iniciativas, conocimientos ó capitales, ya sea en la dirección de una empresa o implantación de fábricas, ya sea desde los asientos de los Poderes Públicos, al progreso industrial y comercial de la Nación. (...) Es necesario que el mundo se dé cuenta de los progresos realizados por la República en tan cortísimo espacio de vida. Es necesario detenernos a contemplar las conquistas que el trabajo humano ha obtenido sobre la Naturaleza, improvisando en la Pampa una civilización que nada tiene que envidiar a las antiguas en solidez y a las modernísimas en brillo”.³³

Con respecto a la provincia de Mendoza, en la Estadística Gráfica se destacan los establecimientos de: Tiburcio Benegas, Honorio Barraquero, Emiliano Torres, Carlos González, Ángel Ceretti, Díaz Valentín, Tomba, Octavio García y Nicolás Godoy, entre otros. En la descripción del establecimiento vitivinícola de Emiliano Torres, en el departamento de Belgrano (actual Godoy Cruz), se observan nociones respecto a su persona y trayectoria, como también del establecimiento, edificaciones y equipamiento:

.....
 33. Estadística Gráfica (1893), “Introducción”, p. s/n.



5. Lámina ilustrada de Emiliano Torres para la Exposición de Chicago, 1893 (Estadística Gráfica).



6. Lámina ilustrada de Honorio Barraquero para la Exposición de Chicago, 1893 (Estadística Gráfica).

“La propiedad del expresado señor, persona de distinguida posición social y muy respetado por su honorabilidad, es una de las fincas más importantes del departamento citado y de ella da idea bastante completa el referido dibujo. En él se ve en primer término, un magnífico chalet rodeado por una gran cerca de enverjado que cierra todo el perímetro de un bello jardín, en cuyo centro se encuentra el mencionado edificio que consta de tres pisos con todas las comodidades necesarias para alojar una numerosa familia. Encuéntrase luego el aspecto general de las plantaciones de viñas pertenecientes al establecimiento, cuya hermosa perspectiva puede apreciarse al primer golpe de vista, viéndose también la entrada y frente de una magnífica bodega servida por ferro-carril Decauville, para el transporte de los productos a un espléndido subterráneo. De la grandiosa capacidad de este último puede formarse un juicio acertado, con solo examinar su entrada de piedra y mampostería, echar una ojeada á la perspectiva que ofrece la sección longitudinal, así como también la que presenta la transversal con sus columnatas y abundante pipería. En suma, el establecimiento vinícola del Sr. Torres, no puede menos de llamar la atención, por estar montado con todas las exigencias modernas de los de su clase, para que puedan elaborarse vinos con todas las reglas de los últimos adelantos”.³⁴

Estas nociones son representadas artísticamente en las láminas ilustradas, como en el caso de los establecimientos pertenecientes a Emiliano Torres y Honorio Barraquero, en que se observan distorsionadas y exageradas las escalas de las construcciones, el equipamiento e infraestructura, las características morfológicas y vegetación del paisaje en relación a las personas, carruajes y animales, lo que enfatiza visualmente los conceptos mencionados en la descripción y los requeridos en el marco de la exposición universal.

.....
34. Estadística Gráfica (1893).



7. Tópicos conceptuales en lámina ilustrada de Carlos González en la Exposición de Chicago, 1893 (Lámina de Estadística Gráfica y elaboración de gráficos en color por la autora).

Asimismo, en la extensa descripción de las propiedades de Carlos González, se menciona que la propiedad conocida con el nombre de “Panquehua” fue fundada por su padre en 1825, la que hereda en 1854 dándole desde esa fecha mayor impulso. Está ubicada en la misma falda de la cordillera de los Andes, teniendo su límite casi en la frontera con Chile, con extensas superficies de viñas y alfalfares. Describe el molino como “el mejor de la provincia” y sus fideos poseen “merecida aceptación general”, su bodega “es espaciosa”, y a la vivienda se la califica como “un precioso chalet que ofrece todas las comodidades que puede exigir una familia numerosa”, y que “Todo cuanto podríamos decir de este establecimiento es poco (...) al visitar el establecimiento del Sr. González en Panquehua nos hemos quedado admirados.” En cuanto a su vivienda en la Ciudad de Mendoza se elogia que es una casa de dos pisos y que “es la única que hay en la provincia





8. Casa Patronal del establecimiento Bodegas y Viñedos Panquehua
(Foto de la autora).



9. Bodega Panquehua, cuerpos de bodega de 1856 y 1902
(Foto de la autora).

de construcción tan sólida y moderna³⁵.

A continuación, se muestra una fracción de la ilustración en donde se puede observar la representación gráfica de los tópicos conceptuales mencionados en la descripción, enfatizados con la distorsión de las escalas y dimensiones de las construcciones, tanto de los cuerpos de bodega como de la casa-habitación, con respecto a las medidas que tenían realmente, lo que se puede corroborar al confrontar la litografía con la foto actual de la casa patronal que ha perdurado en la actualidad y forma parte del Monumento Histórico Nacional ya mencionado.

35. Estadística Gráfica (1893).

Se puede decir que la provincia de Mendoza, en la Exposición Gráfica de Chicago, se presentó en busca de inversores como una promesa emergente de riqueza, progreso y civilización a través de sus hombres y sus obras, que conformaban el paisaje, dejando plasmado en las descripciones efectuadas, tanto de las propiedades como de sus propietarios, la repetición de los siguientes tópicos conceptuales:

- De las dependencias del establecimiento vitivinícola: importantes, magnificencia, adelantos tecnológicos, equipamiento (maquinaria de elaboración) e infraestructura moderna (ferrocarril), exigencias modernas de los de su clase, elaboración bajo las reglas de los últimos adelantos, esmero, calidad, prolijidad y cuidado, modernidad, solidez, espacialidad, comodidad y honor.
- De las viviendas: magnificencia, belleza, espacialidad, comodidad, modernidad, belleza en jardines y arboledas.
- De las personas: distinguida posición social, digna de respeto y consideración, honorabilidad, y acreditación.

Las ideas de avance y logros de la Argentina en el Centenario de la Independencia de 1910

Con motivo de los festejos del primer centenario de la Revolución de Mayo de 1810, el Gobierno nacional y el provincial organizaron celebraciones y documentos testimoniales de los primeros 100 años de vida independiente. En este marco, en las provincias se publicaron una serie de álbumes conmemorativos. Entre ellos, el Álbum del Centenario, Provincia de Mendoza 1810-1910, efectuado por el Gobierno de Mendoza (1910), tuvo como finalidad dejar plasmadas todas las celebraciones y acontecimientos, “confiando mucho en la educación que tales fiestas reportan al común de las gentes”³⁶. En el Álbum Argentino “Gloriandus” se propuso dejar plasmada de la Provincia “Su vida, Su trabajo, Su progreso”. A ellos se sumó el álbum La vitivinicultura argentina en 1910, realizado por el Centro Vitivinícola Nacional, en donde se presentan los establecimientos, y sus características junto a sus propietarios como fuentes de riqueza productiva industrial nacional.

El espíritu de la publicación del Álbum del Centenario se presenta en el Manifiesto Cívico al Pueblo de Mendoza, redactado por el Secretario de la Comisión del Centenario Dr. Ricardo Encina, manifestando que “El ejemplo es la escuela de la humanidad”, para ello en la introducción no solo se piensa en la sociedad presente sino también en las generaciones futuras, planteado de la siguiente manera:

.....
36. Álbum del Centenario (1910), p. 62.

“mañana los que la lean y los que la consulten después de un siglo, hagan justicia a la presente generación y se inspiren en el hecho elocuente y reconocido de que, la tradición mendocina, -á que responde su lema histórico, y su puesto avanzado, de centinela nacional, y sus sentimientos de profunda y sólida confraternización americana, que la hicieron cuna de la libertad de medio continente,- se conserva como sello, como carácter, como virtud, como orgullo y nobleza patricia del alma mendocina de todos los tiempos. Este es pues, un libro para nuestros hijos”.³⁷

Ante este objetivo educativo en las publicaciones del Centenario, la imagen fotográfica se utilizó como documento y como prueba de los avances y logros del proyecto de nación, a modo de faro para la sociedad. Si bien ya en la Estadística Gráfica de 1893 se individualizaba a los industriales mendocinos y sus propiedades desde las descripciones e ilustraciones, esto se intensificó hacia 1910 en los textos y ante las técnicas fotográficas, que no solo permitieron dejar plasmados los bienes materiales y las características constitutivas del paisaje, sino también los retratos de las personalidades y familias, frente a la sociedad como referencial a nivel provincial y nacional, en cuyas descripciones e imágenes se mantienen los mismos tópicos ya presentados en la estadística mencionada, solo que hacia 1910 se presentan con mayor nivel de especificidad y detalle.

La fuerza de los conceptos en las publicaciones de la época plasma una cosmovisión que partía de una postura crítica desvalorizadora y detractora de las culturas originarias y la vida colonial de estas tierras. En la sección Historia de Mendoza del Álbum Argentino Gloriandus se señalaba:

“Los únicos sucesos que rompían con la monotonía de la vida de la colonia, eran la sublevación de los Huarpes, que se resistían al sistema de las encomiendas, de resultados tan desastrosos para los indígenas que morían a millares cada año, agobiados por un trabajo superior a su organización y hábitos. Estrechos eran y debían ser por largo tiempo los horizontes de su porvenir. No teniendo a la vista la perspectiva más remota de mejorar el comercio y sus industrias precarias, aumentando los consumos con el ensanche de sus núcleos de población, se abandonan a la inmovilidad, al ocio, profesando una filosofía que consagraba la indiferencia como una manifestación de su experiencia. (...) La institución de la Escuela era desconocida, y la ignorancia dominaba el espíritu de la inmensa mayoría de sus habitantes. (...) Ahora puede deducirse de todo lo que hemos expuesto que la ‘Capital Cuyana’ es una culta, progresista y hermosa ciudad, que puede competir abiertamente con las mejores del litoral de la República”.³⁸

37. Álbum del Centenario (1910), “Introducción”.

38. Álbum Argentino “Gloriandus” (1910), p. s/n.

La idea fuerza del discurso de los textos e imágenes de la época apunta a la construcción de una cosmovisión vinculada a aspectos tanto individuales como colectivos que incitan a la competencia, la búsqueda de riqueza y grandeza directamente proporcional al esfuerzo, compromiso y capital como sinónimo de progreso y superioridad. Estas ideas están condicionadas directa e indirectamente al deber ser, hacer y tener para ser honorable, digno y pertenecer a una sociedad y un país civilizado, culto (desde un enfoque euro centrista³⁹) progresista y moderno. Se encuentran en estrecha relación a la explotación de sus recursos naturales y humanos junto a la necesaria validación y vinculación internacional⁴⁰, como se puede observar en textos citados anteriormente y en el siguiente publicado en el Álbum Argentino Gloriandus:

“A medida que se aproxima la fecha del centenario de la independencia, la República Argentina se va conociendo en Europa no tanto por el significado moral, - que es grandioso y eficiente, -sino por la acción fecunda del capital puesto al servicio de los progresos materiales del país por hombres de inteligencia superior, más preocupados del porvenir que de los momentos actuales. La naturaleza ha sido pródiga con las zonas meridionales de América. La fauna, la flora y los minerales, abundan diseminados en terrenos propicios. La industria, aún en embrión, satisface las necesidades regionales y los productos extractivos tienen su mercado en el antiguo continente”.⁴¹

De no ser así, tanto las personas como sus propiedades eran vinculadas a lo incivilizado, la deshonra, lo “guarango”⁴² y la pobreza como se presenta en la descripción de la plaza de Las Heras en el álbum La vitivinicultura argentina en 1910, en torno a las construcciones tradicionales adyacentes mencionando que: “La plaza de Las Heras tiene un aspecto bastante aceptable. La edificación, se resiente de pobreza, pero no puede tardar el día en que se hagan mansiones señoriales, con sus jardines y arboledas, aprovechando las excelencias del clima y suelo”⁴³. Es de destacar que el tópico conceptual de pobreza en relación a la arquitectura tradicional en tierra cruda, una vez instaurado, perduró en las siguientes décadas siendo consideradas esas viviendas como chatas, deformes, antiestéticas e inseguras (frente a los sismos), y que daban una imagen de pobreza y abandono. Este cambio de cosmovisión lo demuestra Cremaschi retomando a Rovira:

.....
 39. DUSSEL, Enrique (2000).

40. Para ampliar el tema en documentos que dan luz sobre los vínculos internacionales se recomienda ver: LLOYD, Reginald (dir.), (1911).

41. Álbum Argentino “Gloriandus” (1910), p. s/n.

42. DEVOTO, Fernando y MADERO, Marta (1999).

43. CENTRO VITI-VINÍCOLA NACIONAL (1910), p.206.

“Con haber valido mucho ya no vales nada. Porque el modernismo buscó el cemento para reemplazar la tosca materia de tu adobe [...] No puedes competir en nada con los palacios de la actualidad, te falta garbo, seguridad, elegancia. Eres una síntesis ruinosa de la Mendoza de ayer. La Mendoza de hoy que vive intensamente el vértigo de la civilización, apenas si te necesita para que el turista vea en tu presencia la fuerza de un contraste que nos enorgullece”.⁴⁴

En los álbumes del Centenario se presentaron características generales de la provincia como las geográficas, clima y demografía, aguas minerales, balnearios, agricultura, ganadería, producción, industria, comercio, granjas agrícolas, construcciones de relevancia, calles, avenidas, espacios verdes, plazas; los miembros del Gobierno provincial y municipal, aspectos vinculados a la sanidad en Mendoza, milicia, irrigación, educación, cultura, beneficencia, y comercio. También se dejaron plasmados los avances en torno a la tecnología, al servicio de la producción e infraestructura requeridos en la época para la consolidación de la industria moderna, junto a las obras para la apropiación y consolidación del territorio tanto nacional como provincial en torno a las vías de vinculación camineras y de ferrocarril, puentes, redes hídricas, poblados, establecimientos industriales, que en su conjunto sentaron las bases constitutivas del paisaje productivo que se produjo durante la primera modernización, y que aún hoy subsisten. Estos fueron construidos desde la obra pública como también se gozó del aporte de capital de los propietarios de los establecimientos. La grandeza y la riqueza de la provincia eran vinculadas no solo a la labor del estado sino también a los logros y características de los miembros de la sociedad.

Los establecimientos presentados pertenecían a numerosos empresarios vitivinícolas como: Giol, Gargantini, Baudrón, Brandi, Bratton, Chini, Dácomo, Lava, López, Raffaelli, Renaldi, Ruttini, Cavagnaro, Schmidt, Tomba, Arizu, Barraquero, Benegas, Latino, Del Bono, Escorihuela y Filippini, entre tantos otros referentes. Sus propiedades fueron promotoras de poblamiento en sus alrededores lo que contribuyó tanto a la expansión de las urbes como a la consolidación y crecimiento territorial de la zona productiva en estrecha relación a los caminos, las vías de ferrocarril y la red hídrica⁴⁵. Las características de estas obras otorgaron particularidades del paisaje productivo industrial de la primera modernización que han perdurado en el tiempo hasta la actualidad. A continuación, se muestra una foto de los bodegueros y propietarios publicados en el álbum Impresiones de la República Argentina en el Siglo XX. Su Historia, gente, Comercio, Industria y Riqueza (1911), conocido como el Álbum Británico:

44. ROVIRA, Alberto (1937), p. 5, citado y analizado en: CREMASCHI, Verónica (2012), p. 38.

45. GIRINI, Liliana (2004).




10. Bodegueros y propietarios destacados de 1911 (Álbum Británico).

Los tópicos conceptuales se detectan en todas las descripciones de sus trayectorias personales, propiedades y grafías publicados en el Álbum Argentino Gloriandus y en el álbum La vitivinicultura argentina en 1910. Los recursos visuales empleados en torno a las personalidades consistieron en mostrar el retrato del propietario con la vestimenta de moda acorde a su nivel social⁴⁶ y en las descripciones se acompañaba con la mención de las características de la personalidad del propietario, su labor, instrucción

Establecimiento Viti-Vinicola del señor Angel Chini

Wine-growing establishment of Mr. Angel Chini



Señor ANGELO CHINI

Existen varias casas para alojamiento de los obreros, lo mismo que un hermoso chalet, donde reside el propietario, rodeado de un elegante parque, abundante en árboles frutales de todas clases.

Las viñas tienen una extensión de 50 hectáreas, de excelente calidad francesa.

19 hectáreas de terreno se destinan a otros cultivos.

El edificio de la bodega y dependencias, ocupa una hectárea.

La elaboración muestra entre 10 a 14 mil hectolitros de vino, tipo francés "Malbec".

Se exporta al Brasil en gran cantidad, donde encuentra un mercado fiado, merced a la calidad del producto.

En la vendimia, en aquella época del año donde más actividad se nota, en la viña y en la fábrica se ocupan alrededor de 150 personas.

Es un espectáculo interesantísimo presenciar la recolección de la uva y aún más interesante las escenas a que dan lugar la fabricación y luego la esterilización del vino.

En entonces, cuando con más verosimilitud se puede apreciar la fatiga, constatar las dificultades que ofrece la elaboración y luego

a la ligereza de que el producto de esta casa se que de los que mejor se venden por las cuantías que dejamos expuestas.


El señor Angel Chini, su propietario, es de nacionalidad austríaca. Nació el año 1858. Desde el año 1892 se halla radicando entre nosotros.

Sus conocimientos en la fabricación de vino, son verdaderamente pocos en su patria debido al cultivo de las viñas, adquiriendo la práctica que exige esta importante industria, que hoy, a pocos ejemplares amenaza hacer buir al vino extranjero, ante la superioridad del meridional, cual sin duda.

El señor Chini ofrece personalmente los trabajos de su establecimiento, lo que a buen seguro rebunda en beneficio directo de él primero y de la industria después.

El mismo se persona lo vigila todo, ensayándolo, como premio a sus esfuerzos, la mejor recompensa para un industrial: el vino bueno.

Y si a esto agregamos que por su trato amable y acogida nos ofrece, llegamos a la conclusión de que el señor Chini tiene aseguradas las dos conquistas: la social y la industrial!



Vedado VITALEC Cacha

Fotografías del Dr. Vicente Belam

11. Tópicos conceptuales en los recursos visuales. Establecimiento vitivinícola de Ángel Chini, 1910 (Foto del Álbum Argentino Glorandus 1910 y elaboración de gráficos en color por la autora).

y origen, en ocasiones se mostraban las fotos de los hijos como continuadores del legado familiar y en segundo plano a la familia en general vinculada a la vivienda patronal. Con respecto a esta última se destaca su comodidad y confort, las adecuadas dimensiones para albergar una familia numerosa, su estilo arquitectónico preferentemente modernista y pintoresquista como portador de elegancia y buen gusto, rodeada de jardines y arboledas, cuyo ejemplo se muestra a continuación en el establecimiento vitivinícola de Ángel Chini, actual Bodega Tapiz.



12. Chalet de José Dutto e hijos (Álbum Argentino Gloriandus 1910).

Lo mismo se puede observar en los restantes retratos en las láminas de los álbumes de la época, por ejemplo en la foto del industrial Jorge Céspedes de Cruz de Piedra.

En el caso de las fotos de los establecimientos vitivinícolas y sus dependencias se buscaba mostrar la cantidad de naves que constituían a las bodegas, porque mientras mayor número de cuerpos era mayor la capacidad de elaboración, junto a la presencia y/o vínculo con el ferrocarril, en el caso de tenerlo, ya que era directamente proporcional a la eficiencia, nivel de progreso y adelanto del propietario, como se observa en la siguiente foto del establecimiento perteneciente a Luis Baudrón:

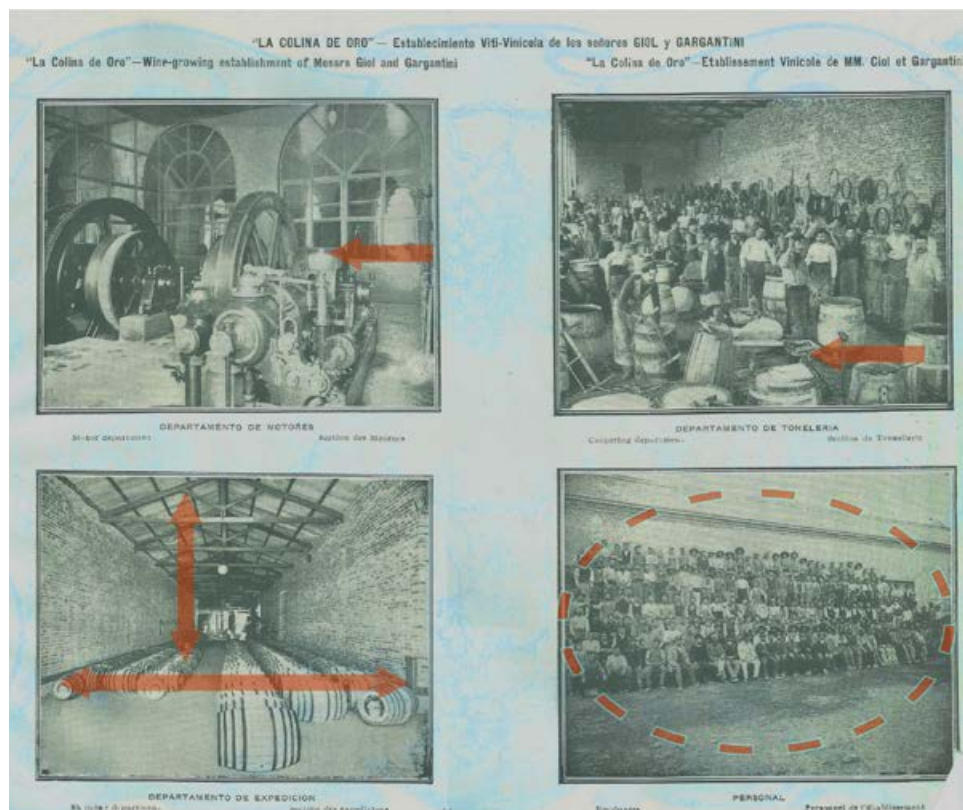


13. Establecimiento Vitivinícola de Luis Baudrón, 1910 (Foto del Álbum Argentino Gloriandus y elaboración de gráficos en color por la autora).

A ello se le suma no solo la cantidad de naves sino también la necesaria espacialidad respecto a las dimensiones de las naves en alto y ancho, ya que a mayores dimensiones mayor capacidad para albergar vasijas vinarias y mayor volumen de elaboración. Se buscaba mostrar las maquinarias utilizadas en las diversas etapas del proceso de vinificación, sobre todo cuando eran acordes a los últimos avances tecnológicos, como también las vasijas y/o piletas de vinificación que daban cuentas del volumen de producción alcanzado, junto a sus dependencias complementarias como la tonelería, carruajes de transporte de la uva y el personal⁴⁷. Esto se puede observar en el ejemplo del establecimiento "La Colina de Oro" de Giol y Gargantini.

47. Para ampliar sobre las características de la época en torno a los establecimientos vitivinícolas, las bodegas sus estilos, técnicas constructivas, materiales, equipamiento en los procesos de vinificación existe una vasta bibliografía. Se recomienda ver: GIRINI, Liliana (2004) y MANZINI MARCHESI, Lorena (2012).

14. Establecimiento “La Colina de Oro” de Giol y Gargantini, 1910 (Foto del Álbum Argentino Gloriandus y elaboración de gráficos en color por la autora).



Los viñedos como las bodegas ocupaban un lugar protagónico como recursos visuales de las fotografías donde se aprecia el cuidado y esmero en las técnicas de cultivo y en algunos casos fotos del momento de la vendimia, como se puede ver en las fotos del Centro Vitivinícola del establecimiento de Carlos González.

Como ya se mencionó anteriormente, los tópicos transmitidos desde la imagen fotográfica eran acompañados de descripciones que reforzaban y conducían a la interpretación de la imagen. De ellas, se adjuntan fragmentos de textos que acompañan a las fotos del Establecimiento de Angel Chini del departamento de Maipú, publicados en el Álbum Argentino Gloriandus, donde se describe que:

“Está situada en el tercer distrito del departamento de Maipú. En el año de 1900 fue inaugurada por su actual propietario, el señor Angel Chini. Desde entonces, su progreso ha sido cada vez mayor, corriendo pareja con su rápido desarrollo. Se compone de cinco cuerpos, distribuidos en esta forma: Un cuerpo grande de fermentación y cuatro para depósitos. Hay una innumerable cantidad de vasijas- toneles y cubas de roble de construcción modernísima e importados de las más acreditadas casas europeas. En breve, una completa colección de maquinarias, precisas para una gran instalación, serán traídas de Europa donde se mandaron construir últimamente. Se encargará de la colocación un ingeniero italiano contratado ex profeso. Los departamentos que comprende son: Departamento de

prensas hidráulicas, departamento de vasijas vacías, departamento de alambiques y departamento de tonelería. Existen varias casas para alojamiento de los obreros, lo mismo que un hermoso chalet, donde reside el propietario, rodeado de un excelente parque, abundante en árboles frutales de todas clases. Las viñas tienen una extensión de 20 hectáreas, de superior calidad francesa. 10 hectáreas de terreno se destinan a otros cultivos. El edificio de la bodega y dependencias, ocupan una hectárea. (...) En la vendimia, en aquella época del año donde más actividad se nota, en la viña y en la fábrica se ocupan alrededor de 150 peones. Es un espectáculo interesantísimo presenciar la recolección de la uva y aún más interesantes las escenas á que dan lugar la fabricación y luego la esterilización del vino. Es entonces, cuando con más verosimilitud se puede apreciar la faena, constatar las dificultades que ofrece la elaboración y llegar a la hipótesis de que el producto de esta casa es uno de los que mejor se recomienda por las causantes que dejamos expuestas. El señor Angel Chini, su propietario, es de nacionalidad austríaca. Nació en el año 1858. Desde el año 1882 se halla radicado entre nosotros. Sus conocimientos en la fabricación de vino, son vastísimos, pues en su patria dedícase al cultivo de viñas, adquiriendo la práctica que exige esta importante industria, que hoy, a pasos gigantescos amenaza hacer huir al vino extranjero, ante la superioridad del mendocino, casi sin rival. El señor Chini dirige personalmente los trabajos de su establecimiento, lo que á buen seguro redundará en beneficio directo de él primero y de la industria después. El mismo en persona lo vigila todo, consiguiendo, como premio a sus esfuerzos, la mejor recompensa para un industrial: el vino bueno. Y si a esto agregamos que por su trato ameno y elegante nos seduce, llegamos a la conclusión de que el señor Chini tiene aseguradas las dos conquistas: la social y la industrial".⁴⁸



I5. Cosecha en el viñedo de la viuda de Guiñazú, Bodega Guiñazú.

48. Álbum Argentino "Gloriandus" (1910), p. s/n.



16. Bodega Tapiz en Maipú, 2022 (Foto de la autora).

A continuación, se enseña una foto en la actualidad de este establecimiento, Bodega Tapiz en Maipú, donde se observan permanencias de las características constitutivas del paisaje productivo en el presente.

Por último, se presentan fragmentos de la descripción de Viñedos “Las Rosas” y “Villa Gaviera” de Alfredo Ruiz publicada en el álbum La vitivinicultura argentina en 1910, en donde se manifiesta que:

“La situación de estos viñedos, en las inmediaciones de la estación de Cruz de Piedra, o mejor dicho entre esta y Russell, sobre el circuito a Luján (F. C. G. O. A.) es inmejorable. De la capital mendocina, por esta vía, se llega al establecimiento en 35 minutos. Toda esta región vinífera, comprendida entre las estaciones de General Gutiérrez y Luján de Cuyo, constituye el riñón, diremos así, de la industria viti-vinícola. La subdivisión de la propiedad, por otra parte, ha contribuido a la prosperidad regional, que no solo esta cimentada en las bondades del clima y de la tierra, sino en la contracción inteligente y pertinaz de los viticultores, al cuidado y fomento de las plantaciones. Esta consagración, no solo domina a los hombres humildes. El fomento de la producción de uva, preocupa a la alta sociedad mendocina, a los que podían ostentar pergaminos y blasones, a los hombres de intelecto, que no tienen ningún reparo, en vigilar y dirigir personalmente sus establecimientos. Un viñedo no es una hacienda y se consigue que, dé resultados, con la atención personal, de sus propietarios, con la vigilancia continua hasta en los más ínfimos detalles. Las plantaciones de que nos ocupamos en estas páginas, pertenecen a unos de los miembros más cultos e inteligentes de la sociedad de Mendoza. Banquero (gerente del Banco Provincia), legislador, colaborador eficiente y eficaz en la obra gubernamental y administrativa de la provincia. (...) La línea férrea, divide a la propiedad en dos partes. El total del terreno ocupado por las viñas asciende a 60 hectáreas todas ellas en producción. La plantación fue iniciada en 1892, predominando en todas ellas los cepajes finos”.⁴⁹

A continuación, aparece la foto de la casona patronal en 1910 y otra tomada en la actualidad donde se observan permanencias de las características constitutivas del paisaje productivo.

.....
49. CENTRO VITI-VINÍCOLA NACIONAL (1910), pp. 120 y 122.

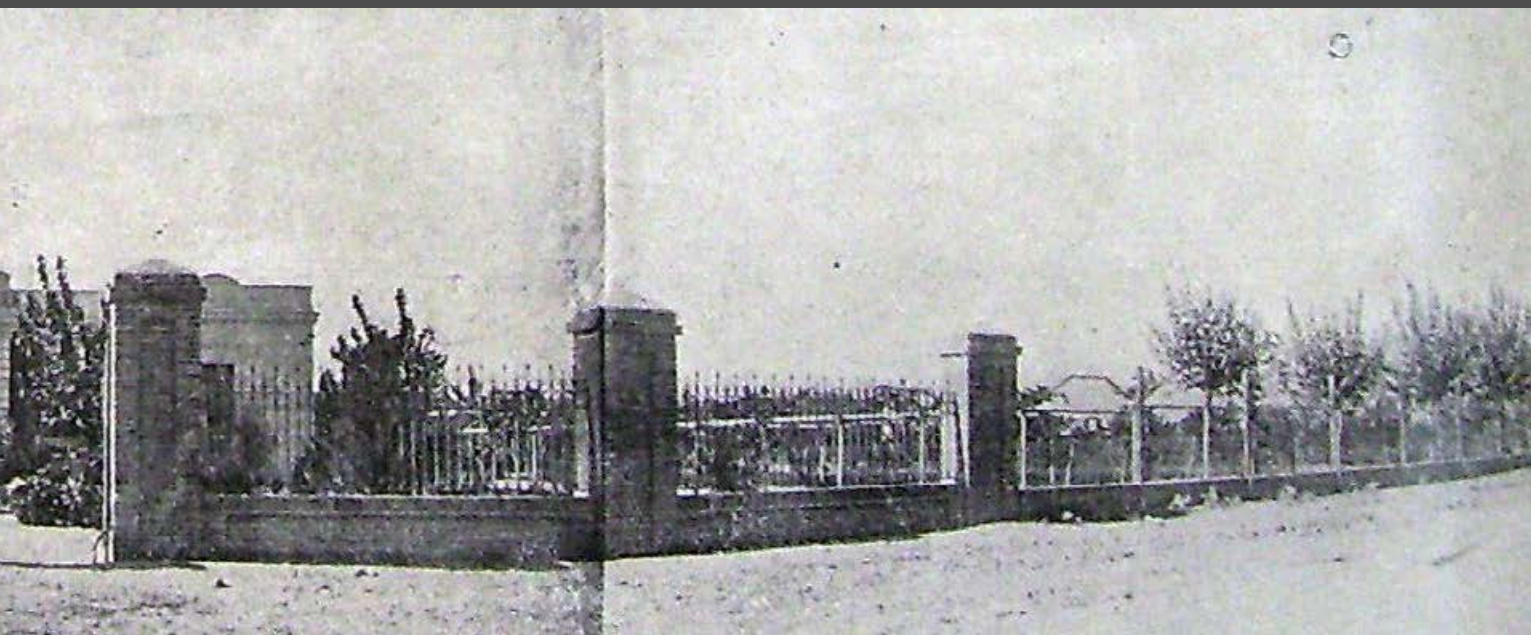
17. Casona patronal, 1910 (Foto de La vitivinicultura argentina en 1910).



A modo de síntesis, los tópicos conceptuales que se repiten en los diversos documentos hacia 1910 en los recursos visuales de las fotos y en las ponderaciones de sus descripciones son:

- De las dependencias de los establecimientos vitivinícolas: cantidad de naves y sus grandes dimensiones y espacialidad, sumada a la mayor capacidad de las vasijas de vinificación como de los materiales con los que estaban construidas, junto al moderno equipamiento acorde a los últimos avances tecnológicos preferentemente europeos. Se destaca la eficiencia, calidad y modernización en el proceso de vinificación. Se muestra la cantidad de personal, como también las dimensiones, estado y tipo de uva de los viñedos haciendo referencia a su productividad y buen estado vinculados a las bellas vistas en el paisaje. Se subraya la conexión con el ferrocarril como sinónimo de progreso, avance y desarrollo, fuente de riqueza y porvenir.
- De las viviendas: se subraya el buen gusto, elegancia, confort y espacialidad para albergar una familia numerosa junto a la presencia de bellos jardines a su alrededor.
- De las personas: se elogia a quien es respetable, inteligente, culto, honrado, gentil, bondadoso, hospitalario, observador, diligente, emprendedor, voluntarioso, exitoso, sagaz, templado, equilibrado, sólido, buen contralor y cuidador de la propiedad, de buen gusto, buenos modales, sinceridad en convicciones, patriota, vigor físico e intelectual que en su conjunto estas cualidades eran consideradas un éxito y orgullo para la provincia y la nación.





18. Casona patronal (Actual Villa Constanza) 2022
(Foto de la autora).

De esta manera queda expuesto cómo las imágenes constituyeron estrategias visuales que acompañaban y resaltaban las descripciones gestadas desde mediados del siglo XIX e ideadas y ejecutadas por la clase dirigente de la generación del 80' (1880 - 1916) y su grupo humano partidario de ámbitos comerciales, industriales, educativos y culturales, en conjunción con la prensa tanto nacional como provincial. Estas imágenes fueron empleadas como estrategias para influir, instruir y cohesionar a los individuos de la sociedad, a través de una cosmovisión moderna y liberal, requerida en el marco de un proyecto de progreso modernizador económico internacional liderado por Inglaterra desde mediados del siglo XIX. Esto influyó en el condicionamiento de la percepción y las consecuentes acciones implementadas en el territorio, cuya resultante transformó y conformó el paisaje proto-industrial hispano-criollo al industrial de la primera modernización cultural, tecnológica y económica de la provincia de Mendoza, Argentina, cuyas características aún se pueden observar en el paisaje actual y son de valor identitario patrimonial.

Consideraciones finales

El presente trabajo está focalizado en la influencia de las imágenes y sus descripciones en la conformación de las características significativas del paisaje productivo de Mendoza Argentina. Pero esta influencia solo es posible a través de la mediación del sujeto que actúa en el territorio imprimiendo cambios en el paisaje. Es el sujeto actuante que se encuentra sometido a estímulos y condicionamientos que afectan y contribuyen en la forma de ver la realidad o cosmovisión influyendo en su percepción de lo que es recomendable hacer o no y los marcos de referencia para ello.

No obstante, es impensable concebir que la construcción de la cosmovisión y su correlato en la acción se encuentra influenciada exclusivamente por las imágenes, estas son solo una de las múltiples influencias que se interrelacionan y la afectan. Pero el reconocimiento y comprensión de que las imágenes son transmisoras de conceptos previamente definidos por un macro orden esgrimido por personajes en busca de un objetivo específico que afecta el libre albedrío, alerta en reflexionar sobre los condicionamientos que tienen en los pensamientos y acciones, sin que haya conciencia, y para que se actúe en consecuencia.

El análisis diacrónico sobre fuentes documentales llevadas a cabo de tiempos pasados en este caso de mediados del siglo XIX hasta las primeras décadas del XX, otorgan la suficiente distancia temporal para poder detectar este tipo de influencias, las continuidades y rupturas tanto en el pensamiento como en la acción y sus consecuencias en el paisaje. Esto también ha permitido arrojar luz sobre las cosmovisiones del pasado.

Asimismo es muy importante tener en cuenta que una cosmovisión tiene la particularidad de ser la construcción de una forma de ver la realidad y posee para el sujeto y la sociedad un carácter totalizador. A veces resulta complejo y difícil de visualizar que puede haber una realidad diferente a la que se vive cotidianamente y se pertenece, condicionando directa e indirectamente el deber ser, el hacer y sus marcos referenciales. Esto se debe a que la cosmovisión se nutre y responde a vectores que son transmitidos desde el seno y herencia familiar, al que se suma la prensa, la educación, el cine, teatro, libros, publicidades, mensajes y opiniones de los diversos actores de la sociedad, entre tantos otros factores, en estrecha

relación a redes de relaciones macro político económicas nacionales e internacionales cuya dependencia para la sobrevivencia afectan.

Las imágenes esgrimidas por la generación del 80', a través de los recursos visuales de las últimas décadas del siglo XIX y principios del XX, tuvieron una gran fuerza y fueron un camino a seguir –un faro para la sociedad–, si se quería pertenecer y ser parte del proyecto de riqueza, éxito, progreso, porvenir y bienestar en pos de la civilización moderna, tal como era prometida. Su correlato en Mendoza transformó el paisaje hispano-criollo proto-industrial hasta hacerlo desaparecer y fue construyendo los elementos constitutivos y características significativas del paisaje productivo de la primera modernización industrial. Este último se caracterizó por una organización racional y eficiente del territorio al servicio de la producción industrial y el transporte, junto a la eficiencia, la funcionalidad y la estandarización, que otorgaron su base estética con un carácter muy articulado que hoy es considerado de valor patrimonial. No obstante, en la actualidad se encuentra nuevamente en transformación ante nuevas influencias.

CAPÍTULO

03

Etiquetas de bordelesas

Arte, industria y publicidad en la vitivinicultura
mendocina

Patricia Favre

Introducción

Hacia 1900, cuando la industria vitivinícola mendocina atravesaba un momento de notable crecimiento, los empresarios recurrieron a una nueva estrategia de venta: el uso de etiquetas en las bordelesas de vino. También eran llamadas marbetes, rótulos o cromos¹. Esas grandes etiquetas circulares con información escrita, ilustraciones, impresas en colores y pegadas en la tapa o cara superior de las bordelesas, eran distribuidas para su consumo por el territorio nacional. En pocos años se convirtieron en un elemento informativo, visual, estético y publicitario fundamental de la actividad productiva y comercial provincial.

Este capítulo aborda el desarrollo que tuvieron las etiquetas de vino para bordelesas utilizadas en Mendoza entre 1900 y 1930, cuando en forma casi simultánea se produjo su origen y apogeo, aunque perduraron por varias décadas más². El uso de bordelesas, en lugar de botellas, se debió a la enorme producción de vinos comunes que eran vendidos a granel, mientras que los vinos finos se comercializaban en botellas³. Este tipo de envases y etiquetas también se emplearon en otras provincias como San Juan y Río Negro, pero se destacaron las de Mendoza debido a la enorme cantidad de bodegas que existían en la provincia⁴, y, en consecuencia, de vinos que eran publicitados.

La aparición y consolidación de las etiquetas fue resultado del proceso de modernización de los sistemas de impresión en Argentina a fines del siglo XIX y de la creación de grandes establecimientos gráficos y editoriales equipados con modernas maquinarias⁵. Se produjo una masiva introducción de imágenes en los impresos que, como ha señalado Sandra Szir, hasta ese momento estaban centrados en textos. La cultura gráfica, formada por revistas, libros, periódicos, afiches, catálogos, impresos comerciales y envases, implicó una ampliación de las imágenes hacia el espacio urbano y la vida cotidiana, pues “todo podía ilustrarse”⁶. En concordancia con estos cambios, la enorme cantidad y variedad de etiquetas de vinos mendocinos resultaron muy novedosas.

1. El término etiqueta proviene de la palabra francesa “etiquette”, “marbete” es de raíz árabe-hispánica y predominó en España, y “cromo” deriva de la cromolitografía como técnica de impresión.

2. En este caso, se ha trabajado sobre un conjunto de unas 300 etiquetas de distintas marcas y bodegas presentes en colecciones privadas y fuentes documentales que se usaban entre 1900 y 1930.

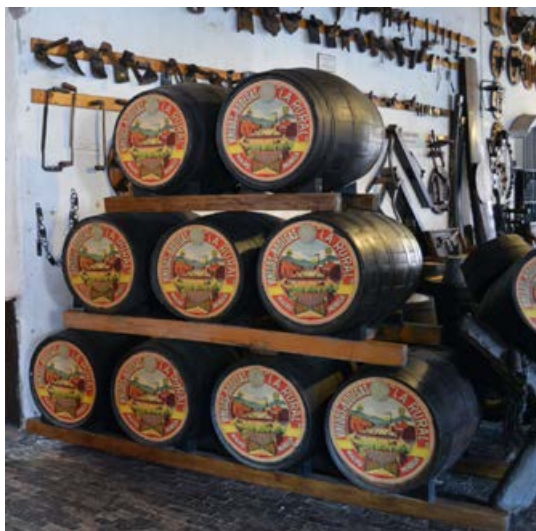
3. En otros países las etiquetas impresas en colores estuvieron ligadas a botellas ya desde fines del siglo XVIII. Existen pocos ejemplos de etiquetas para bordelesas fuera de Argentina, y en esos casos eran usadas para exportación, como en España. Véase: SALDAÑA TRIGO, José; REPETO PRIETO, Juan (2009), p. 23.

4. La vitivinicultura mendocina cuenta con prolíficas investigaciones referidas a problemas de cultivo, elaboración, distribución y comercialización, entre cuyos especialistas se pueden mencionar a: Rodolfo Richard-Jorba, Eduardo Pérez Romagnoli, Pablo Lacoste, Patricia Barrio, Adolfo Cueto, Ana Mateu y Daniel Grilli, entre otros. Por su parte, la arquitectura vitivinícola ha sido abordada por especialistas como: Liliana Girini, Graciela Moretti y Lorena Manzini.

5. ARÉS, Fabio (comp.) (2018). pp. 21-25.

6. SZIR, Sandra, (2013), en: MALOSETTI COSTA, Laura y GENÉ, Marcela (comp.). pp. 165-166; SZIR, Sandra. (2009), en: MALOSETTI COSTA Laura y GENÉ, Marcela (comp.), pp. 112-113.

En este sentido, este estudio se apoya en la idea de que las etiquetas de bordelesas alcanzaron un lugar privilegiado como estrategia de venta porque cumplían tres importantes funciones: identificaban el tipo de producto contenido en el envase, lo vestían actuando a modo de envoltorio o packaging y se convertían en una herramienta de publicidad de la firma, por lo tanto, en ellas convergían la “imagen del producto” y la “imagen de empresa”. De este modo, las artes gráficas desempeñaron un papel sustancial en la cultura mendocina entre fines del siglo XIX y las primeras décadas del XX debido a las condiciones favorables de su producción. Entre ellas se encuentran: la multiplicación de impresos a gran escala, el menor costo en relación a otras artes, la diversidad de imágenes que se podían incorporar (fotografías, ilustraciones, grabados, etc.), la gran expansión geográfica que podían alcanzar y especialmente su circulación ante públicos masivos⁷.



1. Bordelesas en exposición con etiquetas de vino La rural (Museo de la Bodega La Rural, Mendoza).



2. Antiguo camión con bordelesas de vino El vazquito. (Espacio expositivo de la Bodega López, Mendoza).

Asimismo, estas etiquetas permiten repensar la fecunda relación que se estableció entre arte, diseño e industria en el ámbito provincial a principios del siglo XX. Por lo tanto, este acervo constituye un capítulo fundamental para la historia de las artes gráficas y de la publicidad en Mendoza y Argentina⁸.

7. Los estudios iconográficos sobre etiquetas para botellas de vino de Jerez de la Frontera resultan un importante aporte a la historia de la cultura visual. Ver: RAMOS SANTANA, Alberto (2018), pp. 201-222; SALDAÑA TRIGO, José; REPETTO PRIETO, Juan (2009); GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (2003), pp. 43-59.

8. Interesantes contribuciones son las de Pablo Lacoste sobre el uso de topónimos europeos en las marcas de vinos mendocinos entre 1900 y 1920, y un texto escrito por María J. Cerutti para una exposición realizada en Turín. Ver: LACOSTE, Pablo (2003), Anexo III, pp. 315-325; y CERUTTI, María Josefina (2011).

El interés por analizar e interpretar estas imágenes como objetos de la cultura visual mendocina demandó un profuso relevamiento de etiquetas⁹, como también de consulta de imágenes impresas en álbumes, periódicos, fotografías y propagandas existentes en bodegas, colecciones particulares y archivos, además de documentación histórica¹⁰. El enfoque teórico del trabajo responde a los Estudios Visuales, que han permitido incluir diversas formas de producciones y visualidad en la cultura contemporánea a través de autores como W. J. T. Mitchell, Svetlana Alpers, Nicholas Mirzoeff y Keith Moxey, entre otros. En este marco, las investigaciones sobre las “artes gráficas”, que hasta el momento estaban marginadas de la historia del arte tradicional, centrada en la originalidad y unicidad de las producciones, han recibido nueva atención en la investigación académica y han proporcionado importantes resultados¹¹.

La producción, el envasado y la distribución del vino

El amplio desarrollo de la vitivinicultura mendocina, según Richard-Jorba, se produce a partir de 1880 en que se pasa del sistema de producción criollo de tipo artesanal a métodos modernos mediados por nuevas condiciones industriales y tecnológicas. Se pueden considerar varios factores como motores de cambio: la plantación de grandes extensiones de viñedos; la modernización en el cultivo y producción de vinos; la construcción de bodegas adecuadamente equipadas y tecnificadas; la expansión del ferrocarril para trasladar mercancías y maquinarias; y la creciente inmigración extranjera, que proveía de mano de obra especializada e implicó un aumento en el consumo de vino¹².

Con este colosal crecimiento, Mendoza se posicionó a nivel nacional por su industria vitivinícola, la cual impactó en diversos aspectos: comercial, laboral, social, cultural, etc. Las cifras aportadas por Ana Mateu permiten verificar su extraordinario crecimiento: entre 1884 y 1885 el vino pasó a constituir el principal producto que Mendoza colocaba en el mercado nacional; en las tres décadas que transcurren entre 1884 y 1914 la cantidad de bodegas en la provincia se cuadruplicó (de 334 a 1.398); y desde 1915 hasta 1923 la provincia suministró el 73% de la demanda nacional de vinos¹³. En general, la producción estaba centrada en los vinos comunes, y fueron muy pocas las empresas que elaboraban vinos finos.

9. Lamentablemente no se ha conformado ninguna colección de etiquetas de bordelesas en las instituciones oficiales (museos, archivos, bibliotecas) de Mendoza, lo que constituye una gran carencia para el patrimonio provincial.

10. Es destacable la labor desarrollada por coleccionistas particulares: Ángel Carcereri, Juan Carlos Pina y Rodolfo Colombano para salvaguardar este valioso acervo. Les agradezco por brindarme acceso a sus colecciones generosamente. También extendiendo el agradecimiento a las personas vinculadas a bodegas antiguas que me dieron permitieron conocer sus materiales impresos.

11. Resultan importantes aportes las investigaciones sobre la cultura gráfica en Argentina de: Laura Malosetti Costa, Sandra Szir, Verónica Tell, Marisa Baldasarre, Fabio Arés, Marcela Gené, y Marcelo Marino, entre otros.

12. El sistema artesanal que predominó hasta 1880 estaba basado en la utilización de lagares de cuero, uva pisada, procesos rudimentarios de fermentación y conservación, y los edificios eran simples ranchos o ramadas. Ver: RICHARD-JORBA, Rodolfo (2000), pp. 116-118.

13. MATEU, Ana María (2008), en: MATEU, Ana María y STEIN, Steve (comp.), pp. 21-26.



3. Vista general de la Bodega Tomba en 1910, con el patio de expedición lleno de bordelesas listas para su traslado y comercialización (La Vitivinicultura en la Argentina en 1910)

Otra característica de la industria local de este período fue el uso extendido de recipientes de madera¹⁴ en la elaboración, distribución y comercialización de vinos, que suplantaron a las antiguas tinajas de barro cocido¹⁵. Los recipientes eran variados en su forma y dimensiones: el barril o bordelesa, la pipa, el tonel y la cuba, y se usaban en diferentes etapas del proceso. Ello se debía al gran volumen de producción de vinos en Mendoza, lo que demandaba de un enorme número de contenedores o envases para el proceso de elaboración y distribución. Para obtenerlos se adquirían envases de madera importados, especialmente de Francia, pero también existió una producción de envergadura en el ámbito local que abarcaba la fabricación y reparación de cascos, rubro que adquirió el nombre de “tonelería”. Pérez Romagnoli ha investigado la importancia de esta actividad en las bodegas, con sus departamentos de tonelería y empleados especializados en las distintas tareas¹⁶.

Dentro del amplio conjunto de envases vánicos, el uso de etiquetas estuvo ligado a las “bordelesas”, que era el recipiente más corriente para el transporte y distribución del vino por el interior del país debido a su tamaño, una capacidad entre 180 y 225 litros, que permitía manejarlo con relativa facilidad desde la bodega hacia distintos destinos. También era adecuado para la venta del producto, porque una vez instalado en el comercio se le colocaba una canilla –“espiche”– y se traspasaba el contenido a diferentes recipientes.

14. Aunque el uso de toneles o barriles ha sido muy corriente a lo largo de la historia para contener productos líquidos y sólidos (aceite, granos, pescado, pólvora, etc.) debido a su gran capacidad de almacenamiento y su resistencia para su traslado en carretas, barcos y trenes, es necesario destacar que algunos elementos como el vino, requerían de maderas y técnicas especiales de elaboración.

15. Según Pablo Lacoste, las antiguas tinajas y botijas de greda comenzaron a ser sustituidas por pipas y barriles de madera en 1740, debido a su fragilidad en comparación con la madera. Ver: LACOSTE, Pablo (2013). pp. 100.

16. PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2008), p 26-32.



4. Etiqueta de vino Surgen que muestra los circuitos de distribución y venta de la Bodega Arizu a través del ferrocarril, desde el establecimiento ubicado en la parte inferior (Colección Pina).



Su denominación proviene de Burdeos (Francia), de las barricas usadas para el vino “bordelés”¹⁷. En el ámbito mendocino también se las llamó, aunque erróneamente, con “a” o “z”: “bordalesas”, “bordelezas” o “bordalezas”. Actualmente, en la industria vitivinícola el término bordelesa ha sido desplazado por barrica, cuyo uso se ha generalizado a nivel internacional.

Las fotografías en torno a 1910 permiten apreciar el enorme volumen de bordelesas que desde las bodegas mendocinas se enviaban a diferentes lugares, acorde a una actividad industrial y comercial que se había ampliado en forma sorprendente en las décadas anteriores. Los principales destinos eran Buenos Aires, Rosario y Córdoba donde, según Patricia Barrio, algunas firmas instalaron sucursales o tenían representantes¹⁸. En ciertos casos se producía una amplia cadena de intermediarios y se distribuía en lugares apartados. Ana Mateu ha corroborado que la bodega Arizu enviaba vinos a Corrientes, Río Negro, Santiago del Estero, La Pampa, San Juan, San Luis, Neuquén y Salta, y desde allí se trasladaban a otras localidades del interior de estas provincias¹⁹. Beatriz Bragoni, al analizar las ventas de Escorihuela Garzón hacia 1910, ha podido establecer que el 30 % quedaba en Capital Federal y Rosario, mientras que un 70 % se repartía en el interior bonaerense, santafesino y cordobés, como Tandil, Chascomús, Junín, Bahía Blanca, Villa Cañas, Canals, Río Cuarto y Villa María²⁰.

17. El término barrica-bordelesa ha sido consultado en: <http://www.diccionariodelvino.com/index.php/barrica/>; Véase también: LACOSTE, Pablo (2003). pp. 300.

18. BARRIO, Patricia (2005), pp. 35.

19. MATEU, Ana María (2008) en: MATEU, Ana María y STEIN, Steve (comp.), pp. 26.

20. BRAGONI, Beatriz. (2008) en: MATEU, Ana María y STEIN, Steve (comp.), pp. 77-80.

Algunas empresas recurrían a representantes comerciales, los cuales adquirirían renombre y podían trabajar para una sola firma o para varias. Uno de los casos más interesantes es Luis Colombo (argentino, 1878-1950), representante comercial de bodega Tomba. Comenzó su actividad en Rosario dedicándose a la venta de diversos productos (vinos, azúcares, harinas, artículos extranjeros, etc.). Para la representación de los vinos Tomba tenía una oficina en Buenos Aires, ubicada en Avenida de Mayo, y un depósito frente a la estación de ferrocarril de Palermo²¹. Una memoria de 1910, señala que: “Una legión de empleados corredores distribuidos por todas las zonas del país, mantienen las relaciones de la casa, con sus clientes de la campaña y se encarga de transmitir órdenes de nuevos pedidos y reclamos”²².

Por lo tanto, los vinos mendocinos tenían un mercado de consumidores muy grande que abarcaba: desde grandes capitales a pequeños poblados; a distintos grupos sociales, desde las elites al pueblo, y a diferentes ámbitos, el privado de las viviendas, los públicos y semipúblicos de clubes, restaurantes, fiestas, etc. Los lugares característicos de venta por menor de vino común fueron el almacén y la taberna en donde se traspasaba el contenido de la bordelesa a vasos, jarras, damajuanas y distintos recipientes, mientras que en restaurantes y clubes de la alta sociedad generalmente se consumía vinos finos embotellados. Como bien expresa Lacoste, el vino estaba presente tanto en la vida diaria como en importantes festejos, en la ciudad y en el campo²³.

En consecuencia, un aspecto característico de la industria vitivinícola mendocina fue la gran producción de vinos comunes –tinto, blanco y rosado–, que eran vendidos a granel en bordelesas, en lugar de botellas. En Europa, el uso de botellas había comenzado en el siglo XVIII para vinos finos y en el siglo XIX se generalizó para todo tipo de vinos. En Mendoza, el embotellamiento se practicó en pequeña escala para vinos finos, mientras que el gran volumen de vinos comunes continuó en envases de madera que eran más económicos y resistentes para su distribución en carros, trenes y luego en camiones. El inconveniente del vino en bordelesa era que estaba expuesto a la adulteración, pero el alto costo que implicaba sustituir las bordelesas por botellas era considerado desfavorable por los industriales²⁴. Una alternativa fue el uso de vagones-tanques para el traslado en tren hasta Buenos Aires, pero una vez que arribaba a la estación debía ser traspasado a bordelesas para su distribución, de modo que no resultaba una solución efectiva. A fines de 1960 se legisló en Mendoza la obligatoriedad de realizar el fraccionamiento en botellas, y el sistema de bordelesas con sus grandes y vistosas etiquetas quedó desplazado.

Los empresarios que iniciaron el embotellamiento tempranamente fueron Benegas Hnos. (Trapiche) en 1890, Alejandro Suárez en 1896 y Francisco Civit e Hijo en 1903, y en la década de 1920 se fueron sumando las firmas Toso, Tomba, Bataglia y Arizu, aunque gran parte de la producción continuaba siendo vendida en bordelesas. Las firmas Arizu y Tomba iniciaron el embotellamiento de vinos comunes en botellas de

21. “Don Luis Colombo”, en: LOS ANDES (1932), 1882-Cincuentenario-1932 [Álbum].

22. CENTRO VITI-VINÍCOLA NACIONAL (1910), pp. 44.

23. LACOSTE, Pablo (2019), pp. 53-55.

24. Las botellas se debían adquirir en Buenos Aires o Rosario. Sobre el tema ver: LACOSTE, Pablo (2013), pp. 98-99.

un litro²⁵. Lo curioso del caso es que, mientras las bordelesas ostentaban llamativas etiquetas, las botellas contaban con simples rótulos que, en general, carecían de imágenes y colores, presentando mayormente datos escritos del producto que se ofrecía con un pequeño logotipo de la marca.

La identificación del vino: la marca y el etiquetado

En el proceso de modernización de la vitivinicultura mendocina, los empresarios advirtieron que la identificación del vino mediante una marca y una etiqueta era prioritaria en un mercado que crecía en forma acelerada y se volvía muy competitivo. En general, una marca puede ser de índole textual o gráfica, es decir, un nombre o una imagen, como también su combinación, permitiendo identificar un producto y diferenciarlo de otros de su mismo tipo. Es entonces cuando, para Raúl Erguizábal, aparece la marca en sentido moderno: como un anuncio, y no sólo para identificar la pertenencia sobre un bien o producto como había sucedido antes. Este proceso se inicia en el siglo XVIII y se afianza en el siglo XIX. Muchos productos comienzan a presentarse en paquetes pequeños y etiquetados, como medicinas, salsas y licores; mientras otros bienes como la harina, el azúcar y el vino eran vendidos a granel, sin identificación, en sacos o barriles que eran colocados abiertos junto al mostrador. Pero algunos fabricantes comprobaron los beneficios de las marcas:

“El producto con marca costaba más que el tradicional, pero el consumidor respondió a la publicidad solicitando, cada vez más, los productos marcados y empaquetados en sus envases individuales. Eran más higiénicos, mejor conservados y con una calidad constante y garantizada. Ya no acudían a la tienda en busca de una mercancía, sino en busca de una marca”.²⁶

Aún los productos distribuidos y vendidos a granel en barriles también incorporaron marcas mediante grandes etiquetas, sobre todo los destinados a exportación y que debían ser trasladados en barcos hasta destinos lejanos. Se encuentran ejemplos de etiquetas para barriles de vino, cerveza, brandy, whisky y coñac de diferentes países. Los barriles de productos como café, tabaco y especias eran etiquetados con motivos que, según Erguizábal, evocaban el exotismo del producto²⁷.

En el vino, el proceso de identificación del envase con una marca presentó distintas alternativas y etapas. En general, en Europa se recurrió primero a anotaciones o marcas con fuego mediante símbolos sencillos sobre la tapa de la bordelesa, que resultaba un sistema simple y económico, cubriendo la necesidad contable y jurídica de señalar los productos durante su elaboración y distribución²⁸. Cuando se adoptó el sistema de embotellamiento, se registraba la marca en las botellas con textos sobre el vidrio o sencillas

25. LACOSTE, Pablo (2013), pp. 116-117.

26. ERGUIZÁBAL, Raúl (2011), pp. 95, 122, 163, 168.

27. ERGUIZÁBAL, Raúl (2011), pp. 66-68.

28. El sistema se adoptó en Europa en el siglo XVII. Ver: RAMOS SANTANA, Alberto (2018), p. 204.



5. Bodelesas con marcas grabadas directamente sobre la tapa. Película "Tiempos modernos" con Charles Chaplin (Referencia realizada por José Luis Jiménez García en la conferencia "Un arte etiquetado").



6. Vinos de Jerez de la Frontera (Foto en: José Saldaña Trigo y Juan L. Repeto Prieto).

etiquetas de cartón o metal colgadas del cuello, y consistían en indicaciones escritas sobre el tipo de vino, el año de elaboración, el bodeguero y el lugar de producción. El uso de etiquetas impresas se dio durante el siglo XIX, como consecuencia de la expansión de los mercados de vino, los cambios en los sistemas de impresión y la aparición de pegamentos para adherirlas a las botellas. En general adoptaron un formato rectangular y con el tiempo se hicieron más elaboradas, introduciendo una gran variedad de imágenes en color cuyos temas dependían del país o región y de la época²⁹.

Los avances tecnológicos de la impresión gráfica que posibilitaron el gran desarrollo de etiquetas impresas a color se produjeron en Europa y Estados Unidos mediante numerosas invenciones que permitieron superar las limitaciones de la impresión tipográfica: la litografía (Alois Senefelder, 1796), la máquina de impresión semiautomática (Frederick Koenig, 1814), la cromolitografía (Godofredo Engelmann, 1837) y

29. Las diferentes etapas en la adopción de marcas y etiquetas en los envases ha sido reseñado por: JOSEPH, Robert (1988). pp. 8-17.

la prensa rotativa (Richard Hoe, 1846). En relación a las imágenes, la litografía fue la piedra angular del diseño y la ilustración moderna. Muchos especialistas, como Enric Satué, han destacado las numerosas ventajas de la litografía: la facilidad y libertad de ilustrar sobre la superficie plana de piedra caliza, de crear tipografías libremente, de combinar textos e imágenes sin limitaciones, de trabajar con diversos colores, y realizar múltiples impresiones en forma mecánica. Con este invento la burguesía industrial del siglo XIX se lanzaba a la aventura de la producción y distribución de bienes de consumo, como también de anuncios por medio de carteles. Como bien enfatiza el autor:

“De una forma más o menos rudimentaria [la litografía] invade todos los soportes clásicos del impreso comercial y periodístico: tarjetas de visita y comerciales, papeles de cartas, calendarios, etiquetas, envases y embalajes, anuncios y carteles, cubiertas, ilustraciones y caricaturas de libros y revistas; en fin, todo soporte susceptible de ser impreso en litografía (comprendida la hojalata) sale a la calle vestido con el traje de luces, brillante, multicolor y maravilloso que la tecnología de la época ha conseguido rescatar de la caja mágica de las teorías físicas”.³⁰



7. Piedra litográfica de la antigua Cromo-Litografía Ítalo-Platense Colombatti (Actualmente existente en el Taller de Litografía de la Universidad Nacional de las Artes, Buenos Aires).

En Mendoza, el sistema más antiguo de señalización fue con símbolos mediante anotaciones con pinturas o marcas de fuego en las bordelesas. Hacia 1900, se empezaron a usar grandes etiquetas impresas en color mediante técnicas litográficas que eran pegadas en las tapas de las bordelesas. Se pasó de la simple identificación del producto a su presentación, con la particularidad de que la persistencia del sistema de venta a granel hizo de ellas un elemento visualmente vistoso y efectivo como publicidad.

30. SATUÉ, Enric (2012), pp. 108, 87-89 y 95-97.

Estos cambios coincidieron con la importancia que adquirió el registro de marcas en Argentina, institución creada en 1876 y que se reorganizó en 1900 como Oficina de Patentes y Marcas³¹. La Ley Nacional N° 3975 (1900) estableció el tipo de trámites, impuestos, certificados, renovaciones, transferencias, y los rechazos, multas o penas que pudieran suceder. Las marcas de fábrica o comercio tenían una duración de 10 años, y se podían renovar. La legislación consideraba como marca de fábrica o comercio “las denominaciones de los objetos o los nombres de las personas bajo una forma particular, los emblemas, los monogramas, los grabados o estampados, los sellos, viñetas y relieves, las franjas, las palabras o nombres de fantasía, las letras y números con dibujo especial o formando combinación”. También establecía que la marca podía ser colocada “sobre los envases o envoltorios o sobre los mismos objetos que se quiere distinguir”. Había una serie de excepciones como símbolos provinciales y nacionales, la designación usual del producto, nombres o retratos de personas sin su consentimiento, y dibujos o expresiones contrarias a la moral, entre otras³². Los vinos correspondían al rubro de alimentos, y en general se los clasificaba junto con los vinos espumosos, sidras, cervezas, alcoholes, aguardientes, licores y fernet, entre otras bebidas³³.

Los productos con marcas adquirieron importancia y el registro de marcas se convirtió en un negocio necesario y ventajoso³⁴. Empresarios, consignatarios e imprentas registraban marcas con diversos nombres y motivos para un sinfín de productos alimenticios que podían ser usados por la firma, transferidos a terceros, o podían quedar en el olvido. Dentro de los productos alimenticios es importante el registro que hicieron los productores de vinos, licores, yerba mate, tabacos y harinas. Era primordial asegurar marcas y ganar un lugar porque existían denominaciones e imágenes que eran adecuadas para varias industrias. Un ejemplo es el toro, cuya imagen se disputaban la industria de carnes, cueros, leches, manteca e incluso la industria vitivinícola.

En el amplio campo de productos registrados a nivel nacional en las primeras décadas del siglo XX, se puede verificar el importante lugar que ocupaban los vinos de Mendoza. Existía una enorme amplitud de marcas, en las cuales se tomaba el nombre del fundador de la industria o nombres de fantasía relacionados a lugares, acontecimientos, personajes políticos e históricos, mitología, animales y objetos, entre otros. Pero, en el caso de marcas de fantasía, era usual colocar el apellido de sus propietarios. En las etiquetas se reflejan los cambios de propiedad de las industrias debido a diversas razones (sociedades, sucesiones, ventas, etc.). Los industriales buscaban ser reconocidos y ganar prestigio comercial y social mediante sus etiquetas.

Los criterios de los industriales mendocinos respecto a la cantidad de marcas de una empresa fueron muy variados. Una bodega podía tener una sola marca de vino como un mecanismo de afianzar un solo producto en el mercado, haciéndolo muy distintivo, mientras que otra bodega podía crear una vasta gama de productos y marcas, y consecuentemente de modelos de etiquetas, buscando llegar a diferentes

31. CRESTO, Juan José (2004), pp. 74-75.

32. REPÚBLICA ARGENTINA (1913). Ley N° 3975, pp. 3-5.

33. REPÚBLICA ARGENTINA (1913). Ley N° 3975, pp. 36, 50.

34. LLUCH, Andrea (2013, junio).

8. Marcas de vinos de Bodega Giol:



a) Etiqueta de vino Toro (Colección Pina).



b) Etiqueta de vino La Florida (Diario Los Andes).



c) Propaganda de Bodega Giol, 1917 (Boletín Vitivinícola).

mercados y grupos sociales. Por supuesto que también podía depender de la capacidad de producción de cada empresa, pero los ejemplos estudiados muestran que los criterios fueron muy diversos: bodegas grandes con pocas marcas o bodegas chicas con varias marcas.

Por ejemplo, la firma "La Colina de Oro" se consolidó con la marca del vino tinto Toro. La empresa se formó en 1898 mediante la sociedad del italiano Juan Giol con el suizo Juan Bautista Gargantini. Al año siguiente empezaron la construcción de la bodega y registraron la marca Toro. El crecimiento de la producción resultó asombroso porque en el lapso de una década pasó de elaborar 800 a 150.000 cascos. Sus principales mercados eran Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires³⁵. El Álbum Argentino "Gloriandus" de 1909 realizaba ese extraordinario éxito alcanzado:

"La firma Giol y Gargantini puede vanagloriarse, no sólo de la circunstancia del 'récord' en la producción de que nos hemos ocupado, sino también de la no menos sugerente de haber llegado á obtener en los mercados para el tipo de su vino marca 'Toro', el más alto precio alcanzado por los productores de todo el país, lo que no impide la constante y siempre creciente demanda con que se vé asediada la casa central por la numerosa clientela, repartida por todos los ámbitos de la República".³⁶

En ese mismo álbum, además de fotos con numerosas vistas del establecimiento vitivinícola y la producción, aparece la etiqueta del vino Toro como forma de legitimación y publicidad de la industria. Pero lo curioso es que, aunque la empresa incorporó la marca Florida, correspondiente a la producción de la bodega "La Florida", ubicada en el distrito de Russel (Maipú), la publicidad continuó centrada en la imagen del vino Toro.

35. CENTRO VITI-VINICOLA NACIONAL (1910).

36. Álbum Argentino "Gloriandus" (1910).

De la Bodega Arizu Hnos. se conocen una decena de etiquetas muy variadas. La empresa fue creada hacia 1890 por el español Balbino Arizu, junto a sus hermanos Jacinto y Sotero. La bodega estaba instalada en la calle San Martín del departamento de Godoy Cruz, ocupaba una superficie de 12 hectáreas con numerosas edificaciones y contaba con un desvío de ferrocarril que la conectaba directamente con la estación. Tenía viñedos en los departamentos de Maipú, San Rafael y Luján. Se trataba de una industria impresionante en sus dimensiones, al punto que se la calificaba de un “emporio” por su capacidad productiva y mercado conquistado en Argentina y países limítrofes. Un álbum de 1920, señalaba que:

“Para poder transportar en un día el vino que vende anualmente la sociedad, se necesitarían 150 trenes con 25 vagones cada uno. Ello, pues, demuestra que las ‘Bodegas Arizu’, con sus viñedos, bodegas y adquisiciones, es una de las casas más importantes del mundo, en el comercio de vinos”.³⁷

La principal marca de la bodega era la del vino Arizu, cuya etiqueta presentaba una sencilla ilustración de una viñeta formada por racimos de uvas. Pero la industria también contaba con otras marcas de vinos con etiquetas más elaboradas como: Sur, Chachingo, El Faro, El Colono, Surgen, Atuel y El Parejero; y además con etiquetas para encargos específicos o partidas especiales como Luque, El fundador, Don Quijote y Enosis. Sin embargo, de todas esas marcas la bodega se identificó habitualmente para su publicidad con la sencilla etiqueta del vino Arizu, convertida en un sello de prestigio y calidad. Aún hacia 1925, cuando publicitaba el vino embotellado, la imagen central de la propaganda continuaba siendo la tradicional etiqueta de bordelesa del vino Arizu.

Diseño, ilustración e impresión de etiquetas

En Argentina, el gran desarrollo de las imágenes en las artes gráficas se produce en las últimas décadas del siglo XIX. En 1890 es cuando, como ha señalado Arés, los talleres dedicados a impresos tipográficos y litográficos suman varios sistemas de impresión y una producción a gran escala de diarios, revistas, envases, papelería comercial y gráficos diversos³⁸. Uno de los aspectos más novedosos de la nueva cultura gráfica es la profusa presencia de imágenes. Cada tipo de impresiones tenía sus particularidades, por ejemplo, la prensa hizo uso intensivo de la fotografía, mientras que las revistas se volcaron hacia la ilustración³⁹.

En este contexto, surgió un importante acervo de impresos de características singulares que actualmente son considerados como printed ephemera, es decir aquellos impresos de breve existencia (generalmente

37. LOS ANDES (1921). Vistazo retrospectivo a la región de Cuyo, p. 328.

38. ARÉS, Fabio (comp.) (2018), pp. 36.

39. MALOSETTI COSTA, Laura y GENÉ, Marcela (comp.). (2013).

9. Publicidades de vinos de Bodega Arizu:



a) Etiqueta de vino Arizu en bordelesas (Colección Pina).



b) Publicidad de vinos Arizu embotellados con la etiqueta de bordelesa en el centro, según una propaganda de 1925 (Revista La Quincena Social).

un día) y que luego son desechados⁴⁰. La mayoría ha sobrevivido por causalidad porque no fueron hechos para perdurar. Se trata de un conjunto muy amplio que incluye materiales comerciales, sociales, industriales y culturales como: invitaciones, avisos de espectáculos, propagandas de elementos del hogar, catálogos de venta, etiquetas de productos, billetes de tren, facturas, mapas, tickets, calendarios, certificados, tarjetas, programas, menús, carteles y postales, entre otros⁴¹. Gran parte de las impresiones gráficas del período correspondían a este tipo de trabajos y en ellos se realizaban interesantes innovaciones de formas, técnicas y materiales.

Dentro de este conjunto están las etiquetas de alimentos y bebidas, como el caso del vino, que debían ser reemplazadas cada vez que se usaban. Ello pasaba porque estos rótulos contaban con especificaciones

40. Sobre historia de la impresión efímera se recomienda: Twyman, Michael (2008), recuperado en: https://www.researchgate.net/publication/279467301_The_Long-Term_Significance_of_Printed_Ephemera. Una síntesis muy interesante la aborda: RAMOS PÉREZ, Rosario (2002), recuperado en: <https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala4b/introduccion.htm>

41. El interés por el estudio y conservación de los impresos efímeros comenzó a fines de 1960 en Gran Bretaña y de allí se extendió a distintos países. En 1975 se creó la Ephemera Society of London y luego otros países siguieron el ejemplo. Actualmente muchos museos y bibliotecas están propendiendo a recuperar impresiones efímeras y buscar la colaboración de coleccionistas –efimeristas– para su puesta en valor.



10. Membrete de papelería comercial de Litografía Kraft, ubicada en Buenos Aires, donde aparece el enorme edificio de la empresa (Archivo de Gob. de Córdoba, 1911)

respecto al contenido y, una vez que perdían el producto, desaparecía su utilidad⁴². Esto también explica el uso en las etiquetas de papel de gramaje liviano, de menor costo. Sin embargo, los industriales aprovecharon las oportunidades que tenían estos impresos, en los cuales las imágenes y el color creaban un nuevo universo de posibilidades para la identificación de las mercancías.

Respecto a quiénes fueron los encargados de diseñar e ilustrar las etiquetas de bordelesas, se debe considerar el cambio de espacios y modalidades de trabajo que provocaron las “artes gráficas”, a diferencia de las “bellas artes”. El entorno de trabajo era, como ha analizado Sandra Szir, las grandes casas editoriales o tipográficas con modernas máquinas importadas que permitían impresiones en gran escala, y una gran cantidad de empleados dedicados a diversas tareas. En ese marco se inscribe la ilustración gráfica que, según la autora, se configuró como un lugar de convergencia o mixtura entre el arte, la imprenta y el diseño, con sus peculiaridades. Los encargos se realizaban a imprentas o litografías donde se contrataba todo el trabajo, desde el diseño a la impresión. Allí se encontraban los ilustradores, junto a otros trabajadores especializados que permitían entregar los impresos listos para su uso.

Los ilustradores, debido a los requerimientos de la industria gráfica, formaron ideas estéticas, conocimientos



11. Antigua fotografía de Litografía Kraft con trabajadores en diversas tareas: impresión en grandes máquinas, armado de planchas, emparejado de papel y guillotinado.

técnicos, canales de comunicación y modos de visualidad diferentes a los de los pintores⁴³. La mayoría eran trabajadores asalariados que debían adaptarse al encargo, a los medios de masas, actuar en estrecha colaboración con los impresores, hacer las ilustraciones con celeridad en función a publicaciones diarias o semanales, y en relación a públicos masivos⁴⁴. Un aspecto diferenciador de la ilustración con otras artes, como la pintura, es la relación entre original y copia, porque a partir de ese momento la situación se invirtió: la preocupación de los ilustradores era cómo resultaría la imagen reproducida y no la subsistencia del original. Szir advierte que los originales que se han conservado generalmente tienen las marcas de una imagen que era hecha para su reproducción (indicaciones de color, retoques, etc.) y no para su exhibición en un museo⁴⁵.

En el ramo de bebidas y alimentos, los fabricantes y comerciantes recurrieron a un amplio universo de imágenes en las etiquetas que eran realizadas por ilustradores y luego impresas mediante técnicas litográficas a color. Entre fines del siglo XIX y principios del XX las grandes imprentas se ubicaban sobre todo en Buenos Aires y Rosario. Se daban a conocer mediante avisos publicitarios en la prensa periodística y en revistas, de circulación nacional y local. Las propagandas reflejan que la impresión de etiquetas para bordelesas resultaba un negocio rentable, ya que las imprentas ofrecían especialmente este servicio⁴⁶.

43. Sandra Szir analiza ciertos casos de artistas que participan del mundo de la ilustración o publicidad como Eduardo Sívori y Pío Collivadino, pero como algo ocasional. Ver: SZIR, Sandra (2009) en: MALOSETTI COSTA, Laura; GENÉ, Marcela (comp.), pp. 126-128 y 133

44. SZIR, Sandra (2009) en: MALOSETTI COSTA, Laura; GENÉ, Marcela (comp.). p. 131.

45. SZIR, Sandra (2009) en: MALOSETTI COSTA, Laura; GENÉ, Marcela (comp.). pp. 126, 130-135.

46. El extremo de la bordelesa es también llamado fondo o témpano.



12. Publicidad de Cromo-litografía Colombatti & Cía. (Revista de Agricultura, Industria y Comercio, 1916).

13. Motivos para impresión del Catálogo de Curt Berger y Cía, Buenos Aires (Catálogo n° 149, 1914).



La existencia de etiquetas listas y con el correspondiente registro de marca para que el cliente pudiera simplemente elegir entre ciertas propuestas resultaba una modalidad corriente. La Litografía Colombatti & Cía. de Buenos Aires, en un anuncio de 1916 establecía su “especialidad en etiquetas para licoristas, fondos para bodegueros y todo artículo del ramo”, además de contar con una existencia permanente de etiquetas para vinos y licores ya registradas, y con surtido de diversos elementos como cápsulas, corchos y envoltorios. La Compañía General de Artes Gráficas S. A., ubicada en Rosario, ofrecía la realización en cromolitografía de “etiquetas para licoristas” y “fondos de bordalezas”. En 1925, la Litografía e Imprenta A. Capurro & Cía., ubicada en Buenos Aires, promocionaba su “Especialidad en etiquetas para vinos y licores. Rótulos para Bordalesas y todo tipo de trabajos comerciales”⁴⁷.

En muchos países los diseños e ilustraciones de etiquetas se ofrecían a través de catálogos. Se trataba de una herramienta muy conveniente, que permitía mostrar una gran cantidad de productos para una clientela cada vez más amplia y ávida, fenómeno característico de la creciente industrialización⁴⁸. De hecho, los propios catálogos eran una consecuencia de las innovaciones de las artes gráficas. En el caso de Argentina se ha podido constatar la existencia de muestrarios de tipografías y viñetas, y de algunos modelos de publicidades estándar para diarios y revistas que sólo había que rellenar con algunos datos e imágenes, como los de Curt Berger & Cía.

47. Dichas propagandas fueron publicadas reiteradamente en el Boletín del Centro Vitivinícola Nacional, Buenos Aires, entre 1915 -1925.
48. En Europa, especialmente en España, Francia y Alemania, las litografías tenían catálogos donde se ofrecían modelos de etiquetas para los distintos tipos de bebidas, en las que sólo faltaba añadir los datos de la empresa. Ello provocó que ocasionalmente se produjera la repetición de una misma etiqueta en diferentes firmas. Además se producía imitación por particulares y talleres. Ver: GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (2003), pp. 43-59; GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (1999).

El relevamiento realizado de las etiquetas de bordelesas mendocinas ha permitido comprobar que primero se recurrió a empresas litográficas de Rosario y Buenos Aires, y posteriormente de Mendoza. Entre las más habituales se encuentran: Imprenta y Litografía Kraft (1864, Buenos Aires), Imprenta y Litografía Peuser (1867, Buenos Aires), la Litografía Ítalo Platense Colombatti y Cía. Ltda. (1871, Buenos Aires), la Compañía General de Artes Gráficas (1887, Rosario y Buenos Aires); el Establecimiento Gráfico Woelflin y Cía. (1888, Rosario); Litografía Saint Hnos. (1907, Buenos Aires); y la Litografía Callé y Voila (1911, Rosario); entre otras.

En Mendoza, durante la segunda mitad del siglo XIX, existían varias imprentas⁴⁹ dedicadas a la edición de periódicos, revistas y algunos libros⁵⁰. En 1896 apareció la novedad de impresión litográfica cuando la imprenta Los Andes instaló “un taller de litografía, cromo y fototipia, donde podían ejecutarse con prontitud esmero y economía, todo trabajo concerniente á las artes gráficas”. Incitaban a los comerciantes a concurrir para evitar hacer los trabajos en Buenos Aires, donde necesariamente costaban “mucho más caros” por los gastos de comisión y fletes⁵¹. Pero dicha litografía parece haber realizado trabajos generales de papelería comercial.

Es a partir de 1920 cuando en Mendoza las litografías comienzan a realizar etiquetas para bordelesas y cuentan con ilustradores para distintos tipos de trabajos impresos. Por ejemplo, en 1925 el diario La Palabra ofrecía a los clientes avisos “artísticos”, como también caricaturas, afiches e ilustraciones. Algunas empresas de Buenos Aires y Rosario abrieron sucursales en Mendoza como Peuser y Tamburini⁵². En 1923, la empresa Peuser inauguró la sucursal de Mendoza para producir todo tipo de impresos como libros, láminas, etiquetas para envases, estampillas y postales⁵³. También se crearon negocios independientes según se puede constatar por avisos en los diarios locales, como Peñaranda y Catalá ubicada en calle José F. Moreno 2186, Rotta, Gildo D´Accurzio, un negocio ubicado en calle General Paz al 323 dedicado a rótulos de bordelesas y registro de marcas, y en 1941 es creada la Litografía Cuyo que captó una importante clientela de bodegas.

Los ilustradores del abundante repertorio de imágenes de etiquetas de bordelesas han quedado en el anonimato. Las ilustraciones no están firmadas, ya que este tipo de impresos comerciales no estaban destinados a acreditar la producción del dibujante o ilustrador, sino a promocionar el producto y la industria que lo elaboraba⁵⁴. Algo similar ocurrió en otros países, donde, a excepción de algunos encargos a grandes artistas, se desconocen quiénes ilustraron las etiquetas de las botellas de vino⁵⁵. En otro tipo de impresos la situación era diferente, por ejemplo, en revistas como Caras y Caretas los ilustradores firmaban sus trabajos

49. Las tipografías existentes en Mendoza eran: Tipografía El Constitucional (1852), Imprenta Bazar Madrileño (1879), Imprenta Los Andes (1882), Tipografía La Palabra (1883), Imprenta El Ferrocarril (1885), Tipografía El Debate (1889), entre otras.

50. Según Abraham Lemos, en Mendoza la litografía no tuvo desarrollo hasta fines de los '80, porque no existían “obreros competentes” de manera que los establecimientos mencionados, si bien poseían las maquinas necesarias, no las usaban para esos fines. Ver: LEMOS, Abraham (1888). pp. 135-138; y también se sugiere consultar: MORALES GUÍNAZU, Fernando (1943). pp. 137-138.

51. LOS ANDES (1896, octubre 25), [cortesía de Nicolás García].

52. Existen un par de referencias sobre la existencia de Colombatti y de Caillé & Vola en Mendoza, impresas en las propias etiquetas, pero no se ha podido probar si se trataba de una sucursal o un agente que pudo estar en forma esporádica.

53. Sobre Peuser ver: ARÉS, Fabio (comp.) (2018), p. 41.

54. Hasta este momento no se han encontrado referencias a los ilustradores en las fuentes documentales ni en los descendientes de aquellos industriales que las encargaron, excepto un caso que se comenta luego.

55. GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (1999). punto 4.

e iban adquiriendo prestigio, como Cao y Fortuny. La única referencia encontrada hasta el momento de un ilustrador de etiquetas en Mendoza es Julio Preciado, quien se anunció en el periódico La Palabra con un artístico aviso. Aunque hasta el momento no se ha podido identificar ninguna etiqueta realizada por él, fue un ilustrador de pergaminos muy destacado de la época⁵⁶.

En principio, es evidente que las grandes editoriales de Buenos Aires y Rosario en las que se encargaban las etiquetas debieron cubrir todas las necesidades de diseño, ilustración e impresión. También es posible que los bodegueros recurrieran a pintores de renombre de Mendoza o Buenos Aires para las ilustraciones⁵⁷. En el ámbito local, durante las primeras décadas del siglo, había artistas locales como también nacionales y extranjeros (radicados o establecidos transitoriamente), dedicados a la pintura de retratos y paisajes, y que también realizaban actividades como decoradores e ilustradores. Por ejemplo, las revistas y periódicos locales cuentan con obras literarias cuyas ilustraciones fueron realizadas y firmadas por Antonio Bravo y Fidel de Lucía, entre otros. Un hecho interesante es el interés del Estado entre fines del siglo XIX y principios del XX en la formación de artistas, decoradores e ilustradores en el ámbito local para su aplicación en la industria. Para ello, se promovió la creación de escuelas o academias de artes que funcionaron por breve tiempo⁵⁸. Por lo tanto, además de ilustradores de las artes gráficas, existían diferentes posibilidades a las que los industriales podían recurrir.

La impresión de etiquetas, por cuestiones de practicidad y economía, se hacía en grandes cantidades debido al volumen de producción y comercialización de vinos de las bodegas. En su diseño se preveían espacios en blanco para colocar las especificaciones de cada partida, mediante sellos o en forma manual. En ellos se indicaba el número de partida, la cantidad de litros que contenía el envase, y cualquier especificación que se considerara necesaria. Pero uno de los aspectos más notables de las etiquetas de bordelesas mendocinas es que los industriales apostaron al uso de ilustraciones y de impresiones en colores que, aunque resultaban más costosas, eran estrategias fundamentales de la moderna cultura de la imagen que se imponía.

En general, las etiquetas presentan alrededor de 40 cm de diámetro, acordes al tamaño de las tapas o fondos de las bordelesas. Algunas empresas también recurrieron a piezas de unos 32 cm de diámetro para los envases más pequeños, pero eran menos corrientes. Otra de las características generales fue la estructura compositiva de las etiquetas: estaban organizadas con un campo central circular en donde se ubicaba la imagen y el nombre del vino mediante un logotipo, y alrededor contaban con una cenefa ancha donde se colocaba información textual, normalmente del establecimiento industrial que lo producía y su ubicación, con lo cual se establecía la procedencia del vino. Las imágenes fueron figurativas y podían ocupar todo el cuerpo central o sólo una sección. Pero la estructura de las etiquetas de bordelesas no

56. Su trayectoria aún no ha sido estudiada en el ámbito local, sólo aparece mencionado por Morales Guíñazú como un “experto dibujante, cuya especialidad la constituyen los pergaminos artísticos”. Ver: MORALES GUÍÑAZÚ, Fernando (1943). p. 454.

57. Existe un caso más tardío, en que Alejandro Sirio diseñó la etiqueta de vino en botella San Felipe, tema que fue investigado por Adolfo Cueto, y cuya documentación se exhibe en el Museo de Bodega La Rural.

58. FAVRE, Patricia (2010).

era inamovible y podía variar según el gusto del comitente, del ilustrador, o a medida que las pautas publicitarias iban cambiando.

La cultura visual de la vitivinicultura mendocina

Uno de los aspectos más interesantes del vasto mundo de las etiquetas de bordelesas mendocinas es la variedad de motivos existentes entre 1900 y 1930, producto de una prolífica diversidad de marcas de la pujante industria vitivinícola local de esa época. La función de las etiquetas era promocionar y posicionar el producto y la industria mediante imágenes distintivas y fácilmente reconocibles, buscando mantener mercados y conquistar nuevos consumidores, comercios y territorios. Este proceso estaba ligado a dos nuevos e importantes cambios que se producían en el contexto propio de la modernización urbana y social: la aparición y afirmación de la cultura visual y de la publicidad a gran escala. Es por eso la importancia que adquiere el conjunto de etiquetas de bordelesas mendocinas como sistema visual, comunicativo y publicitario.

El despliegue de imágenes litográficas despertó una modalidad de comunicación impresa particular, muy distinta a la producción escrita que había prevalecido hasta ese momento, como afirma Hernán F. Pas al hablar de la “seducción de las imágenes”. Aparece una nueva sensibilidad en el público lector que, en adelante, es estimulado por elementos no verbales: imágenes, colores, tipografías distintas⁵⁹. En el diseño e ilustración de etiquetas se acudió ampliamente a estas nuevas posibilidades de la cultura visual de la modernidad, al punto que son excepciones las que carecen de ellas. De hecho, la ilustración dominó de tal modo la escena de los impresos de la vitivinicultura que otras técnicas antiguas o nuevas, como el grabado o la fotografía, casi no se utilizaron. Asimismo, las tipografías de los textos responden a la libertad creativa que permitió la litografía, tan distinta a los moldes tipográficos de la imprenta tradicional, convirtiéndose también los logotipos en imágenes de impacto visual. Otro aspecto muy importante fue el uso de vistosos colores, tendientes a crear imágenes distintivas, evitando la monocromía que había sido característica del pasado. En cuanto a las ilustraciones, se observan grandes diferencias, pues algunas etiquetas presentan imágenes que muestran la mano de ilustradores con gran dominio de recursos plásticos y decorativos, mientras que otras están resueltas con formas sencillas.

La clasificación iconográfica de este acervo de etiquetas permite comprender la amplitud y diversidad de la cultura visual de la vitivinicultura mendocina durante las primeras décadas del siglo XX⁶⁰. Se pueden reconocer ciertos tópicos temáticos generales que adquirieron relevancia durante este período, como también algunas iconografías particulares.

59. PAS, Hernán F. (2011), pp. 12-14.

60. La clasificación se realiza a partir de las marcas de vinos, cuando ellas coinciden con el nombre de la industria se las coloca solas, sino con el nombre de la empresa entre paréntesis.

a) La imagen corporativa

Uno de los temas más comunes en las etiquetas mendocinas fueron los racimos de uvas y bordelesas, como referencia del producto que se elaboraba y vendía, siguiendo el modelo tradicional de imagen corporativa⁶¹. En general, las etiquetas contaban con dos racimos ubicados a los lados del logotipo, uno de uvas negras y otro de uvas blancas, lo que era una inconfundible referencia al contenido –vino– del envase. En excepciones se representaba un solo tipo de uvas, o se incluía un tercer tipo, las uvas rosadas. Este tipo de etiquetas resultaban prácticas porque podían usarse para vender vino blanco o tinto, y la variedad se especificaba en los espacios libres del rótulo, de acuerdo a la partida. Por lo tanto, estas sencillas etiquetas eran el caballito de batalla para la conquista de mercados.

Las ilustraciones muestran los racimos de uvas sostenidas por un tallo y pendiendo de un sarmiento, con hojas y zarcillos. No se representan variedades determinados, sino que los racimos son estereotipados como de uvas de granos redondos de piel clara u oscura. También se presentaban racimos en forma de viñetas ornamentales, guardas, orlas, y a modo de tapiz, trabajados en estilos naturalistas o decorativos. Representativas de este amplio conjunto resultan las etiquetas de los vinos Arizu, Adela (Mosso), Ministro (Mosso), Matilde (Mosso), Cavagnaro, Sillón y Toso.

En algunos casos se usaron bordelesas o toneles como imagen corporativa, ya sea acompañadas con racimos o sin ellos, como en Su Alteza (Peñasco), Barberal (Gabrieli y Baldini), Insuperable (Serré), Schmidt (Schmidt) y una canasta de uvas como en vino Passera (Passera). En otros, el fondo de la etiqueta imitaba la madera de una bordelesa, buscando la integración visual con el envase en que se exhibía: Sicre (Colinas de Panquehua), Moretti (Moretti) y Furlotti (Furlotti).

Etiquetas de vinos:

Matilde, Est. Vit. Mosso Hnos (Colección Privada).

Cavagnaro, Est. Vit. Jardín de Génova de David Cavagnaro (Colección Carcereri).

Adela, Est. Vit. Mosso Hnos. (Colección Carcereri).

Ministro, Est. Vit. Mosso Hnos. (Colección Carcereri).

Passera, Bga. Francisco Passera (Colección Colombano).

Su Alteza, Bga. Francisco Peñasco (Colección Colombano).



61. Este tipo de recurso ya apareció en la Antigüedad, pero especialmente las corporaciones medievales usaron productos o la imagen de ellos en las fachadas de talleres o comercios para atraer clientes. Ver: SATUÉ, Enric (2012), pp. 39-43.



b) El paisaje

El paisaje aparece representado en dos tipos: el principal fue el paisaje vitivinícola mendocino y un pequeño segmento estuvo dedicado a paisajes foráneos ligados a las colectividades de inmigrantes. A diferencia de otros lugares con una importante producción vitivinícola, en Mendoza no se desarrolló el paisaje urbano de vistas de la ciudad, cantinas o fiestas, y fueron excepciones las ilustraciones que no estaban relacionadas con la industria del vino, como paisajes pampeanos, del litoral o arboledas.

El paisaje vitivinícola mendocino:

La representación del espacio productivo como paisaje vitivinícola constituyó uno de los temas iconográficos por excelencia de las etiquetas de bordelesas mendocinas. Las imágenes mostraban el crecimiento agrícola e industrial mediante un paisaje de características distintivas⁶². Dentro de esta clasificación se dieron subtipos: el paisaje cultivado, el establecimiento industrial, la combinación de ambos, y los que incorporaban personas desarrollando actividades propias de la vitivinicultura. La cordillera de los Andes resulta un elemento referencial de la geografía e historia provincial, por lo cual se la coloca como fondo simbólico, modificando la orientación de cultivos o construcciones, para posibilitar una vista en sentido este-oeste.

Las imágenes del paisaje vitivinícola permitían promocionar un determinado vino y ofrecer al consumidor una imagen referencial del lugar de elaboración, legitimando la firma y su procedencia. Este tipo de iconografía resultó tan exitosa, que aun los industriales que contaban con establecimientos modestos por sus dimensiones o calidad constructiva también los plasmaron en etiquetas. Así, este tema constituye uno de los registros históricos más interesantes de la arquitectura industrial en las primeras décadas del siglo XX. Asimismo, el paisaje vitivinícola aparece como fondo iconográfico en muchos otros motivos (historia, costumbres y animales, que se tratan en otros puntos). Desde este punto de vista, se puede afirmar que la mayoría de las bodegas contaron con alguna etiqueta que plasmaba el paisaje vitivinícola local, ya fuera como tema principal o secundario.

62. Lo mismo se advierte en otros paisajes agroindustriales como los del café, azúcar, cereales, tabaco, yerba mate, etc., donde se van configurando estilos locales o regionales. CONTI, Alfredo (2011).

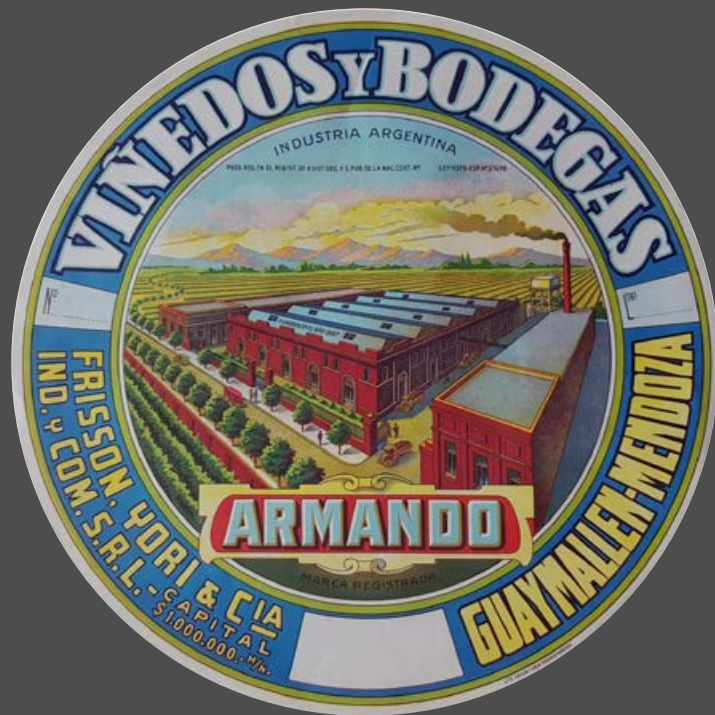
Etiquetas de vinos:

Sur, Bga. Arizu S.A. (Colección Pina).

Lágrimas Andinas, Est. Vit. Antonio Nerviani (Colección Colombano).

Armando, Bga. Frisson, Yori & Cía. (Colección Particular).

Perlas de Cuyo, Bga. Manuel Saez (Colección Colombano).



b)

En las ilustraciones de paisajes con viñedos, estos aparecen dispuestos en hileras que fugan hacia el horizonte, donde confluyen en una línea de álamos y en la Cordillera de los Andes. Se percibe la geometría configuradora de los cultivos y se ha privilegiado una perspectiva con un punto de vista alto para obtener una visión panorámica, captando el paisaje como totalidad y reflejando la gran extensión de los viñedos. La perspectiva macroscópica es compensada por un tratamiento sintético de las formas, para dar buena legibilidad a las imágenes. En general, se puede hablar de un realismo descriptivo, donde las imágenes cumplen una función simbólica y documental. Son ejemplos significativos las etiquetas: Sur (Arizu), Chachingo (Arizu), Cerutti, Don Tíndaro (Russo), Ordoñez, Ghilino, Barón, y Antonio Nerviani, entre otras.

Otro tipo son las etiquetas que mostraban los establecimientos industriales en el paisaje cultivado. La producción de vinos en gran escala había demandado la construcción de nuevas y modernas edificaciones que comprendían: bodegas con naves amplias, piletas de fermentación, depósitos, zonas de carga y descarga, oficinas, talleres y patios, además de las viviendas patronales y de los obreros⁶³. Estas admirables edificaciones sobresalían en el paisaje al modo de “fábricas de vino” o “catedrales del vino”, como se las llamaba hace un siglo⁶⁴. Constituyen imágenes documentales, ya que registran fielmente los edificios de cada empresa en particular, y los aspectos que hacen a la elaboración y distribución, por lo cual también tienen un fuerte sentido descriptivo. Algunas se insertan en el paisaje como Lágrimas Andinas (Nerviani), Costanza (Lorenzo Furlani) y Chachingo (Guillermo Videla); mientras que otras etiquetas privilegian lo edilicio como en Argumedo (Argumedo), Toro (Giol), Escorihuela (Escorihuela), Chapanay (Ciancio), Panquehua (González Videla), Simón Moreno (La Banderita), El Pilar (Casé) y Tonelli (Tonelli).

Muy interesantes son los casos en que estos complejos industriales aparecen representados en plena actividad, con las tareas de traslado de uvas, carga de bordelesas, las chimeneas humeantes, etc. Ello es más evidente en las ilustraciones de las etiquetas Armando (Armando), La Rural (Rutini), Domingo Tomba (Tomba), Lorenzo Vicchi (Vicchi) y Elefante (Bernardo Martínez). En menor medida, se verifica la representación del paisaje cordillerano sin aludir a los cultivos ni edificios, como en las etiquetas de vino Aconcagua (Toso), Potrerillos (Córica), Uspallata (Gras), Tupungato (Villanueva), El Andino (Méndez), y Pedro Brunet (Brunet).

Etiquetas de vinos:

Cerutti, Bga. Manuel Cerutti
(Colección Colombano).

Costanza, Est. Vit. Lorenzo Furlani
(Colección Carcereri).

La Rural, Bga. La Rural de Rutini
(Colección Pina).

Argumedo, Bga. Eleodoro Argumedo
(Cortesía Flia.Argumedo).

Chachingo, Bga. Guillermo Videla
(Colección Colombano).

Aconcagua, Est. Ind. Pascual Toso,
(Colección Pina).

63. GIRINI, Liliana (2008), en: MATEU, Ana María y STEIN, Steve (comp.), pp. 269-279; MORETTI-BALDÍN, Graciela (2008), pp. 114-135.

64. El término aparece en álbumes de Mendoza entre 1900-1920, pero también se usó en España. Ver: CIRICI NARVÁEZ, Juan Ramón (2002), pp. 99-107.



b)

Paisajes de la inmigración europea

Entre los motivos de la iconografía del vino mendocino se encuentra la representación de paisajes foráneos. Se trata de referencias a los lugares de origen de los inmigrantes radicados en la provincia entre fines del siglo XIX y principios del XX, especialmente italianos y españoles. En los paisajes se destacan: vistas de ciudades, costas del mar Mediterráneo, faros, volcanes y algunos lugares con una importante tradición vitivinícola. Como ha señalado Lacoste, se aprovechó la toponimia de esos lugares y vinos para acreditar la producción local⁶⁵. Las ciudades de origen de los inmigrantes se convirtieron en lugares de memoria y de identidad, al mismo tiempo que contribuían para atraer a ciertos grupos de inmigrantes como consumidores.

Algunos motivos de Italia resultan muy reconocibles como el volcán El Vesubio (Cangiani y Donna), o las vistas de ciudades: Veneciana (Agostini), Vino tipo Capri (Cangiani y Donna), Monterosa (Basso, Tonellier), Trento (Gabrielli y Baldini), Catania (Pécora) y Colina Monferato (Antonelli). Algunos industriales italianos se volcaron por destinos más específicos, como el Monte Santa María que era una propiedad donde los Nerviani tuvieron viñedos, Colina Gatinara (Cerutti) donde la bodega mendocina tiene atrás un paisaje típico del Piamonte, o Spluga (Cangiani y Donna) que muestra el excepcional paso de los Alpes recorrido por un trineo. De España se encuentran las etiquetas que se enfocan en el mar y las costas con sus destacados faros como en Enosis (Arizu), El Faro (Arizu) y El Benicarlando (A. Foix).

Etiquetas de vinos:

El Vesubio, Bga. El Vesubio de Cangiani y Donna (Revista La Quincena Social).

Veneziana, Bga. Veneziana de Juan Agostini (Revista La Quincena Social).

Trento, Bga. Gabrielli y Baldini (Álbum Molins y Dantil).

Spluga, Est. Vit. Cangiani y Donna (Álbum Molins y Dantil).

Monte de Santa María, Est. Vit. Antonio Nerviani (Colección Pina).

Colina Gatinara, Bga. Manuel Cerutti (Colección Pina).

Balkan, Bga. Esteban Suden (Colección Carcereri).

El Benicarlando, Bga. A. Foix e Hijos (Colección Pina).



65. Para este autor, el uso de topónimos europeos en la Argentina formó parte del proceso de europeización de la vitivinicultura moderna en Argentina, y del accionar de los inmigrantes a quienes considera como los verdaderos creadores de la vitivinicultura moderna. Ver: LACOSTE, Pablo (2003), pp. 315-325.



c) Figuras y escenas costumbristas

Un interesante conjunto de etiquetas es de temas costumbristas, donde las personas representadas reflejan mediante sus características físicas y vestimentas determinados orígenes, oficios, costumbres o valores. Aparecen figuras aisladas, en parejas o en grupos, generalmente ante el paisaje vitivinícola, y con menos frecuencia frente a la bodega o en su interior. Las imágenes están relacionadas a los álbumes o colecciones de láminas de tipos y costumbres que circularon en Europa y América por varios siglos⁶⁶. Una importante característica de este conjunto es que en las etiquetas mendocinas no se representaron escenas urbanas, como pasó en España con sus cantinas, fiestas en patios y escenas de bailes como el flamenco, o en otros países⁶⁷. En lugar de mostrar el espacio de consumo y la clientela, las ilustraciones locales se volcaron a exhibir el paisaje y las actividades de la vitivinicultura, es decir, el ámbito de cultivo, producción y distribución con sus diversos trabajadores, aun cuando muchas bodegas estaban ubicadas en el contexto urbano. También aparecen algunas escenas pampeanas, con tema gauchesco. Otro conjunto interesante son las etiquetas que ofrecen tipos regionales de las colectividades extranjeras, especialmente de españoles.

Figuras y escenas de costumbres locales y nacionales

Las figuras y escenas de costumbres locales estuvieron estrechamente ligadas a paisajes o establecimientos vitivinícolas, donde se muestran los trabajadores en sus actividades cotidianas. Dentro de esta galería de tipos sociales, cobra importancia la figura del peón como personaje característico del trabajo de campo en Mendoza, particularmente de los viñedos.

En ciertas escenas aparecen hombres y mujeres ensimismados en el trabajo de los viñedos, sobre todo cosechando, al terminar sus tareas, con las vestimentas típicas de trabajo y portando canastos repletos de uvas, como en Aurora (Christensen), La Faena (Ciancio), El importador (Granata), La Celia (La Celia), La marchigiana (Catena) y La Balear (Mateu).

Algunas etiquetas aluden a los lugares de origen como indicadores de la etnia y costumbres, como en El mendocino (Puelles), El cuyano (J. Martínez) y El inmigrante (Esteller). En otras, las diferentes actividades y roles son caracterizadas por El Capataz (Ruiz), El baquero (Baquero), El colono (Arizu) y Juan Pueblo (Blenghini).

Un repertorio menor pero interesante, son las imágenes de tema gauchesco como tipo característico de la región pampeana y de la identidad nacional. El gaucho es caracterizado como un personaje seguro de sí mismo, con su típica vestimenta (chiripá, botas, poncho, cinturón con rastra y sombrero), a veces aparece con la china o paisana, en grupos que comparten el mate, la guitarra y el asado, como en El trago (Ambrosio), Gaucho sin rival (Pepa), El recuerdo (Giordano), El parejero (Arizu) y Vidalita (Barraud).

Etiquetas de vinos:

Aurora, Bga. Christensen, Endrizzi y Cía. (Colección Pina).

El importador, Est. Vit. Carmine Granata (Cortesía Bolsa de Comercio de Mendoza).

La Faena, Bga. Ciancio, Frugoli & Cía. (Colección Pina).

El cuyano, Bga. La Violeta de Juan Martínez (Colección Colombano).

El inmigrante, Bga. Francisco Esteller e Hijos (Colección Colombano).

El recuerdo, Est. Vit. Giordano Hnos. (Colección Colombano).

El Mendocino, Est. Vit. José Puelles y Cía (Colección Pina).

El colono, Bga. Arizu S. A. (Colección Pina).

Juan Pueblo, Bga. José Blengini e Hijos (Colección Colombano).

66. Sobre costumbrismo en Argentina se recomienda: PAS, Hernán F. (2011); DE RUEDA, María de los Ángeles (2021), en: DE RUEDA, María de los Ángeles y Otras (coord.).

67. GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (1999).



c)

Figuras costumbristas de la inmigración europea

Un tema corriente en la iconografía del vino mendocino fue la representación de figuras costumbristas foráneas. Se trata de referencias directas a los países o regiones de origen de los inmigrantes radicados en la provincia entre fines del siglo XIX y principios del XX. Las mismas aluden a etnias, personajes típicos y costumbres de los países de origen como un modo de mantener la memoria y la identidad. En general están representados como trabajadores o bebedores. Dentro de esta iconografía se desarrollaron ampliamente los tipos costumbristas de distintas regiones de España, cuyo desarrollo en las artes gráficas de la península ibérica los convirtieron en un género muy importante⁶⁸. Los industriales españoles, particularmente zaragozanos, vascos y catalanes, crearon un repertorio de figuras mostrando sus indumentarias típicas. Los ejemplos más importantes son El vazquito (López), El aragonés (Escorihuela), El zaragozano (Escorihuela), Colosal (Escorihuela) y El catalán (Moga). Los italianos representaron algún bebedor levantando una copa o al lado de una bordelesa, como en Buena Nueva (Dutto) y El Pensador (Giacomelli).

Etiquetas de vinos:

El Pensador, Est. Vit. L. Giacomelli y Hnos. (Bol. Of. Nac. 1908).

Buena Nueva, Est. Vit. José Dutto e Hijo (Álbum Arg. Gloriandus).

El catalán, Est. Vit. Enrique Moga (Colección Colombano).

Colosal, Est. Vit. Escorihuela (Cortesía Bga. Escorihuela Gascón).

El vasquito, Bga. José López e Hijo (Colección Colombano).

El zaragozano, Est. Vit. Escorihuela (Cortesía Bga. Escorihuela Gascón).



68. El tema de los regionalismos en las etiquetas de España ha sido profundamente tratado por GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (1999).



d) La mujer como alegoría de la Vendimia

La mujer como símbolo de la vendimia ocupó un lugar fundamental en la iconografía mendocina. Los historiadores han demostrado ampliamente que, en Mendoza, la mujer desempeñó un importante papel en el trabajo vitivinícola. Este tema permitía destacar dos aspectos significativos: la abundancia y riqueza de los frutos de la tierra, y el paisaje vitivinícola mendocino como fondo, con los cultivos y los edificios industriales. En el presente estudio son consideradas como alegorías porque se exalta la idea de “vendimia” más que el trabajo de cosecha en sí. Es evidente la impronta costumbrista que tiene este tema.

En general, estas vendimiadoras se tiñen de un regionalismo particular: amplias faldas, blusas, delantales, pañuelos en el cabello y una actitud desenvuelta. Suelen llevar un racimo de uvas o un canasto repleto de vides como en Abundancia (Groezinger), y La Platense (Martínez). En este conjunto se encuentran las que refieren a regiones de España, como La granadina (Pelegrina), La castellana (Moreno), Ampurdanesa (Mascort), y a Italia, como Catania (Catania), Contadina (Nerviani) La pinorolesa (Re), La adriática y La veneciana (Citón), La udinesa (De monte) y Toscana (Sanmartino). También los industriales provenientes de otros países aprovecharon para reivindicar sus patrias mediante las toponimias y figuras características, como La alemana (Strittmatter y Hilbing), La libanesa (Saliba) y La trentina (Sartori).

Un último conjunto está formado por imágenes de mujeres que, sin ser propiamente alegorías de Vendimia, reflejan la importancia de la mujer en la vitivinicultura, ya sea por su trabajo como por sus vínculos familiares con los empresarios. Reflejan un costumbrismo que se acomoda a los gustos y modas de la época. Algunas muestran un tipo ideal de belleza femenina, mientras que otras son retratos. En este amplio conjunto están: La Florida (Giol), Flora (Arizu), Dorila (Armando), La regalona (Panelli), Juanita (A. Wainer), El confidente (Ciancio), Pitusa (Polenta), Faccini (Faccini) y La coqueta (Francisco González). Acá cabe mencionar a La machona (Armando), una de las excepciones donde aparece el lugar de los consumidores mientras juegan una partida de póker, destacándose la actitud osada de la mujer al compartir espacios y juegos que, según los criterios de la época, se consideraban propios de los hombres.

Etiqueta de vino:

Contadina, Bga. Antonio Nerviani
(Colección Carcereri).



d)

Etiquetas de vinos:

La Platense, Est. Vit. Bernardo Martínez y Cía. (Colección Colombano).

Abundancia, Est. Carlos Groezinger (Cortesía Flia. Argumedo).

La udinesa, Bga. De Monte Hnos. (Colección Colombano).

Catania, Bga. Domingo Catania e Hijos (Colección Pina).

El confidente, Bga. Ciancio, Frugoli & Cía. (Colección Pina).

Dorila, Bga. Armando Hnos. (Colección particular).

La Regalona, Bga. Armando Panelli & Hnos. (Colección Colombano).

La machona, Est. Vit. Armando Hnos. (Colección particular).





e) Mitología e historia antigua

La iconografía que aborda la antigüedad del vino estuvo referida a la civilización egipcia y grecorromana, buscando afirmar el sentido milenario de la elaboración y consumo del vino. Simbólicamente estas relaciones buscan reforzar la idea de que los establecimientos vitivinícolas mendocinos conocen y valoran las tradiciones del pasado.

La cultura egipcia fue simbolizada mediante pirámides, grandes extensiones de desierto, faraones, palmeras y camellos. Los casos más notorios son los de los industriales Filippini y Anselmo Cremaschi. El primero, con el vino Pirámide, recurrió a las reconocidas tumbas de los faraones la IV dinastía ubicadas en Giza, mientras que A. Cremaschi expresó su profunda admiración por el universo de los soberanos egipcios con la marca El Faraón donde aparece Ramsés II manejando un carro de guerra. Otros ejemplos interesantes que remiten a Egipto son El camello (Basso y Tonnelier) y Los tres leones de oro (Rópolo, Serra y Franceschini) y Oasis (Luis Cremaschi).

En cuanto a la mitología grecorromana, particularmente se plasmó mediante la iconografía de Baco, dios del vino, generalmente representado como un niño o como un joven desnudo, bebiendo, cubierto por racimos de uvas y coronado de pámpanos. A veces, aparece con bordelesas y en estado de ebriedad, como en Baco (Barraquero) y Baco (Sicre). Otro tema mitológico es Mercurio, dios romano del intercambio y el comercio, caracterizado por su casco y sandalias aladas, sosteniendo el caduceo o vara con serpientes enroscadas: Beretta (Beretta), El Perseverante (Sentinelli) y Brunori (Brunori). En El fulet (Sardi), Pan, el dios griego de la naturaleza y la música aparece haciendo sonar su encantadora flauta a personas y animales. Una etiqueta particular es la de Tittarelli con la figura de una victoria alada que sostiene sobre su cabeza racimos de uvas.

Etiquetas de vinos:

Brunori, Bga. Brunori Hnos. (Álbum Moliu y Dantil).

Baco, Est. Vit. Alfonso Sicre (Revista La Quincena Social).

Baco, Bga. Honorio Barraquero (Álbum Argentino Gloriandus)

Pirámide, Est. Vit. Luis Filippini (Colección Colombano).

Faraón, Est. Vit. Anselmo Cremaschi (Colección Colombano).

El Fulet, Est. Vit. Carlos Sardi (Cortesía Flia. Sardi).

Tittarelli, Bga. Enrique Tittarelli (Colección Pina).





f) Heráldica

Los escudos, considerados desde el punto de vista de la imagen y simbología, han resultado un tema de gran interés en las etiquetas europeas porque estaban ligados al mundo de la nobleza y caballería medieval. Originalmente, constituían una pieza defensiva que cubría el cuerpo del guerrero. Luego, se convirtieron en un instrumento de prestigio social, con insignias que determinadas naciones, familias de linaje noble y corporaciones utilizaban y poseían a perpetuidad por derecho propio⁶⁹. Por ello, los escudos adquirieron valor como símbolos de legitimación social y comercial de propietarios e industrias. Fue común el uso de escudos coronados por yelmos, plumas y lambrequines, como aparecen en las etiquetas de vino Citón (Citón), El escudo (Juan Cremaschi) y Sardi (Sardi).

Los motivos más destacados fueron el águila y el león. El águila era representada como figura heráldica, de frente con alas desplegadas –águila exployada-, y el león en forma rampante y de perfil, tal como aparecen en los vinos Tirasso (Tirasso) y La Montaña (Jensen) respectivamente. Muchas etiquetas presentan figuras heráldicas, sin estar enmarcadas con escudos como: León (Furlotti) y Colomé (Giol). Asimismo, las construcciones fortificadas de tipo medieval fueron concebidas como motivos heráldicos: El fortín (Badano) y Dos torres (Gei). Es necesario destacar que los leones de las etiquetas de los italianos Ignacio Gei y Pedro Bataglia constituyen leones alados referidos al evangelista San Marcos, protector de Venecia. Otras etiquetas usaron escudos y banderas como en Cuatro naciones (Correa Sarat) y Naciones hermanas (Calise).

Etiquetas de vinos:

Colomé, Bga. Giol (Cortesía Cristina Moreno)

El Fortín, Est. Vit. Carlos Badano (Colección Colombano).

Carlos Sardi, Est. Vit. Carlos Sardi (Cortesía Flia. Sardi).

Citón, Bga. Juan Citón (Colección Pina).

Dos Torres, Est. Vit. Ignacio Gei (Colección Colombano).

Cuatro Naciones, Est. Vit. José Correa Sarat (Colección privada).



69. MEYER, Franz S. (1994). pp. 661 y sig.



g) Historia política y cultural

Los temas históricos resultan variados dentro de la iconografía del vino. Mientras que en otros países, especialmente europeos, los monarcas o gobernantes ocuparon un lugar preponderante, en las etiquetas mendocinas prevaleció el tema de la independencia nacional mediante héroes, hechos históricos y figuras alegóricas. La historia sanmartiniana se hace presente a través de la batalla de Maipú (Beretta) y El Paso de los Andes (Quiroga). También aparecen temas generales de la independencia como: el Año 10 (Laborde), las figuras heroicas del general Belgrano (Camere y Piaggio) y del coronel Barcala (Flores), y soldados como en El artillero (Pereira) y El cañón (G. Cremaschi). Muy interesante es la alegoría de La Libertad (Escorihuela), donde una portentosa figura femenina con los símbolos del gorro frigio y un ancla, rodeada de bordelesas, aúna la idea de patria y progreso industrial.

Por su parte, algunos industriales extranjeros también celebraron figuras o hechos de sus respectivas naciones. El general Napoleón Bonaparte fue elegido por un francés para el vino El gran general (Giraud Billoud). Los españoles aludieron a las relaciones de la historia política con España mediante conquistadores vestidos con armadura y casco, que representan un personaje en particular o una idea general, como ocurre con Colombo (Buena Nueva), El conquistador (Escorihuela) y El batallador (Sardi). También se inclinaron a temas de historia cultural en Don Quijote (Arizu) y La raza (Aguinaga).

Dentro de este conjunto se puede considerar algunos personajes pintorescos de la historia cultural como en El japonés (R. Manen) y Geisha (S. Vasallo) que muestran el exotismo de Oriente; o de historietas de la época como las preferidas por la firma de Basso y Tonnelier con Fray Mocho y Sarrasqueta.

Etiquetas de vinos:

Maipú, Est. Vit. Emilio Beretta & Hijo (Revista La Quincena Social).

Paso de los Andes, Est. Vit. José L. Quiroga y Hnos. (Álbum Molins y Dantil).

Año 10, Est. Vit. Laborde Hnos. (Revista La Quincena Social).

Belgrano, Est. Camere, Piaggio & Cía. (Colección Colombano).

El cañón, Est. Vit. Guillermo Cremaschi (Colección Pina).

Libertad, Est. Vit. Escorihuela (Cortesía Bga. Escorihuela Gascón).

El gran general, Est. Vit. Ernesto Giraud Billoud e Hijos (Colección Carcereri).

Don Quijote, Bga. Arizu S.A. (Colección Pina).

Fray Mocho, Bga. Basso, Tonnelier y Cía. (Colección Colombano).





h) Religión

La iconografía religiosa fue poco utilizada en las ilustraciones mendocinas, a diferencia de otros lugares como en España donde se representaron numerosos santos y personajes religiosos (monjes, curas, monaguillos, etc.). Mientras que varios nombres de establecimientos estuvieron ligados a lo religioso, la gráfica de la vitivinicultura de este período se volcó especialmente hacia temas profanos⁷⁰.

Bodega La Superiora presenta en su etiqueta una joven religiosa rodeada de uvas, que se volvió una imagen emblemática del establecimiento. También se encuentran algunos vinos con nombres de santos y santas que tenían iconografías correspondientes, como: Santa Teresa (Rodríguez y Cabrini) y San José (Anaya). En ellas se advierte la copia o inspiración en estampas religiosas populares más que de las ilustraciones de la industria vitivinícola.

Existen algunos casos novedosos en que se imitaron pinturas célebres, cuestión que en otros países fue común y acá excepcional⁷¹. Uno de los ejemplos más icónico es El Ave María (D. Colombo), basada en "El ángelus" (1857-59) de Jean Francois Millet, pero reinterpretada como cosechadores en oración delante de un paisaje típicamente mendocino con una canasta repleta de uvas. La etiqueta de Salvarredi muestra a tres figuras degustando vino en el interior de una bodega, aludiendo en clave pintoresca a la producción vitivinícola de los monasterios y el gusto de los religiosos por sus productos, tema que fue común en la pintura costumbrista europea. Otro caso es la ilustración en la etiqueta del vino Canaán (Sanmartino) que proviene de la historia bíblica, con dos israelitas que recogen un gran racimo de uvas colgado de una vara, pero introduciéndola en un paisaje mendocino, con los viñedos y la cordillera de los Andes al fondo. Por último, es importante destacar que también se recurrió a los angelitos regordetes propios del arte renacentista, como aparece en el vino Dos Angelitos (Ignacio Gei).

Etiquetas de vinos:

El Ave María, Est. Vit. Domingo Colombo (Revista La Quincena Social).

Dos angelitos, Bga. Ignacio Gei (Revista La Quincena Social).

La Superiora, Est. La Superiora (Colección Pina).

Santa Teresa, Bga. Rodríguez & Cabrini, (Colección Pina).

Canaan, Bga. Sammartino (Colección Colombano).

Salvarredi, Bga. Salvarredi (Colección Colombano).



70. La toponimia religiosa ha sido tratada por LACOSTE, Pablo (2003), pp. 315-325.

71. SALDAÑA TRIGO, José; REPETO PRIETO, Juan (2009).



i) Animales

Un tema común en la iconografía de las etiquetas fueron los animales. Dentro de este conjunto se encuentra una diversidad muy amplia, que va desde animales grandes y exóticos hasta insectos pequeños y corrientes. Es evidente que los gustos y criterios de los comitentes fueron muy diversos, pero se puede deducir que las ilustraciones de animales resultaban imágenes muy reconocibles a los fines de publicidad de las numerosas marcas de un mercado productivo y comercial muy grande. Además, la representación de animales en las artes ha estado relacionada con la atribución de ciertos poderes como la fuerza, la tenacidad, la capacidad para cazar y adaptarse a condiciones extremas, entre otros.

Existieron marcas de vino como: León (Furlotti), Elefante (Martínez), Girafa (Malnis), Oso ruso (Pavlovsky), Hiena (Mosso), Guanaco (Mosso), Ballena (Videla), Toro (Gioli), Loro (Piccione), La abeja (Schlieper), Cigüeña (El Globo), Foca (Tomba) y El pingü (Latino y Del Bono), que eran ilustrados con los respectivos animales.

Algunos ejemplos de ilustraciones de animales aparecen en otros temas, como en las etiquetas de escudos y las de establecimientos industriales. De hecho, algunas de estas marcas de animales empezaron con una etiqueta que era una simple ilustración del animal, y luego se le anexaron otros elementos, como un paisaje o una bodega.

Etiquetas de vinos:

Cigüeña, Est. Vit. El Globo
(Revista La Quincena Social).

El Camello, Bga. Basso, Tonnelier y Cía.
(Revista La Quincena Social).

Oso ruso, Bga. La Purísima de Aaron
Pavlovsky (La Vit. en Argentina en 1910).

Hiena, Est. Vit. Mosso Hnos. (Colección
privada).

Ballena, Est. Vit. Guillermo Videla
(Colección Colombano).

Los tres leones de oro, Bga. Los tres
leones de oro de Ropolo, Serra y
Franceschini (Colección Pina).

La abeja, Est. Vit. R. Schlieper (Colección
Colombano).





j) Objetos diversos

Existe una gran diversidad de temas representados en etiquetas que estuvieron ligadas a significados especiales de los comitentes, o las oportunidades de adquirir una marca registrada y con etiqueta lista para usar. Entre ellas se pueden considerar a las etiquetas de vinos Tijera (Mosso), Estrella (Labadens), Las flores (Manen), Corona férrea (Nápoli), Cuatro ases (Cremaschi) y La chispa (González Salazar), entre otras. Se trata de motivos simples, generalmente sobre un fondo de color.

Dentro de este conjunto un interés especial revisten las diversas formas de locomoción, tema fundamental del progreso tecnológico. En las etiquetas de alrededor de 1910, aparecen carros tirados por mulas para acarreo de uvas o bordelesas, y trenes en el entorno de la bodega, dando la pauta de que contaban con desvíos y acceso del ferrocarril a la propia empresa, cuestión que era muy especial y pocas bodegas tenían. Hacia 1920 la adquisición de pequeños camiones marca una etapa muy interesante en el transporte y comercialización de vinos, al punto que en las ilustraciones de algunas etiquetas se anexaron sus nuevos sistemas de transporte frente a las bodegas como símbolo de modernidad y eficiencia. Es el caso de las etiquetas como El Pilar (Casé) y La Marchigiana (Catena), en que hay versiones sin y con vehículos delante de la bodega. Una imagen de enorme interés es la ilustración Surgen (Arizu), donde se muestra el recorrido del tren desde la bodega a diferentes destinos. En la etiqueta Vía libre (Armando) aparece el guarda dando paso libre al tren que viene desde la bodega se aproxima a la estación con el paisaje vitivinícola de fondo, mientras que en Albricias (Zardini) se muestra un tren atravesando un campo cultivado a gran velocidad y con muchos vagones de carga.

Otro conjunto de ilustraciones aludían directamente a los avances en materia de transporte, como fue el automóvil, el globo, el aeroplano y el avión, mostrando claramente la fascinación de la época por los adelantos tecnológicos. En este tema se pueden considerar El Globo (El Globo), que muestra los primeros avances en materia de conquista aérea, tal como ocurría en la época y El Biplano (Paganotto) que aparece recorriendo los campos cultivados y el establecimiento industrial de la firma.

Etiquetas de vinos:

El Biplano, Bga. Juan Paganotto (Revista La Quincena Social).

Tijera, Est. Vit. Mosso Hnos. (Colección privada).

Corona férrea, Est. Vit. Boero, Nápoli & Cía. (Colección Carcereri).

Cuatro ases, Est. Vit. Cremaschi Hnos. (Colección Colombano).

Globo, Bga. El Globo (Colección Colombano).

Albricias, Bga. Zardini y Cía. (Colección Colombano).

Vía Libre, Est. Vit. Armando Hnos. (Colección particular).





Esta clasificación iconográfica permite comprender las formas de comunicación y estrategias que los industriales usaron para ofrecer sus productos. Dentro del conjunto estudiado se puede afirmar que el mayor porcentaje de motivos lo ocuparon: las vides y toneles, el paisaje vitivinícola, las figuras costumbristas en los viñedos y bodegas, y la mujer como alegoría de vendimia. Como se ha señalado antes, a diferencia de otros lugares donde las etiquetas de vino se valieron ampliamente de paisajes urbanos, particularmente tabernas y lugares de festejos como las de Jerez de la Frontera, en Mendoza el paisaje representado fue principalmente el del espacio agrícola e industrial (cultivos y fábricas). Además, el paisaje vitivinícola mendocino se convirtió en un eje articulador de otros temas.

Otra temática relevante aparece en relación al costumbrismo tanto local y nacional como de la inmigración. El costumbrismo estuvo particularmente ligado a la actividad vitivinícola, si bien se sumaron otros temas como el gauchesco. Un especial lugar tuvieron las figuras costumbristas que aluden a regionalismos y nacionalismos de las comunidades extranjeras residentes en Mendoza. Mientras que los italianos mostraron predilección por la representación de paisajes nativos, los españoles lo hicieron por las costumbres propias de sus lugares de origen. Pero todos los empresarios, nacionales y extranjeros, se sumaron a mostrar mujeres como alegorías de vendimia, aprovechando además para recalcar los orígenes a través de su clasificación regional.

Entre 1920 y 1930 se aprecia un crecimiento y consolidación de paisajes y costumbres en las etiquetas de bordelesas, cuando más firmas apelaban a contar entre sus marcas con alguna etiqueta de estos temas. Justamente estos motivos –paisaje y costumbres– tuvieron un gran desarrollo en las ilustraciones y pinturas de los artistas viajeros que, a partir de expediciones científicas o movidos por intereses personales, exploraron el territorio americano registrando sus condiciones geográficas, sus habitantes, su flora y fauna para su conocimiento científico y explotación económica⁷². Las “vistas” de los diferentes lugares eran difundidas mediante álbumes y estampas, y la tradición se continuó durante el siglo XIX por artistas nativos. De manera que, a través de las artes gráficas, el paisaje y las figuras costumbristas se generó un tipo de representación de carácter descriptivo y documentalista que sirvió de modelo hasta avanzado el siglo XX.

Pero las vistas del paisaje vitivinícola mendocino de las etiquetas de bordelesas tienen un objetivo y sentido muy particular: son la afirmación y legitimación del progreso industrial y cultural provincial como producto de sus habitantes, donde la descripción es resultado del contacto cotidiano y natural con el territorio, las actividades y costumbres. Es justamente su amplio desarrollo dentro del acervo de bordelesas, lo que convirtió al paisaje vitivinícola mendocino en una imagen referencial que se posicionó como un sello de

identidad. Constituyó uno de los mecanismos de difusión y promoción más importantes de las riquezas naturales y culturales de la provincia. Y es en el contexto de las artes gráficas, más que en la pintura de la época, donde el paisaje vitivinícola ocupó un lugar central, suma de un escenario rural, agrícola, industrial, social, económico, histórico y, por ende, cultural.

14. Cambios en la etiqueta de vino La Granadina del Est. Vit. de J. Pelegrina:



a) La etiqueta hacia 1910 (La Vitivinicultura Argentina en 1910).



b) La etiqueta en la década de 1920, con cambios en la figura, el paisaje y la tipografía (Álbum de Molins y Dantil).

Otro aspecto a considerar son las permanencias o cambios que, a través del tiempo, revistieron las etiquetas en general o las ilustraciones en particular. Las modificaciones que a través del tiempo, se les hacía al diseño o a las ilustraciones dependían de las necesidades o criterios de cada empresa: algunas permanecieron sin modificaciones a lo largo del tiempo, mientras que a otras se les agregó algún elemento o se modificaba un aspecto de la ilustración, y varias tuvieron una gran transformación.

Una situación común se debió a la adquisición de una industria por otra firma, por lo tanto, se encuentran las mismas etiquetas con distintos dueños o nombres de la sociedad, como es el caso de los vinos Aurora (A. García / Christensen), El conquistador (Cornú / Arizu), y León (Lava / Furlotti). Generalmente eran cambios a nivel textual, pero también se aprovechó la oportunidad para hacer arreglos en las ilustraciones, como pasó con el vino León. En relación a las modificaciones en las ilustraciones se pueden mencionar como ejemplos: en la marca Toro (Girol y Gargantini) la figura del toro fue modificada hacia 1910 por un animal más adulto y robusto; en el vino La granadina (Pellegrina) se cambió la figura femenina; en la marca Tirasso (Santa Ana) se renovó la imagen del águila; y en las mencionadas etiquetas como El Pilar (Casé) y La

Marchigiana (Catena), se les agregó un camión delante de la bodega. En muchas etiquetas se incorporaron medallas o diplomas de los premios obtenidos en certámenes nacionales o internacionales, como se pueden verificar en las de Toro (Giol) y de Citón (Citón) posteriores a 1910.

15. Cambios en la etiqueta de vino La marchigiana de Bodega de N. Catena:



a) La etiqueta en su forma original (Colección Pina).



b) La misma etiqueta con un camión delante de la bodega (Colección Colombano).

Existen dos etiquetas que nos permiten establecer claramente las grandes transformaciones que se hicieron en pocos años. La etiqueta del vino Elefante de Bernardo Martínez originalmente presentaba al animal levantando sus patas delanteras sobre un tonel y alzando una copa de vino con la trompa. Es interesante que el tonel tiene la marca de la firma grabada a fuego en la tapa. Posteriormente, la etiqueta fue modificada mediante la representación de la bodega con el paisaje cordillerano de fondo y figuras realizando diversas actividades con un fuerte sentido descriptivo y narrativo: traslado de bordelesas, carga de carros y partida de los mismos. A los lados, dos escenas menores muestran el interior de las naves de la bodega con los grandes toneles de fermentación. El elefante pasó a ubicarse arriba, en un medallón, en medio de un viñedo con la cordillera al fondo. Además, se agregaron racimos de uvas y dos medallas de oro obtenidas por la bodega en 1910. Un detalle particularmente interesante es el frente del tonel donde el elefante apoya sus patas que fue cambiado también, y en lugar del anagrama marcado a fuego con dos M, de Martínez y Morist (los propietarios de la firma en ese momento), se colocó la imagen de la nueva etiqueta. De modo que esta etiqueta muestra los cambios operados en la identificación de las bordelesas por esos mismos años.

16. Modificaciones de la etiqueta de vino Elefante, del Est. Vit. de B. Martínez:



a) Registro de marca con anagrama en la tapa de la bordelesa, 1901 (Bol. Of. Nación).



b) El nuevo modelo de etiqueta hacia 1910 (Colección Pina)



c) Detalle del motivo del elefante (Colección Pina)

La etiqueta Girafa de Luis Malnis ofrece una situación semejante. Originalmente consistía en una jirafa comiendo las hojas de un árbol arbustivo, con un paisaje de fondo donde se aprecian pirámides, aludiendo indudablemente a Egipto. Luego, la etiqueta pasó a contar con la representación de tres grandes naves de bodega y un edificio de administración, en medio de amplias extensiones cultivadas de viñedos y con obreros realizando diversas tareas. La imagen de la jirafa fue ubicada en una cartela en la parte superior de la etiqueta, y rodeada con cuatro grandes racimos de uvas blancas y negras, y cuatro medallas obtenidas por la firma. El motivo original de la jirafa también fue cambiado porque desaparecieron las pirámides del fondo, con lo cual toda la etiqueta adquirió un mayor sentido local.

17. Modificaciones de la etiqueta de vino Girafa de la Bodega J. Malnis:



a) Etiqueta original hacia 1910 (Álbum Argentino Gloriandus).



b) Etiqueta con las modificaciones de años posteriores (Cortesía Flia. Malnis).



c) Detalle de la jirafa (Cortesía Flia. Malnis).

La publicidad gráfica del vino mendocino

Cada época ha recurrido a diversos modos de anunciar sus productos. Siguiendo a Eguizábal, se puede considerar que la publicidad como fenómeno moderno se produce con el surgimiento de la “publicidad impresa”, distinta de la actividad de anuncios que se había desarrollado antes. Esto permitió el surgimiento de la publicidad de masas. Una de las características más importantes es que la ciudad se convierte, como ha señalado el mismo autor, “en un gigantesco escaparate”. Este proceso también abarcó el interior de los comercios, donde la concentración de productos en un mismo espacio, originó la necesidad de diferenciar los productos entre sí atendiendo a que las etiquetas fueran llamativas⁷³. Los kioscos de venta de diarios y revistas también se convirtieron en lugares de exhibición de los nuevos impresos. Asimismo, aparecieron carteles en el espacio público, y una de las figuras más novedosas de esta cultura gráfica: el pegador de carteles.

En Mendoza, los industriales de la vitivinicultura coincidieron en la implementación de varias estrategias publicitarias. Por un lado, ya se ha visto que el interés por vender y posicionar la producción de vinos llevó a un amplio uso de las etiquetas con imágenes fácilmente identificables como mecanismo de publicidad. Las etiquetas de bordelesas se convirtieron en el instrumento propagandístico por excelencia de las bodegas, dado que la imagen viajaba largas distancias en el envase mismo del producto.

Pero el aspecto más interesante es el uso de las etiquetas como elemento de propaganda en periódicos, revistas y carteles. Es decir, fue la propia etiqueta la que literalmente se convirtió en una propaganda en sí misma y con la ventaja que la publicidad impresa de la época estaba ligada a un público masivo. En el ámbito local, hasta fines del siglo XIX, la publicidad impresa consistía sobre todo en avisos de texto en un sencillo marco cuadrangular, y a partir del siglo XX aparecen imágenes en las propagandas, ya sea por fotografías o ilustraciones. A medida que diarios, revistas, boletines, etc. incorporaban espacios para anuncios, los mismos eran utilizados por la pujante industria vitivinícola. En principio, mediante textos en que se describían los tipos de vinos que ofrecía cada firma. Hacia 1910, se advierte un gran cambio: se implementó el uso de etiquetas en los avisos como herramienta publicitaria y se inició una nueva época en la cultura visual mendocina. Las grandes etiquetas circulares de bordelesas se convirtieron en la imagen del vino y en la imagen de la empresa. Es decir que, de la conjunción entre producto y empresa que proveían las etiquetas de barricas, derivó otra función: el aviso publicitario.

Establecimiento Bernardo Martínez & Cia
& Vitivinícola &

Soliciten en toda la República los Vinos
“ELEFANTE” y “PLATENSE”



MEDALLA DE ORO
 EXPOSICION INDUSTRIAL DEL CENTENARIO
 BUENOS AIRES 1910
 SAN FRANCISCO (CALIFORNIA)
 1915.

MARCAS REGISTRADAS

Bernardo Martínez & Cia

Productos Genuinos elaborados con uva de cepas selectísimas de las que han dado merecida fama a la región de Chacras de Coria

18. Publicidad del Est. Vit. de B. Martínez con imagen de la papelería comercial que ostenta las etiquetas de los vinos Elefante y La Platense hacia 1920 (Revista La Quincena Social).

Armando Hnos.
 VILLA NUEVA
 GUAYMALLEN



Teléfono 1561 Mendoza

La nueva bodega en construcción que principiarán a trabajar en el año próximo tendrá capacidad para 30.000 (treinta mil) bordesas con todas las maquinarias modernas.



19. Publicidad del Est. Vit. Armando, con las imágenes de las etiquetas de vinos de bordesas: Armando, Dorila, La Machona y Via Libre hacia 1920 (Revista La Quincena Social).

20. Papelería comercial del Est. Vit. Passera con la imagen de la etiqueta de vino en bordelesa, 1913 (Colección Privada).



Otro elemento importante ligado a la impresión y publicidad gráfica vitivinícola fue el uso de papelería comercial, donde aparecen interesantes diseños en los cuales se incorporan las etiquetas de bordelesas como membrete. De hecho, muchas veces los propios membretes eran usados como propagandas en revistas y boletines. Entre los ejemplos se pueden mencionar la papelería de la firma Bernardo Martínez, de Luis Tirasso, de Pedro Morichetti, y la de Brandi, entre otras.

En principio, los grandes ejemplos de publicidad de la vitivinicultura mendocina se encuentran en dos grandes álbumes destinados a tener difusión en toda la República: el Álbum Argentino. Provincia de Mendoza: el *Álbum Argentino Gloriandus* realizado con motivo de la Exposición Industrial de 1910, y *La Vitivinicultura en Argentina en 1910*, del Centro Vitivinícola Argentino. En ambos, la publicidad de las bodegas consistió en reseñas sobre los fundadores y de los productos que se hacían, con numerosas fotografías de los mismos y de los establecimientos, al mismo tiempo que se comienzan a incorporar las etiquetas de cada empresa. Además, las fotos de los establecimientos muestran, en numerosas ocasiones,

21. Publicidad de Bodega Mosso exhibiendo bordelesas con sus grandes etiquetas en el patio (Revista La Quincena Social).



las bordelesas con sus etiquetas dispuestas a la vista, a modo de publicidad de los vinos. A lo largo de la década del '10 se fueron insertando publicidades en publicaciones periódicas de tirada nacional como el *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, *la Revista Mensual B.A.P.*, *Caras y Caretas*, entre otras.

Ya en la década de 1920 muchas industrias se publicitan en diversas revistas y periódicos con imágenes de etiquetas, como también con amplias notas donde tienen lugar la foto del propietario, la bodega, las marcas de vino mediante sus etiquetas, la papelería comercial, y algunos pergaminos o medallas obtenidas en exposiciones industriales. Es decir, en el término de una década se sumaba toda una parafernalia publicitaria de gran envergadura. Interesantes ejemplos son las notas-propagandas de *La Quincena Social*, revista del ámbito local donde los distintos empresarios fueron legitimando su lugar en la escena social mendocina. Muchas veces estas reseñas eran acompañadas por fotos de la familia del industrial y de la vivienda o chalet patronal de la bodega. Es decir, se configuró un esquema de publicidad exhaustivo y complejo, que abarcaba todas las formas posibles que brindaba la cultura gráfica.

ESTABLECIMIENTO VITIVINÍCOLO JUSTO PELEGRINA

BELGRANO, 909 — GODOY CRUZ — MENDOZA



Exterior y escritorio del establecimiento



Uno de los grandes cuerpos de bodega en construcción

Solicítense nuestros productos en toda la República.

Vino especial "La Granadina"

Elaboración propia con uvas seleccionadas.

Elaboración anual hectáritas 40.000



Representantes:

En Buenos Aires: Sr. Braulio Nieto, Paraguay, 4747.— En Rosario: Sr. Blas Gallo e Hijos España, 750.— Sr. Gabriel Marzano, Córdoba, 1140.— Señor A. Colombo Leoní, Entre Ríos, 1019.— Sr. Domingo Questa, Presidente Roca, 680.— En Córdoba: Sr. Fernández y Chércoles, Chacabuco, 123.— En Santiago del Estero: Sr. Fernández y Chércoles, Tucumán, 354.



22. Publicidad del Est. Vit. de J. Pelegrina característica de la década de 1920, con fotos de la industria, un diploma obtenido en Roma, y 3 etiquetas de las marcas: Pelegrina, La Granadina y Lepanto (Revista La Quincena Social).

23. Marca de vino El Aragonés de Est. Vit. Escorihuela presente en:

Uno de los recursos más interesantes de la cultura visual mendocina, que demuestra la fascinación por las imágenes en el contexto de la vitivinicultura local, se encuentra en el efecto de multiplicación a que se recurrió. La finalidad persuasiva de la publicidad se transformó en un instrumento retórico del discurso iconográfico. Esta multiplicación aparece, en principio, como propio de la proliferación de envases con la misma etiqueta en la bodega, en carros, un vagón de tren, o en un comercio. Este sentido de crecimiento y propagación de la imagen publicitaria es resultado de la expansión productiva que vivían las propias industrias, de un aumento asombroso en los cultivos y elaboración de vinos. En este contexto se gestó el efecto de repetir la etiqueta dentro de la propia etiqueta. Son muchos los ejemplos que existen, pero uno de los más interesantes es el del vino El aragonés de Escorihuela, donde aparece la figura de un aragonés sentado sobre una bordelesa, y en la tapa de dicha bordelesa se presenta la etiqueta del aragonés sentado en una bordelesa, como también en las demás bordelesas de la nave. Se trata de uno de los ejemplos más extremos de aliteración de la imagen.



a) Etiqueta de bordelesa (Cortesía Bga. Escorihuela Gascón).



b) Medallón en la fachada de la bodega (foto actual).



c) Medallón de bronce conservado en el interior del establecimiento (foto actual).

En algunos casos, los industriales realizaron copias escultóricas de las etiquetas, seguramente para incorporar y mantener la imagen en los propios edificios industriales o con materiales que se consideraban imperecederos. La Bodega Escorihuela presenta en el acceso de su fachada principal un medallón con la imagen de El aragonés y en el interior se conserva un medallón de bronce donde se replica la etiqueta. La Bodega Giol hizo colocar imágenes de toros en las fachadas y encargó medallones de bronce con la imagen del toro, dispuestos actualmente en interior. También la Bodega Barraquero tenía una imagen de Baco en mármol en su fachada.

Indudablemente, la imagen más ejemplificativa de la importancia que tuvieron las etiquetas como imágenes empresariales sea la del Anuario Kraft de 1932, donde las principales bodegas mendocinas son identificadas a través de las marcas de vino que producen mediante sus principales etiquetas de bordelesas.

PRINCIPALES BODEGAS

 SALVADOR ABATE Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 ALEMANO Hnos. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 CARLOS AMBROSIO Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 GENARO AMBROSIO Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 BERNARDO C. ARCAU RAPTO Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 ARIZURI Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000
 Hnos. A. y S. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 FRANCISCO F. CALISE Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 PABLO CASALE Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 MANUEL CERUTTI S. A. Ltda. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 EMILIO C. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000
 Hnos. A. y S. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 DOMENICO & Cia. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 EUGENIO DOMERGUE Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000
 FLORIO MARINOVICH Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 BARTOLOMÉ MÁRQUEZ Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 BERNARDO MARTÍNEZ & Cia. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 MEARDI Hnos. y DALLA TORRE Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Sus. Roger Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000
 JUAN PIATTI Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 CAYETANO PICCONI Ltda. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 SANTIAGO POUJADE Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000
 Bodegas y Viñedos de SERRA y Cia. Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodegas y Viñedos de Hnos. SERRANO Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 NATALIO SPOSATO Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000	 Bodega y Viñedos Calle 10 de Mayo N.º 100 Tel. 1000

ANTONIO R. CASAL

REPRESENTANTE DE BODEGAS Y DESTILERIAS

Agente de la Compañía Nacional de Seguros COLUMBIA

INCENDIO MARÍTIMOS CRISTALES
ACCIDENTE OBRERO AUTOMOVILES VIDA

NECOCHEA 165 • TELÉFONO 1004 • MENDOZA

MELEGARI &

DROGAS PARA BODEGAS Y F.

LABORATORIO QUÍMICO IN

ATENCIÓN PERSONALMENTE POR MEN

Experto en Químico: Doctor ROBERTO SACCCHI y E

LAVALLÉ 109 • TELÉFONO 11445

AS DE LA PROVINCIA DE MENDOZA ANUARIO KRAFT 1932

 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000	 BARRAL Bodega y Viñedo de BARRAL Calle 10 de Mayo 100 - Mendoza Tel. 1000
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

24. Principales bodegas de Mendoza en 1932 identificadas a través de las etiquetas de vino en bordelesas en el Anuario de la Industria y Comercio en Argentina de Kraft (Cortésia R. Colombano).

SACCHI ARMACIAS INDUSTRIAL BUENOS AIRES MENDOZA	RICCARDI & MARELLI REPRESENTACION DE BODEGAS NECOCHÉA 78 • TELÉFONO 3900 • MENDOZA	CAMILO RODRIGUEZ DIAZ DISEÑADOR TÉCNICO ESPECIALISTA PARA PLANOS DE BODEGAS 9 DE JULIO 1466 • MENDOZA	PEDRO PAGANO MADERAS PARA VIÑAS Y ALAMBRADO - PÓSTER - MUEBLES PUNTO - BODEGAS - VINO DE AGUARDIENTE Y PUNTO - VINO PARA PUNTO DE VINO Avenida LAFINUR y ESPAÑA • TELÉFONO 1111 • SAN LUIS - F.C.P.
---	---	--	---

Consideraciones finales

Una vez que las etiquetas de bordelesas penetraron en el circuito de comercialización y promoción de la industria vitivinícola, ya no hubo vuelta atrás. Estos rótulos actuaban como elementos publicitarios, por eso se convirtieron en una herramienta tan importante como los productos que ofrecían. Las etiquetas, que hasta ese momento no habían tenido gran relevancia en el ramo de alimentos y bebidas de producción local, adquirieron un desarrollo exponencial, tanto en el aspecto cuantitativo como cualitativo. Todas las bodegas, fueran grandes o pequeñas, se vieron urgidas a contar con etiquetas si querían permanecer en un sistema tan fecundo como competitivo. Se estableció una alianza tan fértil entre imagen, producto y mercado, que es factible afirmar que la historia de la publicidad mendocina, y aún nacional, tiene un primer gran capítulo en las etiquetas de bordelesas de la vitivinicultura mendocina. Este papel no ha sido considerado todavía en la historia de las artes visuales, de las artes gráficas, o de la publicidad. Por ello, es necesario recurrir a pensar estas producciones sobre nuevas miradas y metodologías de análisis donde confluyan el arte, la industria, el diseño y la publicidad.

El acervo de etiquetas analizadas permite afirmar que las imágenes estimularon un sistema figurativo donde se plasmaron paisajes, personajes y costumbres que contribuyeron a afirmar y proyectar la identidad provincial en toda la República. La representación de algunos temas fundamentales como el paisaje agroindustrial, los tipos y escenas costumbristas, la mujer como alegoría de vendimia, entre otros, aparecen a la luz de esta investigación como propios de una profusa y valiosa ilustración gráfica que se desarrolló en forma simultánea al sistema de las “bellas artes”.

De esto se desprende que la ilustración e impresión gráfica, en este caso particular las etiquetas de bordelesas de vino de Mendoza, propiciaron una cultura visual más predominante y extendida que las artes tradicionales o cultas. Esto se debe a varios factores: la amplitud de temas que abordaban, la expansión geográfica que alcanzó su circulación, y por estar dirigida a públicos masivos en lugar de los estrechos circuitos tradicionales del arte (museos, galerías, anticuarios, etc.). Hasta el momento, se ha considerado el desarrollo de la cultura visual mendocina de las primeras décadas del siglo XX exclusivamente a través de la pintura. Pero, en el entorno de la industria vitivinícola aparecen ilustraciones de temas iconográficos y formas de resolución plástica que configuraron una cultura visual muy amplia y fecunda. Surgieron nuevas modalidades de representación del paisaje, la industria, la sociedad y las costumbres.

Muchos temas que fueron tomados por los ilustradores e industriales en las etiquetas de bordelesas generaron una suerte de exclusividad, como ocurre especialmente con el paisaje vitivinícola con vistas

de la Cordillera de los Andes, las grandes bodegas, las actividades en el campo, y los tipos costumbristas. Aunque el paisaje fue un tema común para los pintores e ilustradores de la época, se producen distintas formas de percibirlo y plasmarlo. Mientras que los pintores se orientaron a registrar el pedemonte o precordillera con la vegetación autóctona –xerófila– mendocina, o bien, amplias alamedas o vistosos sauces llorones de caminos en rincones suburbanos, el interés por mostrar el paisaje industrial en su mayor amplitud, llevó a los ilustradores a representar vistas panorámicas y descriptivas o narrativas que resultaban muy singulares porque se instalaban en la vanguardia de la industria gráfica y del progreso agroindustrial, económico y social de Mendoza. Esto permite comprender la ausencia, casi generalizada, del paisaje cultivado y cordillerano que se advierte en la pintura de la época, ya que se trataba de un tema ampliamente desarrollado en otro ámbito artístico y que se distinguía por el colosal volumen de imágenes que circulaban por todas las provincias de la República.

Una última consideración cabe a los temas propios de la inmigración europea, tanto de paisajes como costumbres. Si bien existe una clara intención en muchas etiquetas de reivindicar las naciones de origen, también se debe considerar que muchas de estas firmas contaban con marcas e ilustraciones que reivindicaban el paisaje y las costumbres locales. En este sentido, es importante tener en cuenta que la gran mayoría de los establecimientos industriales se encontraban en manos de extranjeros⁷⁴. Por lo tanto, no se puede pensar en una división clara entre lo local o nativo y lo extranjero o foráneo. De hecho, en este importante acervo de etiquetas el mayor volumen está dedicado a temas de paisajes y figuras locales, es decir, los propios extranjeros buscaban revalidar a Mendoza como su lugar de producción y riqueza.

Este desarrollo tan importante de etiquetas de bordelesas se cierra entre 1960 y 1970. En el año 1959 se sancionó la Ley de vinos N° 14.878, que aún está en vigencia, en reemplazo de la vieja ley 4.363 que regía desde 1904. En ella se ordenaba el fraccionamiento en botellas, aunque algunos industriales continuaron usando bordelesas por unos años más. Hacia 1970 las bordelesas fueron definitivamente prohibidas y se hizo obligatorio el embotellamiento.

Por último, cabe destacar que las etiquetas de botellas no tuvieron el gran desarrollo de imágenes que tenían las de bordelesas. Aun cuando la industria vitivinícola de Mendoza se ha posicionado como una de las mejores del mundo por la elaboración de vinos finos, particularmente el Malbec, las etiquetas se desvincularon de la antigua tradición. Recién en los últimos años está resurgiendo el desarrollo de temas e ilustraciones muy interesantes y diversas en las etiquetas de la industria local, y que adquieren una proyección internacional, al mismo tiempo que abren un nuevo capítulo para el estudio de las imágenes.

74. LACOSTE, Pablo (2003).

CAPÍTULO

04

Tiempos de estrategias

Mendoza en congresos y exposiciones
durante las primeras décadas del siglo XX

Pilar Dussel y Laura Piazzze

Introducción

En el marco de los estudios sobre ferias, exposiciones y congresos¹, este trabajo pretende analizar las diversas estrategias de representación que el Gobierno Nacional, la Provincia de Mendoza y las bodegas en particular, desplegaron en este tipo de eventos. Ellos constituían situaciones propicias para mostrar al mundo la producción vitivinícola y su entorno, así como las pretensiones de incorporarse al mercado nacional e internacional. Estos “torneos”, tal como se les denominaba en esa época, estuvieron signados por la necesidad de conquistar nuevos mercados y, a la vez, buscar nuevas inversiones y oportunidades de negocios. Para ello apelaron a diversos modos de exhibición, lenguajes artísticos y recursos gráficos. Estas búsquedas develan las tensiones entre presentarse en un escenario nacional o internacional y autorepresentarse desde una perspectiva local.

Los cambios en los modelos económicos operados por la revolución industrial y la necesidad de las naciones progresistas de crear nuevos mercados y puntos de venta hicieron que, a partir del siglo XIX, las ferias industriales, los congresos sobre producción y las exposiciones nacionales e internacionales se convirtieran en una novedad en expansión. Estos despliegues mostraban la competencia entre los distintos participantes. De manera simbólica, se articulaba un teatro de operaciones donde se medían las naciones modernas para mostrar sus progresos y particularidades. Inicia este tipo de “torneos” la “Exposición Nacional” de París, de 1798. Le seguirá Berlín, con su primera exposición industrial en 1822. En 1843, Londres se pliega a este modo de promoción que involucra a inversionistas, productores y gobernantes. Finalmente, se impone este modelo de museo efímero con la “Exhibición de las Industrias de Todas las Naciones”, en 1851, en el Crystal Palace de Londres. En Sudamérica Brasil, Chile y Argentina participaron en estos escenarios y ganaron varios premios, para luego incursionar ellos mismos con sus propias experiencias.

Los estudios sobre este tipo de eventos abren un espacio de reflexión sobre qué imagen de estado-nación promueve cada país, cómo se presenta y representa, y qué tipo de mirada se legitima en esta operación. En este sentido, Marta Penhos refiere que:

“Las grandes exposiciones de la segunda mitad del siglo XIX y las primeras décadas del XX pueden pensarse como un conjunto de escenarios en los que los países tenían la oportunidad de jugar un papel, de proyectar una imagen, de acuerdo con una selección de elementos relacionados con los proyectos de nación que cada uno lleva adelante”.²

1. Estos temas han sido tratados por Irina Podgorny, Laura Malosetti Costa, Andrea Lluch, Laura Vugman, Leoncio López Ocón, Marta Penhos, Jens Andermann, Álvaro Fernández Bravo, Carla Lois, Paula Bruno y Sven Schuster entre otros. Abordan desde diversas perspectivas teóricas la historia de la ciencia, la cultura visual, el cruce entre ciencia y arte, la historia de la cultura, y el estudio de exposiciones y sus repercusiones sociales, económicas y políticas.

2. PENHOS, Marta (2009), p. 59.

De manera que estos torneos resultaron la forma en que cada nación se mostraba al mundo como un país civilizado y progresista al tiempo que se medía con sus pares. El análisis de los lenguajes de los pabellones y su ambientación, la manera de exhibir productos, imágenes, dioramas, proyecciones y material ilustrativo permite analizar los intereses, objetivos y mecanismos de esa puesta en escena. Para medir el grado de modernización de un estado era imprescindible exponer sus adelantos científicos y técnicos, y también exhibir sus expresiones artísticas. La demostración de estos avances era en sí misma un motivo de curiosidad y expectativa por parte del público. Como sostiene López Ocón: “las exposiciones universales contribuyeron durante el siglo XIX a ser agentes de ese doble proceso de mundialización y mundanización de la ciencia”³.

A lo largo de la historia de las exposiciones se observa un notable incremento en el registro de participantes, en el tiempo en que se mantenían abiertas y en la cantidad de personas que visitaban estos encuentros. En la Exposición Universal de Londres de 1851 se registraron 6 millones de visitantes; a la de París, en 1867, asistieron 12 millones, y fueron 28 millones los que acudieron a París en 1889. Además de brindar posibilidades de negocios y la oportunidad de publicitar las riquezas industriales y naturales, también convocaban al público como lugar de recreación y paseo, donde se ofrecían entretenimientos y espectáculos. Allí el ciudadano común entraba en contacto con la cultura de otros países, lo que producían y sus peculiaridades. La alta afluencia de público era imprescindible para financiar estos proyectos. El tendido de nuevas vías de comunicación, sumado al gusto de la burguesía por concurrir a estos espacios de ocio, resultaron fundamentales para posibilitar la circulación y el acceso del público a estos eventos

Otro aspecto a tener en cuenta eran las oportunidades de negocios que generaban estas muestras. Implicaba para los organizadores mandar representantes a varios países del mundo, instalar, trasladar los materiales, realizar los catálogos, conformar las comisiones, elegir y catalogar los productos. El éxito o no se calculaba en el rédito que dejaban las entradas contra los gastos fijos que demandaba levantarlas. Lo que comenzó siendo una ganancia segura, con el tiempo y las dimensiones cada vez más espectaculares de los eventos, y la necesidad de superar a las anteriores, llevó a que no siempre se obtuviera un balance positivo.

Mendoza, un punto en el mapa

Argentina se presentó en estos eventos internacionales con un pabellón propio desde la Exposición de París de 1889. En las siguientes participaciones, se puede observar cómo las distintas regiones y provincias del país se hacen visibles a través de la exhibición de sus recursos, paisajes y producción. Cabe analizar las diversas estrategias de representación que el Gobierno Nacional, la Provincia de Mendoza y las bodegas en particular desplegaron en este tipo de eventos. Ellos constituían situaciones propicias para mostrar al mundo la producción vitivinícola y su entorno, así como las pretensiones de incorporarse al mercado nacional e internacional.

Estos torneos estuvieron signados por la idea de conquistar nuevos mercados y, a la vez, buscar nuevas inversiones y oportunidades de negocios. Para ello apelaron a diversos modos de exhibición, lenguajes artísticos y recursos gráficos. Estas búsquedas develan las tensiones y desafíos entre presentarse en un escenario nacional o internacional y autorrepresentarse desde una perspectiva local.

Para reflexionar sobre la participación de Mendoza se han seleccionado cuatro casos donde la provincia y el mundo del vino son representados con una intencionalidad que muestra variaciones en su visibilidad. Los eventos elegidos se encuadran entre las celebraciones de los Centenarios americanos y los conflictos europeos de la Gran Guerra.

A la vez, resultan ejemplos de alcances provinciales, nacionales e internacionales, con los desafíos que implicaban exponer en distintos escenarios. El primero y el último coinciden en celebrar los primeros cien años de las independencias de Argentina y Brasil. Ellos son la Exposición Internacional del Centenario de 1910 de la Revolución de Mayo, en Buenos Aires, y la Exposición Internacional de Río de Janeiro de 1922. El segundo y tercer ejemplo elegidos son el II Congreso Nacional de Comercio e Industria, realizado en Mendoza en 1913, y la Exposición Universal Panamá Pacífico de San Francisco, llevada a cabo en 1915 en EEUU.

En estos espacios se cruzaron el arte y la tecnología para producir una imagen de nación que mostraba la manera de construir una identidad hacia afuera y hacia adentro, acorde con las demandas regionales e internacionales que imponía la nueva industria vitivinícola mendocina. En el contexto local el desarrollo de la inmigración, los cambios sociales y políticos, y la encrucijada de los tiempos del centenario, obligaron a plantearse a principios de siglo XX qué perfil de nación se estaba construyendo. La tensión que mostraban los intelectuales entre el modelo europeo de nación y la nueva mirada de revaloración americanista se instala en los ámbitos de las ideas, las letras y el arte.

El Pabellón de Mendoza en la Exposición del Centenario, Buenos Aires 1910

En 1906, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires y la Comisión Nacional del Centenario⁴ inician la planificación de los festejos en torno a la Exposición Internacional de 1910 en Argentina. A diferencia de exposiciones internacionales anteriores, que se montaron en un predio especial donde se concentraban los pabellones y se desarrollaban las diversas actividades, en este caso, la propuesta de diseño de emplazamiento buscaba integrar distintas zonas y barrios de la ciudad a través de la articulación de espacios expositivos cerrados y abiertos. Por ello se realizaron varias obras entre las que se destacan la creación del Parque Centenario y el arreglo del Parque Tres de Febrero y de la Plaza del Congreso. Es en estas iniciativas donde se fusionaron influencias paisajísticas inglesas y francesas, que hacen visible la intervención del arquitecto y paisajista Carlos Thays, en ese momento director del Jardín Botánico.

La avenida Alvear, y la avenida Centenario, (actuales Libertador y Figueroa Alcorta), funcionaron como elementos vinculantes entre los espacios expositivos dispuestos en los Bosques de Palermo, a la vez que conectaban esta zona con la ciudad como había previsto Joseph Bouvard⁵.

En la propuesta se hace visible la intención de incorporar la naturaleza al paisaje urbano con el fin de

4. La comisión ejecutiva estaba compuesta por Manuel J. Guiraldes, Francisco P. Moreno, Ernesto Pellegrini y Luis Ortiz Basualdo, y luego se sumaron otros miembros, especialmente del campo de las artes y la arquitectura. Había también una comisión de Construcciones e Instalaciones. Ver: HERRERA, María José (2014), p. 42.

5. Joseph Antoine Bouvard (1840-1920 Francia) Visitó Buenos Aires en 1907 y diseñó varios proyectos para esa ciudad como el trazado de avenidas diagonales y espacios verdes. Véase: NOVICK, Alicia (1998), p. 7.

llamar al esparcimiento y al uso público, al adoptar un modelo finisecular de ciudad donde imperaban los principios estéticos, higienistas y de recreación igualitaria, a la vez que se dejaba constancia de la consolidación del progreso. Esto se evidenciaba en la creación de espacios verdes, que integraban elementos naturales y artificiales como miradores, estanques, fuentes, balaustradas, obras de arte y monumentos conmemorativos. Algunos de ellos fueron obsequiados por los países participantes de los festejos del Centenario como de las colectividades residentes en el país.

En mayo de 1910 comienzan los festejos en Buenos Aires con un desfile en Avenida de Mayo seguido de la inauguración oficial y apertura de las cinco exposiciones internacionales: Agricultura y Ganadería, Ferrocarril y Transporte Terrestre, Higiene, Industria y Artes. La de Industria, con el fin de promover la producción regional del país, incluía pabellones provinciales. La Exposición Internacional de Artes, a diferencia del resto, que estaban emplazadas en Palermo, se encontraba en la Plaza San Martín. Se sumaban a este conjunto los pabellones representantes de otros países participantes. Además, había una serie de diversas construcciones destinadas a la recreación, como el Teatro de la Exposición, el cable carril, los panoramas, la noria y otros entretenimientos⁶.

Como en otras exposiciones internacionales, los diseños arquitectónicos de los pabellones buscaban proyectar una imagen de riqueza, progreso y modernidad del país que representaban o de la institución que los erigía. Sus aperturas se fueron dando paulatinamente desde julio hasta noviembre, en la medida en que se terminaban de construir y habilitar. Se generó así un clima de continuas inauguraciones que incentivó la asistencia de visitantes hasta la clausura de la exposición, en enero de 1911.

Las trabas burocráticas en la asignación de las partidas presupuestarias y los reclamos obreros demoraron la construcción y habilitación de algunos de los edificios. Como contracara del clima de fiesta, el contexto social del momento estaba marcado por conflictos, huelgas, disturbios ante el intento de control de las ideas anarquistas y socialistas por parte del estado con la sanción de la Ley de Residencia.

Como se mencionó, fueron parte de la Exposición Industrial los pabellones provinciales de Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Córdoba, Tucumán y Mendoza, que contaron con edificios propios, mientras en un pabellón independiente se nuclearon Catamarca, Santiago del Estero y el Territorio del Chaco.

6. La Nación (1910, noviembre 14) "Exposición del Centenario", primera sección, p. 10.

Expectativas y demoras en la inauguración del pabellón mendocino

La apertura oficial del pabellón provincial estuvo a cargo del gobernador Rufino Ortega (h) (1910-1914). Para la construcción se contó con una asignación de fondos otorgada en parte por el gobierno de Emilio Civit (1906-1910)⁷, otra aportada por el Congreso y el resto por la Bolsa Vitivinícola. En junio de 1909, se conformó una comisión encargada de proponer el programa de los festejos provinciales y en abril de 1910 se autorizaron los gastos⁸. Fue uno de los últimos en ser inaugurado. Los festejos de su apertura comenzaron el 6 de noviembre a las dos de la tarde, cuando llegó el gobernador Rufino Ortega (h) acompañado de ministros nacionales, provinciales y una comisión de industriales⁹ elegidos por el Poder Ejecutivo. Los invitados fueron ocupando sus lugares en una tribuna emplazada para el momento de los discursos, que estuvieron a cargo del presidente de la Nación, Roque Sáenz Peña, del presidente de la Unión Industrial, Luis Baibiene, y del gobernador mendocino.

I. El pabellón de Mendoza.
Su inauguración (Inv.
93159_A, Archivo General
de la Nación, 1910).



7. Mensaje a la Ley N° 525 del 9 y 10 de febrero de 1910, en: PROVINCIA DE MENDOZA (1925), Recopilación de Leyes (1896-1924), Tomo XII, pp. 4555-4558.

8. PROVINCIA DE MENDOZA (1910). Registro Oficial de Mendoza, 1911. Tomo I. pp. 426-427.

9. La comisión nombrada por el Poder Ejecutivo para concurrir a la inauguración estuvo formada por más de medio centenar de miembros, entre ellos, representantes del gobierno e industriales de Mendoza que exponían en ese evento. El listado pormenorizado se encuentra en: El Debate (1910, octubre 22). "Exposición Industrial, El Pabellón de Mendoza", p. 9.

2. El teatro de la Exposición Industrial (Caras y Caretas, 1910).



Antes de dar por inaugurado el pabellón, se sirvió un lunch en el salón del primer piso del edificio en el que se ofrecieron productos mendocinos como tabletas, dulces, aceitunas y cerezas, además de gran variedad de vinos. En los jardines, la Banda Municipal de Policía y la del Regimiento 6 de Línea tocaban la Marcha de Ituzaingó y un popurrí de la ópera *Il Guarany* de Carlos Gómez, mientras en el hall del pabellón tocaba la “Banda de la Exposición” y, al mismo tiempo, en el circo se montó una representación para niños. A continuación de estos festejos, la comitiva oficial se trasladó a inaugurar el pabellón conjunto de las provincias de Catamarca, Santiago del Estero y el Territorio Nacional del Chaco. Por la noche se representó la comedia *Don Benito* y como cierre del festejo, en el predio hubo fuegos artificiales. En forma simultánea a los eventos, durante todo el día se proyectaron vistas de Mendoza en el Teatro de la Exposición. El filme realizado por el ingeniero Zambrano tenía una duración de dos horas y un total de cuatro mil metros de película cinematográfica, donde se mostraban las actividades sociales, industriales y comerciales de la provincia. Como mencionó la prensa:

“Las cintas pondrán a los ojos del público algunos de nuestros principales viñedos y establecimientos vinícolas, la animación que tiene nuestras calles en sus horas de mayor circulación, el movimiento diario de pasajeros y el proceso de vinificación desde la cosecha hasta el embarque de los vinos. Además, se exhibirán también algunas vistas panorámicas de la cordillera y de los balnearios de Cacheuta, Potrerillos y Puente del Inca”.¹⁰

10. Los Andes (1910, noviembre 10), “La Exposición Industrial. El Pabellón de Mendoza”, p. 6.

La demora en la apertura del Pabellón de Mendoza despertó mucha expectativa, lo que obligó a los organizadores a reforzar la frecuencia diaria de tranvías para facilitar el acceso del público, que pasó de 16.000 visitantes diarios a sobrepasar los 20.000 asistentes en ese día.

Una construcción efímera para un proyecto perdurable

El proyecto original del edificio fue encargado por el gobernador Emilio Civit al arquitecto Juan Zoosti y el constructor Carlos Mancellot¹¹, pero, a partir de la asunción de Rufino Ortega (h), se contrata para la obra al arquitecto ingeniero de origen italiano Carlos Atilio Locati¹². Fue también quien ideó el pabellón de la provincia de Tucumán que, junto a los de Córdoba y de Mendoza, se hallaban en los bosques de Palermo frente a los lagos del Parque Tres de Febrero.



3. El Pabellón de Mendoza en construcción (Los Andes 1910).



4. El pabellón de Mendoza (Los Andes, 1910).

11. Mensaje a la Ley N° 525, 9 y 21 de febrero de 1910, en: PROVINCIA DE MENDOZA (1925), Recopilación de Leyes (1896-1924), Tomo XII, pp. 4555-4558.

12. Atilio Locati (1869 Italia), se formó en el Politécnico de Milán y estuvo en Argentina en 1907. Realizó numerosas obras, entre ellas varios pabellones para la Exposición del Centenario como: la Compañía de Electricidad del Río de Plata, la Compañía Azucarera y Almidonera "Tigre", Gath & Chaves y la Compañía General de Fósforos. Véase: GUTIÉRREZ, Ramón y otros (2004), pp. 190-191.

El edificio que representaba a Mendoza superaba en presupuesto y metros cuadrados a los de otras provincias. El costo total del pabellón fue de \$100.000 m/n. La mitad del dinero fue aportada por el gobierno provincial, el Congreso dio \$30.000 m/n, y el resto, la Bolsa Vitivinícola. Las dimensiones y presupuestos de los pabellones de otras provincias fueron los siguientes:

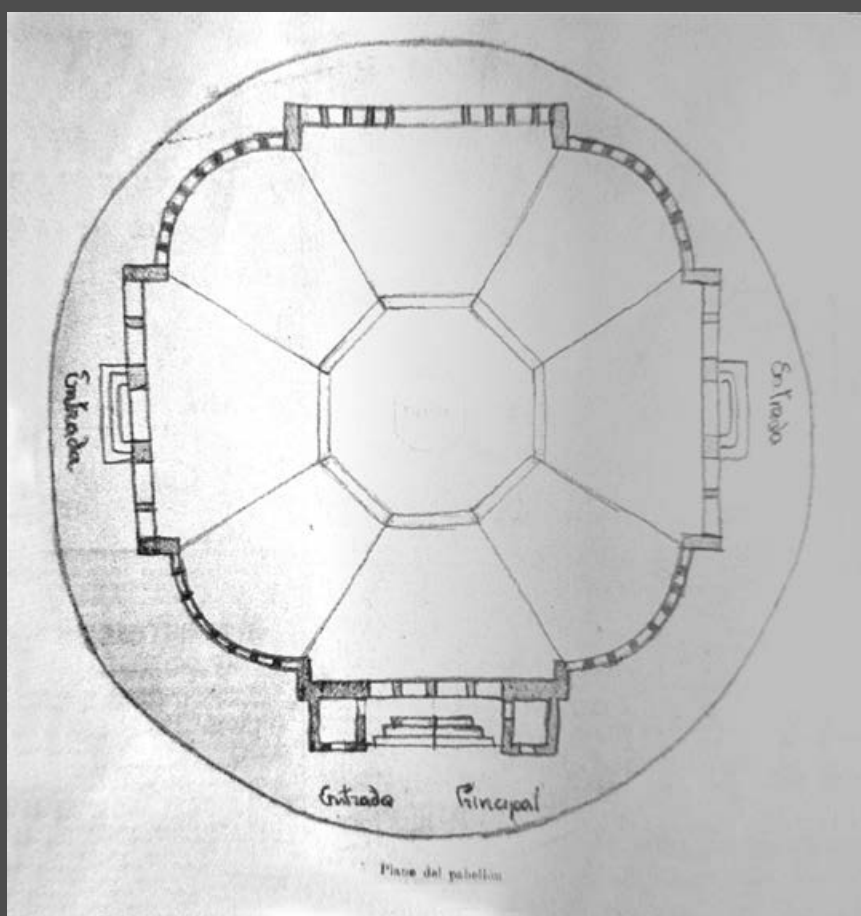
Provincia	Superficie cubierta	Presupuesto
Mendoza	1.600 m ²	\$100.000 m/n
Tucumán	1.000 m ²	\$54.000 m/n
Entre Ríos	800 m ²	\$60.000 m/n
Corrientes	600 m ²	\$34.000 m/n
Córdoba	450 m ²	\$32.000 m/n
Santiago del Estero, Catamarca y Territorio nacional del Chaco	250 m ²	\$28.000 m/n

El Pabellón de Mendoza fue construido sobre un armazón de hierro con una altura de 12 m en el cuerpo y 25 m en su cúpula. A partir de esa estructura metálica, la obra de carácter efímero se levantó en seco; el esqueleto original se cubrió y completó con mampostería y estucos. Tenía una planta entre octogonal y circular, y el alzado generaba un volumen muy interesante y novedoso. Fue pensado inicialmente para ser desmontado y reutilizado luego en la provincia como salón de exposición permanente de productos agrícolas e industriales. Se pensó instalarlo en alguna de las plazas principales de la Ciudad como la Cobos, Montevideo o Lima (actuales plazas San Martín, Italia y España)¹³ aunque esto no llegó a concretarse. La idea de reutilización era propia de este tipo de construcciones que, aunque eran creadas con sentido efímero para un determinado evento, eran desmontables y, por lo tanto, podían ensamblarse nuevamente. Esto ocurrió, por ejemplo, con el Pabellón Argentino de la Exposición de París de 1889, que fue reubicado en la Plaza San Martín de la Capital, y para esta fecha del centenario se lo usó para la exposición de Bellas Artes, y luego funcionó como sede del Museo Nacional de Bellas Artes por muchos años.

13. Ley N° 525, febrero 21 de 1910, en: PROVINCIA DE MENDOZA (1910) Registro Oficial de Mendoza, 1911, Tomo 1, pp. 229-230.



5. Exposición Industrial, El Pabellón de Mendoza (Inv. I42405, Archivo General de la Nación, 1910).



6. Plano del Pabellón de Mendoza (Los Andes, 1910).

El edificio mendocino, de profusa decoración, se imponía por su estilo clasicista, con resoluciones eclécticas donde se destacaban elementos de art déco y remates mixtilíneos. Constaba de dos plantas: la inferior para exposición de productos y la superior para presentaciones y conferencias. En el exterior, la fachada principal contaba una importante escalinata de acceso con cinco grandes puertas insertas en una gigantesca arcada de medio punto, a modo de arco cobijo, y con dos grandes torreones a los lados, que con sus 15 metros de altura abarcaban los dos niveles del edificio. En todo el perímetro exterior, el edificio tenía un gran aventanamiento y pilastras decorativas, y dos ingresos laterales sencillos. El techo era de forma abovedada y en el centro se destacaba una cúpula con ventanas de tipo termales y remataba en un lucernario coronado por un grupo escultórico de figuras que sostenían el escudo de Mendoza. El salón de la planta alta se comunicaba con el exterior por un balcón corrido rematado por una balaustrada exterior que llevaba el nombre de la provincia. Como señala Ramón Gutiérrez:

“Otro elemento de interés es que los –pabellones constituían– o pretendían hacerlo ‘la imagen’ del país o de la institución que los erigía. Ellos manifestaban en el imaginario público la ostentación de la ‘riqueza’, del ‘progreso’, de la ‘modernidad’, más allá de los valores de una arquitectura que expresaba ‘belleza’, ‘solidez’ y ‘funcionalidad’ como valores inherentes a su propia concepción”.¹⁴

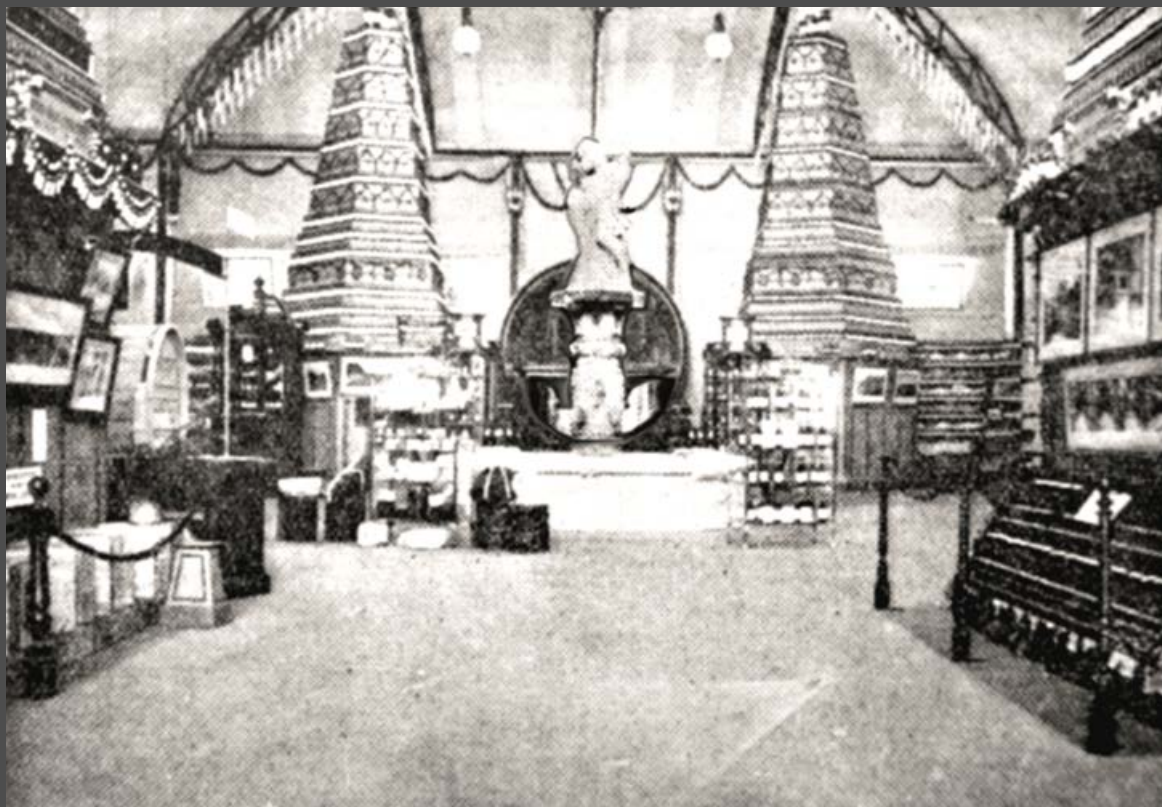
Como marcaban los tiempos modernos, todo el conjunto fue dotado de iluminación eléctrica. La planta ligeramente octogonal del pabellón se replicaba en el centro del salón de exposiciones a partir de un espacio conformado por ocho columnas de hierro que sostenían la cúpula. Bajo esta última y en el centro de este espacio había una fuente que medía cinco metros de circunferencia, ornamentada con una gran escultura de Baco de 14 metros de alto. Originalmente fue proyectada para funcionar con líquido que imitaba el color del vino pero que por inconvenientes técnicos nunca llegó a activarse. Cabe mencionar que el proyecto inicial proponía un “Niño Baco” para la fuente¹⁵, sin embargo, las fotografías del interior del pabellón dan cuenta de una figura adulta en posición sedente.

14. GUTIERREZ, Ramón (2006), p. 180.

15. El primer boceto para la fuente interior del Pabellón fue publicado en: Los Andes (1910, agosto 7), “La Exposición Industrial. El Pabellón de Mendoza. La representación de la industria vitivinícola”, p. 6.



7. Proyecto de la fuente a ubicarse en el centro del pabellón
(Los Andes, 1910).



8. Parte Central del Pabellón de Mendoza. Foto J. Coronado (La Viticultura Argentina, 1910).



9. Vista de las columnas interiores (Boletín del Centro Vitivinícola, 1910).

Cada una de las columnas que rodeaban el espacio de la fuente estaban cubiertas por un tipo de mobiliario expositivo en forma de pirámide, que alcanzaba una altura de doce metros. Tenían capacidad para exhibir dos mil doscientas botellas, entre las que se podían encontrar grapas, vinos finos y comunes, blancos y tintos, de variedades europeas y criollas. En su parte inferior, a modo de base, presentaba paredes planas, que fueron aprovechadas como soporte de una serie de vistas fotográficas de bodegas. El costo de cada una de estas pirámides de madera fue de \$2.000 m/n y lo afrontaron las bodegas expositoras de Ricardo Palencia, Miguel Escorihuela, Domingo Tomba, Benegas Hnos., Arizu Hnos. y Rufino Ortega (h). La Bodega Giol y Gargantini optó por exponer en dos columnas.

La vitivinicultura se presenta

A través de la exposición de productos se buscaba visibilizar las industrias locales como reflejo del progreso adquirido por la provincia. Además de la industria vitivinícola, también estuvieron presentes la Escuela Nacional de Vitivinicultura, el Centro Vitivinícola Nacional, así como las industrias frutihortícolas, olivícolas, mineras y otros emprendimientos. Existieron dos vías de acceso por las cuales los expositores aspiraban a presentarse en este pabellón. Una, a través de las reglas de participación establecidas por la Comisión de Jury, y otra, en carácter de “fuera de concurso”.

Si bien en el interior del pabellón se procuró mostrar que todas las actividades productivas de Mendoza estuvieran representadas, la industria vitivinícola fue la que dominó la escena, al marcar la modalidad de exhibición y ocupar mayor cantidad de espacio. Esto quedó de manifiesto al ubicar en el centro del pabellón una gran fuente que relacionaba la mitología con el vino.



10-a. Inauguración del pabellón de Mendoza con la asistencia del Presidente de la República y Ministros. Detrás de ellos el tonel expuesto por la Bodega Escorihuela (La ilustración Sud Americana, 1910).

10-b. Tonel expuesto por la Bodega Escorihuela en la actualidad.





II-a. Tonel de la Bodega Giol. Foto de R.F. Morey (Álbum de Mendoza. Reseña Geográfica, Política, Cultural, Histórica, Comercial e Industrial, 1939).

II-b. Tonel de la Bodega Giol. en la actualidad.



Además de las pirámides expositivas, recursos que buscaban impacto visual a través de la exposición serial y abigarrada de objetos, otra manera de motivar al público fue apelar al efecto de monumentalidad. Tres bodegas siguieron la tendencia internacional de exponer gigantescos toneles artísticos. Uno pertenecía a la firma Barraquero, se encontraba a la entrada del pabellón. Lo habían mandado a construir a Francia, en roble tallado y contaba con una puerta que permitía entrar a lavarlo¹⁶. Por su parte, la bodega Giol y Gargantini exhibió otro tonel, que obtuvo el primer premio en la categoría vasija más grande del mundo. Trabajado en roble de Eslovenia y traído desde Nancy, presentaba al frente un trabajo escultórico en bronce que aludía a una escena de vendimia. En la parte inferior, un relieve reproducía la imagen del establecimiento y la casa patronal. A los lados, dos cabezas de toro a modo de medallones aludían a la principal marca de la empresa¹⁷. La bodega Escorihuela también presentó un tonel artístico decorado con altorrelieve de madera que representaba al dios Baco enmarcado por parras y acompañado por niños que portaban canastos con uvas¹⁸. Este también fue encargado al Establecimiento de tonelería mecánica de Adolphe Fruhinsholz, fabricante de toneles de roble cuyos agentes comerciales operaban en Mendoza¹⁹. Llama la atención que la prensa menciona que también se expuso un tonel de cemento del Sr. Giussani²⁰.

16. De este tonel no se tiene registro fotográfico, pero sí algunos datos: pesaba 20.000 kg, medía 4 m. de ancho por 5 m. de alto, con capacidad de 65.000 litros. En la sucesión de María Bertha Barraquero, se consigna un tonel artístico de 647 hectolitros existente en la Bodega familiar, ubicada en Godoy Cruz. Datos extraídos de: AGPM, Expediente sucesorio de Barraquero, María Bertha (1919) 1026, Segunda Pieza, fojas 333 y 421.

17. El tonel presenta una capacidad de 75.000 litros, y 2,35 m de alto. Fue declarado Patrimonio Cultural de la Provincia de Mendoza por Ley N°5814/1991 y donado a la Municipalidad de Maipú por Ley provincial N°6085/1993. Actualmente se encuentra en la antigua Bodega La Colina de Oro. Véase: RUIZ, María Cristina (2001), p. 33 y FAVRE, Patricia (2017), pp. 180-181.

18. Este tonel mide 2,40 por 4 m de ancho y tiene capacidad de 63.000 litros. Actualmente se encuentra en Bodega Escorihuela, departamento de Godoy Cruz. Véase: FAVRE, Patricia (2017), pp. 168-169.

19. PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2012), pp. 21-22.

20. La Industria (1910, noviembre 11), "Ecos de la exposición. Opiniones de la prensa", p 5.

Las bodegas contribuyeron a la construcción de espacios de exposición con sus propios instrumentos de producción, con el fin de ambientar y motivar el consumo del vino nacional en un momento en que la moda privilegiaba los vinos franceses. Además de los grandes toneles artísticos, se exhibieron barricas y toneles, se recurrió a armar glorietas adornadas con guirnaldas de botellas y tapas de barricas con etiquetas identificatorias de las marcas de los vinos y de las bodegas productoras. Entre los expositores de vinos figuran Honorio Barraquero, Domingo Tomba, Rufino Ortega Hnos., Elías Villanueva e hijos, Manuel Escorihuela, Ricardo Palencia y Cía., Rutini y Cavagnaro, Isaac Chavarría, José Orfila, Luis Baudrón, Agustín Piccione e hijos, Scaramella Hnos., Giol y Gargantini, Arizu Hnos., Arturo Dacomo y Cía., Benegas Hnos y Cía., Bernardo Martínez y Cía., José Dutto e hijos, José Orechea, Fortunato Partané, y J. P. Norton.

Como actividades que complementaban las muestras, se organizaron catas de vinos en llamativos envases, como los de la firma Von Toll, o distintas estrategias, como las que destaca este comentario de la prensa:

TODO ARGENTINO TIENE EL DEBER DE INTERESARSE
POR LA INDUSTRIA NACIONAL

En el
Pabellón de Mendoza
de la
Exposición Industrial
que se inaugura
el domingo próximo

**Obsequiaremos á todos
los visitantes con una co-
pita del delicioso vino dulce**

Moscatel Rosado Palencia

Lo hacemos para que todos puedan probar este excelente producto que hace honor a la industria nacional.
Con \$ 1.20 puede Ud. comprar una botella y pone en su mesa un vino que adoptará para siempre.

Bodegas de RICARDO PALENCIA y Cia.
Estación General San Martín (Mendoza).
Representantes en Rosario de Santa Fe:
ECHENQUETU y CASAS, Santa Fe, 961-

Para datos e informes dirigirse al único representante en Buenos Aires:
Martin Lissarrague Carlos Pellegrini 808 Teléfono: Unión 107 (Central)-
Coop. 833 (Central)-

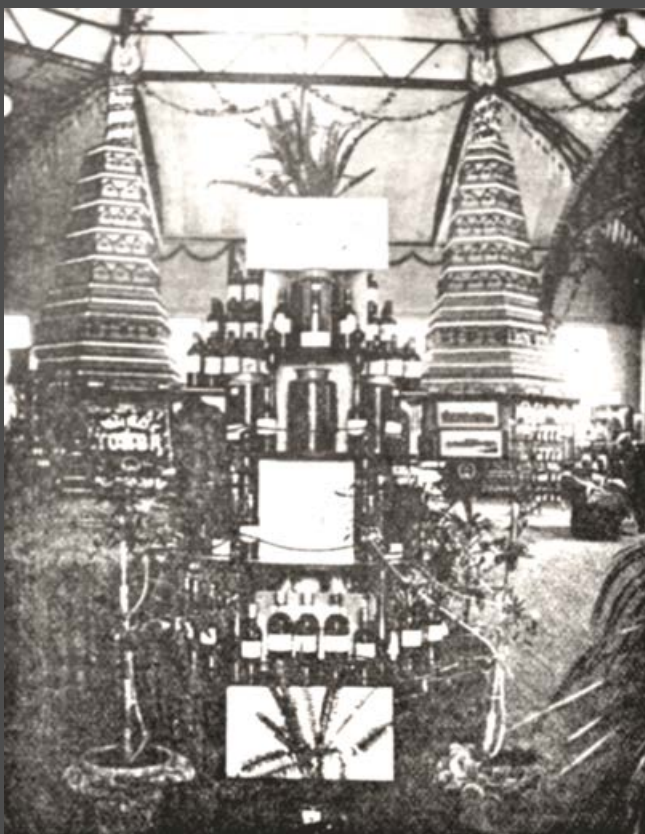
© Biblioteca Nacional de España

“Bien que la atención del visitante sea reclamada por la abundancia de los vinos contenidos en envases alineados como soldaditos y por unos enormes baldes con botellas de champaña de dimensiones en consonancia con ellas, exhiben en un rincón un manojo de trigo de primer corte, de unos dos metros de alto, cosechado por don Abelardo Figueroa Jara y que demuestra la bondad de la tierra mendocina”.²¹

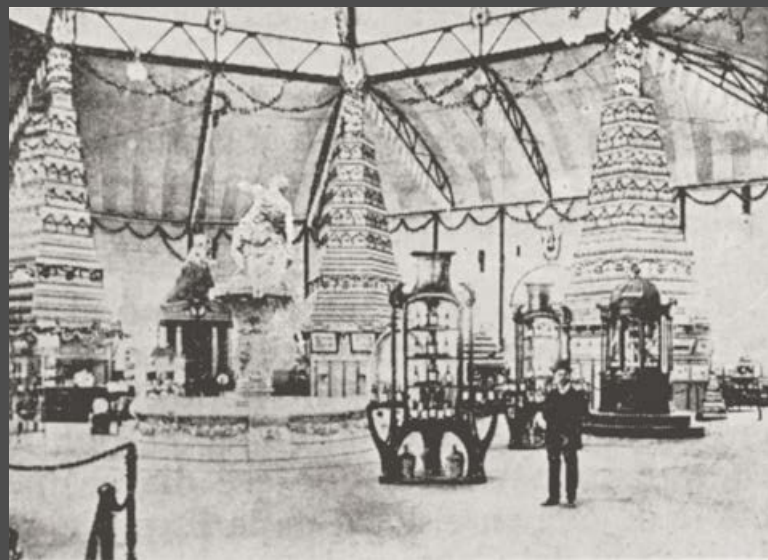
La originalidad de la propuesta se acompañaba con la intención de ofrecer una experiencia que impactara al visitante y de esta manera lo acercara al producto. Se promocionaban estas actividades a través de propaganda gráfica que circuló en diarios y revistas del momento, como la de la bodega Palencia, que instaba a prestar atención a la industria nacional al invitar al público a catar su vino moscatel rosado.

12. Publicidad del vino moscatel rosado de la bodega Palencia (Caras y Caretas, 1910).

21. La Industria (1910, noviembre 11), “Ecos de la exposición. Opiniones de la prensa”, p. 5.



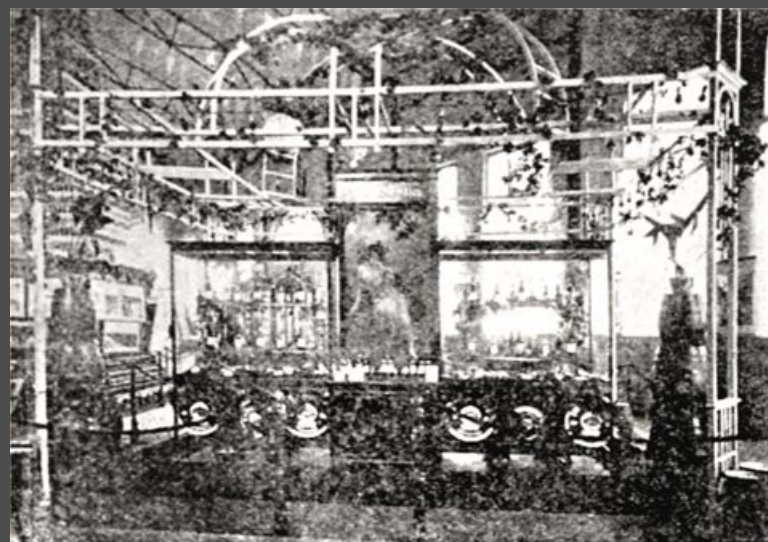
13. Estantería de la Escuela Nacional de Vitivinicultura en el Pabellón Mendoza. Foto de J. Coronado (La Viticultura Argentina, 1910).



14. Vista del centro del pabellón (Boletín del Centro Vitivinícola, 1910).



15. Vista tomada a la derecha del Pabellón (Boletín del Centro Vitivinícola, 1910).



16. Vista tomada desde la entrada (Boletín del Centro Vitivinícola, 1910).

La Escuela Nacional de Vitivinicultura de Mendoza aportó en materia de avances técnicos, estudios y publicaciones en torno a la industria del vino. Para ello presentó diferentes colecciones pensadas para la enseñanza y que integrarían el Museo Agrícola Escolar que se encontraba en formación. Entre ellas destacan la colección de Entomología agrícola, Fitopatología, Enología y Ampelografía que incluían cepas europeas exhibidas en macetas acompañadas por sus correspondientes racimos de uva en frascos de formol y los vinos varietales obtenidos²². Se estima que las imágenes fotográficas que llevó, por Leopoldo Suárez²³, fueron las mismas para realizar el catálogo ampelográfico de la colección de la Escuela de Viticultura y que, en 1911, fue incluido en su libro *Contribución a los Estudios Ampelográficos en la Provincia de Mendoza* editado por Librería Nacional.

También se incluyeron productos derivados, una muestra de distintos tipos de poda y desde el laboratorio de entomología se exhibió una colección de plantas afectadas por diversos parásitos. Además, se expusieron trabajos científicos y publicaciones referidas a la industria, como la revista *El Vino*, dirigida por el ingeniero agrónomo Galanti y otros escritos comentados por el enólogo Leopoldo Suárez, del Centro Vitivinícola Nacional. Se deduce que fue la revista *La Viticultura Argentina*, Revista mensual ilustrada de vitivinicultura, enología, fruticultura, agricultura general e industrias rurales. Esta era la publicación de la Escuela Nacional de Viti-vinicultura, de la cual Suárez era el director, tanto de la escuela como de la revista. Cabe mencionar que, por las publicaciones y el material de enseñanza, la Escuela Nacional de Vitivinicultura obtuvo el gran premio de honor²⁴.

A manera de complemento, la incipiente industria metalúrgica, subsidiaria de la vitivinícola, mostró avances en la creciente mecanización a través de la exposición de una turbina para bodegas fabricada por Casale y una bomba de trasiego de vino de la firma Casenave. La disposición de enorme cantidad de objetos en gradas, bases, estanterías y vitrinas resultó ser un recurso asociado a la espectacularidad que buscaba generar la ilusión de una provincia próspera con una producción inagotable. Se sumaba a la propuesta una galería de cuadros de Higinio Montini, pintor italiano que colaboró con la Quincena Social como dibujante e ilustrador²⁵, de Augusto Streich, fotografías de paisajes cordilleranos y de Elena Capmany una serie de retratos.

22. La Vitivinicultura Argentina (1910, mayo 25), "Formación de un Museo Agrícola Escolar con carácter de popular en Mendoza", Tomo I pp. 113-117.

23. Leopoldo Suárez (1882-1933) egresó de la Escuela Nacional de Vitivinicultura (Mendoza), y se perfeccionó en la escuela de enología de Conegliano (Italia). Se desempeñó como docente y director en la escuela de Fruticultura, en San Juan, y de Vitivinicultura, en Mendoza (1905-1911). Fue colaborador de *Revista Agrícola* y *Primeras Hojas*, y tuvo la dirección de la revista *La Viticultura Argentina*.

24. Véase: La Vitivinicultura Argentina (1911, febrero 10), "Los Premios de la Exposición Industrial del Centenario", Año VIII, pp. 52-53.

25. Para ampliar sobre el tema ver: SANTÁNGELO, Marcelo y otros (2015), p. 237; MERLINO, Adrián (1954), p. 250 y *Arte de la Argentina* recuperado en: <https://artedelaargentina.com/disciplinas/artista/pintura/higinio-montini>

Por otro lado, en torno a las pirámides se instalaron una veintena de kioscos de distintas formas, tamaños y estilos, entre los que se reconocen diseños eclécticos, art nouveau y art déco. Podría considerarse un ejemplo de arquitectura ilusionista al kiosco construido por las bodegas Rutini y Cavagnaro que representaba el volcán Tupungato²⁶. Se sumaba a la puesta en escena una glorieta decorada con guirnaldas y gran cantidad de plantas a modo de invernadero victoriano.

Estos recursos también fueron aprovechados para exhibir todo tipo de productos y trabajos, como los de la talabartería de Natalio Estrella, o la colección de cuadros ilustrativos del sistema de marcas y señales con que se proyectaba la unificación señalética de la república ideada por Juan A. Soria. Acompañaban otras producciones de diverso origen, como la cestería producida en la penitenciaría.

También estuvieron presentes emprendimientos relacionados con la fruticultura y agricultura. En sintonía con la tendencia a lo espectacular, fueron expuestos grandes duraznos, ciruelas y uvas envasadas en frascos de vidrio, en su jugo, también frutas secas, entre las que destacaron nueces, avellanas y almendras. En vitrinas de distintos diseños se expusieron entre otros productos, miel y todo tipo de dulces y mermeladas. Los productores Juan E. Serú, Eduardo Teisaire y Pedro Ugalee aportaron frutas al natural; Andrés Bacigalupo expuso dulces y mermeladas.

Un grupo de industriales, entre los que se encontraba Augusto Raffaelli, llevaron aceite de oliva y, para ambientar, sumaron plantas de olivos y aceitunas envasadas que acompañaron los montajes. Por otro lado, exponer fruta fresca significó una gran apuesta en su momento, teniendo en cuenta que en Buenos Aires se comercializaba sólo fruta traída de Uruguay.

En la sección de mineralogía, estuvieron presentes el Ministerio de Industrias de la Provincia y algunos particulares representantes de la explotación minera. Llevaron muestras de oro, plata, cobre, carbón de piedra, hierro, petróleo, cal, azufre, mármol y cemento. Como recursos visuales de impacto, usaron

“grandes ampliaciones fotográficas de vistas de la provincia y otros cuadros explicativos de obras realizadas o en proyecto, que contribuyen, justamente con otras muestras del progreso industrial de Mendoza, a que el visitante se detenga complacido en este pabellón, y se forme”.²⁷

26. La Industria (1910, noviembre 6), “El Pabellón Mendoza. Las Instalaciones”, p. 5.

27. Los Andes (1910, noviembre 6), “La Exposición industrial. El Pabellón de Mendoza”. p. 6.

Es interesante el comentario de época que destaca por un lado la intención de difundir y educar al público asistente y, por otro, la de visualizar las posibilidades económicas de la zona.

Con el propósito de dar a conocer la diversidad de riquezas naturales, industriales, manufactureras y paisajísticas, el pabellón alojó además todo tipo de información actualizada sobre la provincia a través de mapas, vistas fotográficas, grandes planos, cuadros comparativos de la población desde 1869 a 1909, cuadros explicativos de las obras realizadas, de los recursos, los gastos, el valor estimado de la propiedad, la inmigración y la superficie cultivada, así como datos sobre ganadería e industria. En la búsqueda de incentivar la inversión y atraer población, se mostraron maquetas de obras de irrigación que impulsarían el desarrollo de la agricultura y de nuevas industrias. Sin embargo, desde la prensa escrita se señala la falta de un recurso que guiara el recorrido a modo de “un catálogo explicativo que podría orientar a los visitantes, evitando las fatigas de la investigación personal y las informaciones incompletas”²⁸. Interesante observación que muestra preocupación acerca de que el visitante recorriera la propuesta expositiva y contara con información del recorrido, también da cuenta de las prácticas comunes ya existentes en otros espacios semejantes.

Completaba este panorama el Álbum Argentino “Gloriandus”, encargado por el gobierno de Emilio Civit en 1909 con la intención de ofrecerlo en la exposición industrial. Allí se incluían descripciones, ilustraciones y fotografías sobre la provincia de Mendoza y una reseña histórica que comenzaba con los primeros habitantes de la región y llegaba hasta 1910. Describía la situación geográfica, industrial y económica, informaba sobre el gobierno, obras públicas, ferrocarriles, instituciones educativas, organismos de beneficencia y bancos, y mostraba paisajes y sitios de interés. Ocupaba un lugar importante el espacio dedicado a las principales bodegas, que se mostraban ordenadas según los departamentos en que se localizaban. Desde el Centro Nacional de Vitivinicultura también se promovió la publicación de otro álbum, que fue premiado en la Exposición Industrial del Centenario. La Vitivinicultura Argentina en 1910 ilustraba sobre las principales bodegas cuyanas, sus casas patronales, el equipamiento y otros elementos que se utilizaban en la logística de producción. El gobierno de Rufino Ortega, por su lado, también se propuso publicar un álbum. Este no fue presentado en el pabellón provincial de la exposición realizada en Buenos Aires, sino que circuló sólo en Mendoza y buscó retratar los festejos locales. Hoy, estas publicaciones resultan una fuente documental, ya que condensan el esfuerzo por plasmar una representación de la provincia tal como se materializó posteriormente en el montaje de la exposición.

28. Comentarios de La Nación reseñados en: La Industria (1910, noviembre 11), “Ecos de la Exposición. Opiniones de la prensa”, p.5.

Opiniones de la prensa escrita

Es ilustrativo tener presente cuál fue la repercusión en la prensa local y nacional de las disyuntivas que se presentaron al organizar la participación de Mendoza en la exposición del centenario.

Las instancias previas a la toma de decisiones no estuvieron ajenas a los intereses sectoriales, tensiones políticas y conflictos sociales del momento. En los inicios de la organización surgió un significativo inconveniente. Ya desde principios de 1909, los representantes de la producción vitivinícola nacional habían manifestado la necesidad de participar en la exposición con un espacio propio para la vitivinicultura, a la vez que pensaron sobre la importancia de cómo mostrar los vinos para propiciar el intercambio y la proyección internacional que la ocasión brindaría. Tiempo después, advirtieron que en Buenos Aires la comisión encargada de organizar el Pabellón de Industrias y Agricultura no había contemplado invitarlos. Esta omisión generó en los bodegueros de las distintas provincias, nucleados en el Instituto Nacional de Vitivinicultura, la idea de realizar de manera independiente una “Exposición Vitivinícola Argentina”. Las publicaciones especializadas brindaron argumentos para justificar la necesidad de generar ese espacio que:

“debería abarcar un único y vasto local con pabellones propios, donde deberían figurar los vinos de todas las provincias y regiones vitícolas argentinas. De esta manera es mejor y más aparente la comparación, sería más grande la manifestación de la importancia y desarrollo, y constituiría, además, un ejemplo para los mismos argentinos, muchos de los cuales desconocen nuestra vitivinicultura y sus productos”.²⁹

Al no ponerse de acuerdo las provincias vitivinícolas participantes, los bodegueros mendocinos optaron por presentarse en el pabellón provincial que ya se estaba planificando. Desde la prensa nacional como de la provincial se informaba diariamente de los preparativos, los avances y los inconvenientes que surgían. Una vez inaugurado el pabellón, se manifestaron juicios de valor acerca de la convocatoria y organización de las actividades, la arquitectura, los modos en que se mostraron los productos y cómo se promovía a la provincia. Es a través de esos comentarios que se hacen evidentes los diferentes intereses, al interpretar los resultados de la experiencia. Algunas expresiones críticas de la prensa se refieren a la convocatoria de los expositores, al diseño conceptual y material de la exposición, así como de quién la lleva a cabo. Es el

caso de la publicación mendocina *La Tarde* que, unos días antes de la inauguración oficial, señala que la propuesta: “ha resultado todo un fracaso, algo mamarrachezco, como se ha quitado toda la perspectiva, con una especie de Torre Eiffel adornada con botellas de vino, que le da un aspecto de despacho de campaña”³⁰. También se destaca la apatía de los industriales mendocinos para participar y la falta de iniciativa de los organizadores:

“Y es que hoy, como siempre, han elegido para estas tareas al grupo de tres o cuatro señores, los indispensables, los irremplazables para todo lo que signifique una idea de progreso o una función de gobierno. ¡Como se ve que se sigue hilando con la aguja de antaño, con el criterio de Cacaso!”³¹.

Con respecto a la intención de comunicar la complejidad del proceso de producción, desde La Vitivinicultura Argentina en 1910 se expresa:

“a pesar de que la impresión que se recoge en su interior es favorable, como exponente de producción de la provincia no es todo lo que debiera ser. Creemos que ha faltado un cierto tacto en la exhibición y productos mendocinos; concretarse a exhibir más y más botellas de vino no es la idea digna de mayor alabanza, por cierto. El visitante que no conozca de visu nuestra provincia no vislumbra, ante lo expuesto en el pabellón, la actividad incesante, la laboriosidad que se desarrolla en Mendoza, para la manufactura de tanto producto”.³²

Desde otra perspectiva, publicaciones como *La Nación*, *El Nacional*, *La Prensa*, *La Industria* y *Los Andes* señalaron, unos días después de la inauguración, que “resultó brillantísimo”, con una “enorme concurrencia” y de “éxito completo”. Además destacaron la cantidad de productos expuestos como signo de la riqueza y potencial de la provincia, incluida su actividad industrial, sumado a esto los aciertos arquitectónicos y expositivos del pabellón, al que mencionaron como “elegante y vistoso” por su estilo arquitectónico y la amplitud del espacio. El diario mendocino *La Industria* defiende a los organizadores, pero reconoce que fueron pocas las bodegas que se involucraron en el proyecto de exponer en Buenos Aires.

Es notable que sólo 20 firmas llevaron sus vinos a Buenos Aires, cuando Mendoza contaba con mil bodegas aproximadamente³³. En el mismo medio, también se señala el malestar de los expositores

30. *La Tarde* (1910 noviembre, 4), “La Exposición. El Pabellón de Mendoza”, p. 4.

31. *La Tarde* (1910 noviembre, 4), “La Exposición. El Pabellón de Mendoza”, p. 4.

32. *La Vitivinicultura Argentina* (1910 noviembre 25), “El Pabellón Mendoza en la Exposición Industrial del Centenario”, Tomo II Mendoza, pp. 56-57.

33. *La Industria* (1910, noviembre 10), “Ecos de la Exposición. Opiniones de la prensa”, p. 5.

provinciales por la designación de un jurado, nombrado por la Comisión Central, que desconocía sobre la industria vitivinícola y las zonas productivas de la provincia, además de no incluir a ningún miembro de la comisión provincial que había trabajado en la organización de la muestra.

Más allá de las tensiones con la Comisión Central de exposiciones, de los distintos proyectos propuestos por la provincia, y sobre todo por los industriales bodegueros, el hecho de presentarse con un pabellón propio obligó a los políticos y a los productores a articular entre ellos para presentar los productos a un público que podía transformarse en consumidor. Las propagandas, las maneras novedosas y modernas de exponer y el ambicioso diseño arquitectónico dan cuenta de un interés por estar presente en esa vidriera. La exposición del centenario fue la oportunidad para instalar en Buenos Aires la idea de que en Mendoza se había consolidado la industria vitivinícola.

El II Congreso del Comercio y la Industria, Mendoza 1913

Durante los primeros años del siglo XX, además de las exposiciones y ferias agrícolas e industriales, los congresos de temáticas industriales, agrícolas y comerciales constituyeron oportunos espacios de exhibición y discusión de problemáticas y soluciones propias del crecimiento de las diversas regiones o naciones.

Tal es el ejemplo, en Argentina, de los dos Congresos Nacionales de Comercio e Industria realizados en Rosario el primero y en Mendoza el segundo. Eran instancias en las que cada región del país daba a conocer sus problemas y desafíos. Entre otros asuntos, se discutieron temas como las patentes, las quiebras, el transporte, las tasas aduaneras, los impuestos internos y las posibilidades de crédito. El primer encuentro se realizó en Rosario en 1912, con muy buenos resultados, al punto de darle continuidad al elegir a Mendoza como la sede para el siguiente año. Para preparar el nuevo evento, se contó con un aporte del Gobierno de la Provincia de 50.000,00 m/n adjudicado en tres cuotas³⁴. Se creó una comisión presidida por Juan E. Serú³⁵, que se ocupó de tratar aspectos de índole económica y de logística, entre los que estaban el transporte y alojamiento de las delegaciones participantes que llegarían a Mendoza. Para ello, la empresa de Ferrocarriles Buenos Aires al Pacífico estableció una tarifa especial para los congresistas, además de aumentar la frecuencia de los trenes a la provincia. Arribaron cerca de 800 personas entre representantes del gobierno nacional, delegados de bancos, participantes de otras provincias y también delegados de los departamentos mendocinos más alejados, además de periodistas y un cuerpo de taquígrafas que registrarían los temas tratados en las sesiones.

34. El dinero se otorgó a la Comisión organizadora del Congreso a través de tres decretos: el 13 marzo 1913, el 29 de marzo de 1913 y el 16 de abril de 1913. Véase: PROVINCIA DE MENDOZA (1915) Registro Oficial, 1913, pp.315-316, 341-342, 409-410.

35. La comisión estuvo presidida por Juan E. Serú y conformada por Carlos Alurralde, Lincoln Pagés, José Puga, Antonio Pimentel, Leopoldo Frías, Miguel Aguinaga, Miguel Albors, Eduardo Teisaire, Luis T. Pagola y Balbino Arizu. Contó con un subsidio de \$50.000 m/n, ya previstos en el presupuesto provincial de 1913, autorizado por Ley 593. Véase: Recopilación de Leyes (1925), Tomo XII, Mendoza, p. 4643.

En cuanto al alojamiento, la cantidad y capacidad hotelera resultó insuficiente, por lo que se apeló a otros espacios³⁶. Algunos visitantes se hospedaron en la Bodega Tomba, en el anexo del restaurante El Sportman y también en las casas gerenciales de los distintos bancos que tenían sede en la ciudad, incluso Leopoldo Suárez facilitó su vivienda recién construida para recibir a los congresistas.

A partir de la inauguración, el 6 de abril, en el edificio donde funcionaba el Kindergarten³⁷, se desplegó una semana de intensa actividad, en la que se combinaban sesiones de debates con los agasajos propuestos por los organizadores³⁸.

La apertura oficial estuvo a cargo del gobernador de la provincia, Rufino Ortega (h), quien dio el primer discurso. También lo hizo Benito Villanueva, como representante del presidente de la Nación, así como el Dr. Serú, en tanto presidente del congreso, y Luis Colombo, en nombre de los comerciantes de Rosario, representante de los primeros organizadores de este evento. En los discursos de los disertantes se evidencian las distintas dificultades a las que se enfrentaban productores, industriales y comerciantes. Serú, en su alocución, reconoce al comercio y a la industria como los organismos mancomunados que colaboran en la idea de un constante crecimiento. Con un claro espíritu progresista, señala la heterogeneidad de origen de los productores y trabajadores como el “molde fundante” que iba a proveer un nuevo tipo humano “altivo, emprendedor y arrogante”, formado por agricultores, comerciantes, literatos y fabricantes. Después, el gobernador de la provincia hizo hincapié en que el trabajo y el esfuerzo de estos “torneos” buscaban el “funcionamiento armónico del complicado mecanismo nacional”. Benito Villanueva, por su parte, destaca el aporte de estas asambleas para promover la actividad económica y comercial, al tiempo que enfrentaban a los participantes con la tarea de detectar y dar a conocer las problemáticas que, a su juicio, los legisladores debían tomar en cuenta al elaborar leyes adecuadas. Para finalizar los discursos, Colombo, con una mirada más realista, advierte sobre los problemas de la producción, el comercio y el papel de la prensa nacional. Manifiesta la aspiración de que estos encuentros acerquen ideas al gobierno, que sirvan a la elaboración de leyes y disposiciones que favorezcan el tráfico, luchen contra los monopolios y la centralización del transporte y promuevan las obras de irrigación y del transporte fluvial del país³⁹.

El congreso se organizó en comisiones específicas, como la Honoraria, Directiva, de Hacienda, Organizadora de la Bolsa de Comercio, de Propaganda, de Transportes, de Industria, de las secciones Quiebras, Créditos, Bolsas y Cámaras Gremiales, Patentes y Legislación y asuntos varios. Cada una presentó numerosos proyectos sobre industria, comercio y agro que se debatieron en las sesiones de mediodía en el Club Español. El resto del tiempo fue destinado a paseos y agasajos en una ajustada agenda que tuvo como finalidad mostrar las bellezas naturales de la provincia, los sitios emblemáticos y sus recursos económicos.

36. Algunos de los hoteles en que los congresistas se alojaron fueron: Gran Hotel (60 personas), Hotel Nacional (50 personas), Hotel Roma (100 personas) y Hotel Continental (100 personas). Véase: Los Andes (1913, abril 1), “Congreso Nacional del Comercio e Industrias. El alojamiento de las delegaciones”, p. 5.

37. El primer Kindergarten de Mendoza se inauguró en 1910, con un edificio propio en calle Belgrano, y en 1915 se lo anexo y trasladó a la Escuela Patricias Mendocinas. En el edificio se colocó el Museo de Historia Natural (actual Juan Cornelio Moyano) que funcionó allí hasta que fue demolido en la década del 60. Véase: CIRVINI, Silvia (2011), pp. 113-114.

38. El programa fue publicado con antelación en la prensa local, dando cuentas de la importancia económica, social y cultural que tendría el evento en Mendoza. Ver: La Palabra (1913, abril 5), “Congreso Nacional del Comercio. Programa completo”, p.4.

39. Los Andes (1913, abril 6), “Segundo Congreso Nacional del Comercio e Industrias. La llegada de las delegaciones”, p. 5.



17. Concurrentes a la sesión inaugural (Memoria II Congreso Comercio e Industrias, 1914).



18. Visita a Viñedos y Bodegas Domingo Tomba (Memoria II Congreso Comercio e Industrias, 1914).



19. Congresales llegando al establecimiento Viñedos y Bodegas Giol (Memoria II Congreso Comercio e Industrias, 1914).



20. Llegada de congresales al establecimiento Viñedos y Bodegas Giol (Memoria II Congreso Comercio e Industrias, 1914).



21. En Cacheuta, un grupo de delegados. (La Gaceta de Buenos Aires, 1913).



22. El presidente de la comisión, señor Vélez y los delegados de Rosario (La Gaceta de Buenos Aires, 1913).



23. Visita de los congresales a la toma de agua del Río Mendoza (Mundo Argentino, 1913).



24. Corso de gala en el Parque General San Martín (La Revista Mercantil de Cuyo. 1913).

Visitas, paseos y celebraciones

Desde que se comenzó a preparar el congreso, funcionó otra comisión destinada especialmente a organizar las actividades sociales y recreativas. La idea rectora fue dar a conocer y visitar ciertos lugares claves que aportarían a la construcción de una imagen de la provincia hacia el resto del país y hacia los mismos habitantes de la región. En el diseño de las excursiones aparecen de manera estratégica ciertos programas que buscaban generar impacto, como experimentar el contacto directo con la naturaleza en actividades recreativas realizadas en la montaña y en el río Mendoza, o la aventura de viajar en tren para llegar de manera paulatina a “admirar los más pintorescos paisajes de la cordillera durante el trayecto”⁴⁰.

Naturaleza, transporte ferroviario y el desarrollo de una infraestructura hotelera se presentaban como un gran potencial para la incipiente actividad turística, en una época en que se encontraba especialmente vinculada a los lugares de descanso y recuperación de la salud. La relación balneoterapia-cordillera, inspirada en el modelo higienista, se articulaba con actividades recreativas, muchas veces veraniegas, a modo de vacaciones⁴¹.

Por otro lado, también se incluyó la idea de exhibir el potencial de producción al recorrer los establecimientos vitivinícolas, de recuperar y mostrar la historia lugareña y las tradiciones locales, visitar los lugares emblemáticos de la nueva ciudad a través de diferentes eventos, como la inauguración del congreso en el Kindergarten, el baile en el Prado Español, el corso de gala en el parque General San Martín y las carreras de caballos en el hipódromo local.

Con estos objetivos, la agenda de actividades propuesta para la semana en que se desarrolló el Congreso incluía una gran diversidad de celebraciones y paseos: visitaron las bodegas Tomba y Giol, donde se les mostraron a los delegados las distintas etapas de la vinificación y se los agasajó con un almuerzo. Otro día llegaron a Cacheuta y Potrerillos en el Ferrocarril Transandino con la intención de conocer los Baños de la Boca del Río y el recién construido Hotel de las Termas de Cacheuta, emplazado en el imponente paisaje cordillerano. En otra jornada, el tren los acercó a Luján de Cuyo y desde allí siguieron en autos, coches y cabalgatas hasta la Toma del río Mendoza, donde funcionarios de la Municipalidad los esperaban con una comida campestre. Esa misma noche, en el Parque General San Martín, se organizó un corso de gala:

“A las 5 de la tarde comenzaron a llegar coches al parque y media hora después, la concurrencia era enorme. La banda de policía tenía a su cargo la ejecución de un variado y escogido programa. El escuadrón de seguridad en traje de gala se hallaba distribuido a lo largo de las avenidas cuidando el orden del recorrido. Dos horas después, se emprendía el regreso a la ciudad”.⁴²

40. PUBLICACIÓN OFICIAL (1914), Memoria del Segundo Congreso Nacional de Comercio e Industrias, p. 557.

41. Sobre el tema de higienismo y balneoterapia se sugiere ver: PASTORIZA, Elisa (2011), pp. 29-31 y 81-96.

42. PUBLICACIÓN OFICIAL (1914), Memorias del Segundo Congreso Nacional de Comercio e Industrias, p. 561.

El corso vendimial como primera “Fiesta de la Vendimia”

En la proximidad del cierre del congreso se realizaron varios eventos: el viernes 11 de abril se organizó la Fiesta de la Vendimia, y en la noche del sábado, un baile de honor para los congresistas en el Club Español, mientras que el Ejecutivo provincial agasajó a la prensa en el Jockey Club. El acto de clausura fue el domingo a la mañana en el Club Español. Luego almorzaron y por la tarde se corrió el “Clásico Segundo Congreso de Comercio e Industria” en el Hipódromo Andino.

Durante la semana que duró el Congreso, sus organizadores buscaron crear un ambiente festivo y moderno en la ciudad. Pidieron a la población embanderar las calles para darle un aspecto más animado a la capital provinciana, que se vio trastocada en su acostumbrada calma:

“En los momentos de descanso que toman las delegaciones de otras provincias, los delegados y la sociedad mendocina celebran en su honor toda clase de festejos, para hacer grata la permanencia de los huéspedes. Mendoza ha tomado en estos días un aspecto muy agradable, dado la forma cómo se ha animado la vida callejera, especialmente en los barrios destinados a recreo de las clases pudientes”.⁴³

El momento más destacado de la semana fue la llamada “Fiesta de la Vendimia”, prevista como uno de los últimos festejos, el más colorido y de mayor repercusión en el ámbito vitivinícola. Los industriales de la provincia apoyaron a la subcomisión responsable de la organización de este evento, que fue presidida por Luis Frías y Luis Silvetti, secundados por Francisco Trianes, una figura destacada en los antecedentes de la fiesta de la vendimia oficial.

A diferencia de los festejos populares de los cosechadores, la fiesta de 1913 estuvo organizada por las autoridades del Congreso y fue el único evento totalmente abierto de todos los que preparó la comisión organizadora, motivo por el cual contó con una amplia participación de público, que se estimó en más de 10.000 personas⁴⁴. Para favorecer la concurrencia, el Ejecutivo provincial decretó feriado ese día⁴⁵ como lo muestra la prensa:

“Todo Mendoza se volcó en el sitio del festejo para contemplar un espectáculo lleno de magnificencia, pudiéndose asegurar que jamás el pueblo mendocino ha asistido a manifestación alguna, en la unanimidad y con el entusiasmo que lo hizo anoche (...) El público enorme que asistía a la fiesta, no obstante su complejidad, ofrecía el espectáculo de una gran colmena humana, ebria de emociones y frenética en su admiración”.⁴⁶

43. La Gaceta de Buenos Aires (1913, abril 8), “II Congreso del Comercio y de las Industrias”, p. 12.

44. La Palabra (1913, abril 12) “Congreso del Comercio”, p.4.

45. PROVINCIA DE MENDOZA (1915). Registro Oficial, 1913, Primer cuatrimestre, pp.351-352.

46. La Gaceta de Buenos Aires (1913, abril 12), “II Congreso del Comercio y de las Industrias”, s/p.

El corso vendimial tuvo lugar en la Plaza San Martín y su entorno. Algunos medios lo llamaron “Fiesta Simbólica de la Vendimia”⁴⁷, haciendo referencia a que no se celebraba el fin de la cosecha sino que se homenajeaba, en el marco de este congreso, a la industria vitivinícola mendocina. Durante el siglo XIX y principios del XX, los trabajadores de las viñas festejaban espontáneamente su último día de cosecha en “bodegones criollos”, donde se servían comidas típicas, bebidas, se bailaba y hacían juegos de cartas y de destreza. Estos se realizaban en espacios rurales y muchas veces, ya animados, se trasladaban a la Plaza Pedro del Castillo para seguir el festejo.

La noche del viernes, con un poco de retraso, se inició el corso a las 22, desde la Plazoleta Barraquero⁴⁸. Avanzó por la calle San Martín hasta Sarmiento, por esta hasta la 9 de Julio, dobló por Necochea y luego por España hasta Sarmiento nuevamente, para llegar a San Martín y regresar al punto de partida. Todo el recorrido estuvo adornado por luces y guirnalda de colores, mientras que hombres con antorchas y ataviados como jornaleros acompañaban al corso. El desfile se inició con la marcha del Escuadrón de Seguridad y la Banda de la Policía. Un grupo de cuatro hombres a caballo a modo de heraldos portaban estandartes con el escudo de Mendoza, el del congreso y el de la Fiesta de la Vendimia, en tanto otros anunciaban el paso de carros temáticos⁴⁹.

Estos estandartes, a modo de estampas, ilustraban sobre el cultivo de la vid a través de cuatro núcleos narrativos. El primero intentaba contar un relato bíblico del origen del cultivo de la vid y de su llegada a estas tierras. El segundo mostraba las herramientas para hacer vino en tiempos coloniales, el tercer grupo montaba escenas de la vitivinicultura moderna, para terminar con imágenes de Baco que hacían referencia a la mitología clásica.

Después de los heraldos que abrían el paso, el primer carro vinculaba la vid con el relato de Noé cuando planta la primera cepa después del diluvio. El siguiente incluía la representación de una choza de los “antiguos moradores de América”, como se mencionaba en los programas oficiales publicados por la prensa⁵⁰. La revista Fray Mocho⁵¹ ofreció un interesante registro fotográfico donde es posible observar el estandarte con la leyenda “antiguos moradores” y a quienes interpretaron a los nativos americanos vestidos con camisa y faldellín, tocado de plumas en la cabeza y adornados con brazaletes. Tanto la presencia

47. La Gaceta de Buenos Aires (1913, abril 12) “II Congreso del Comercio y de las Industrias”.

48. La Industria (1913, abril 5), “Una fiesta original”, p. 5.

49. La prensa local anunció el programa del desfile comentando los estandartes y los distintos carros alegóricos. Ver: La Industria (1913, abril 5) p. 5; La Tarde (1913, abril 12), p. 4; La Palabra (1913, abril 5), p. 4.

50. La Industria (1913, abril 5), “Orden del Desfile”, p. 5.

51. Fray Mocho, Semanario festivo, literario, artístico y de actualidad (1913, abril 18), “La Fiesta de la Vendimia en Mendoza”, Año II, N°51, Buenos Aires, s/p.

indígena como el exotismo con que se los representaba se pueden interpretar desde el nativismo que dominaba el campo de las letras y las artes que, por influencia de Ricardo Rojas y otros intelectuales, buscaban promover una visión idealizada del pasado indígena y a la vez constitutiva de la identidad. Continuaba un carro a modo de singular carabela, con hombres vestidos como conquistadores españoles, que refería a la llegada de las primeras vides a América. Los siguientes mostraban las distintas etapas de la vinificación en los tiempos coloniales: uno mostraba el cultivo de la vid, otro exhibía elementos de la cosecha, le seguía la escena de la pisada de la uva y luego una prensa antigua. Entre estos carros desfilaba un grupo de mulas enjaezadas a la antigua con odres de cuero y botijas de cerámica para rememorar la arriería y el modo en que se transportaba el vino.

Por otro lado, los tiempos modernos de la industria vitivinícola se señalaron con los adelantos técnicos. Los carros llevaban una prensa moderna, una cuba de fermentación, bordelesas estibadas y botellas de vino. Propio de los primeros años del siglo XX, cuando el arte era señal de progreso, desfilaron carretas con un tonel artístico y una damajuana gigante. Estos y otros carros fueron realizados por el artista valenciano Francisco Castelló⁵². Las bodegas Giol, Arizu y Tomba acompañaron este desfile con carretas tiradas por caballos que exhibían botellas, toneles, y damajuanas con sus respectivas marcas. También se hicieron presentes las colectividades de inmigrantes, entre las que destacó el círculo valenciano. Para completar el programa iconográfico, dos carrozas evocaban con alegorías el sentido mitológico de la industria, una llevaba un facsímil de la obra de Velázquez *El Baco* y otra llevaba una representación de las Bacantes.

Como cierre desfilaron más de 100 vendimiadores montados en mulas y con mujeres a grupa, evocando el regreso a casa después de la cosecha, identificándose con estandartes que hacían mención a la zona a la cual pertenecían. A continuación, de acuerdo con las crónicas de la época, se sumó alegre y espontáneamente al cortejo el público en carros y automóviles, dando una inusitada animación a las calles mendocinas, que habían sido especialmente preparadas:

“En la Plaza San Martín se había estacionado un gentío enorme que admiraba la profusa iluminación de los jardines y edificios inmediatos como el Teatro Municipal, Banco de la Nación y Banco Español del Río de la Plata. Miles y miles de lamparillas eléctricas multicolores daban un aspecto mágico al cuadro”.⁵³

52. Francisco Castelló se especializó en cuadros de escenas costumbristas y paisajes. En Mendoza trabajó junto con Antonio Estruch i Bros en los murales de la Iglesia María Auxiliadora de Don Bosco en 1915. Realizó la obra *El abrazo de Maipú*, que fue adquirida por el gobierno de Mendoza. Véase: GÓMEZ de RODRÍGUEZ BRITOS, Marta (1999), p. 67.

53. La Tarde (1913, abril 12) “Congreso N. del Comercio e Industrias. Las últimas deliberaciones. El desfile de anoche. Enorme gentío. La clausura del torneo”, p. 4. 54 La Palabra (1913, abril 12) “Congreso del Comercio”, p. 4.



25. Heraldos y habitantes primitivos (Fray Mocho, 1913).



26. Carro Carabela introductor de la vid (Fray Mocho, 1913).



27. Los vendimiadores que acompañaron el corso (Fray Mocho 1913).



28 . La columna de jinetes de Guaymallén (Fray Mocho, 1913).



29. La prensa antigua (Fray Mocho, 1913).

La prensa destacó la masiva participación de público⁵⁴. Esa tarde habían llegado varios trenes del interior de la provincia repletos de familias que querían ser parte de la fiesta. Los relatos señalan el entusiasmo con que el público aplaudía y festejaba el corso.

El desfile fue lo más comentado en la prensa del momento, porque, además del clima festivo, dado por las luces y el corso, propició un tiempo particular donde en el mismo espacio celebraban y compartían los trabajadores rurales, los vecinos de la ciudad, la clase dirigente y los visitantes. El paseo de los carros conformó un relato que entrelazó de manera singular lo culto y lo popular, lo ancestral y lo mitológico, las tradiciones hispanas, criollas, la presencia de las poblaciones indígenas locales y la participación de los inmigrantes. Se exhibieron, mostrando el progreso de la industria, las herramientas de vinificación antiguas y las modernas y, también para estar a tono con las tendencias internacionales, un tonel artístico. Todos desfilaron y estuvieron presentes. Unos con sus galas campesinas, otros con sus atuendos ciudadanos, la modernidad y la tradición compartiendo la misma fiesta. Se cumplió una aspiración de principios del siglo XX, cuando la prioridad era construir una identidad propia de región y de país. En este caso, era mostrar la industria madre a los visitantes del congreso con un fuerte sentido de pertenencia. Como se señaló:

“el Segundo Congreso Nacional del Comercio y de la Industria quería una fiesta del trabajo, una manifestación real en las calles de Mendoza, de la tarea de la vendimia en toda su amplitud, rodeada de un calor propio, de la tierra, como si se quisiera significar que el sentimiento de patria radica en el suelo y que mientras continúe rindiéndose generoso no peligran ni las tradiciones ni el pasado y que por el contrario la opulencia que él nos da solo sirve para exteriorizar con más amplitud y más intensidad las nobles palpitations del pueblo argentino”.⁵⁵

El corso vendimial fue el evento que tuvo más resonancias en el tiempo. José Trianes Díaz ya en 1911 había propuesto realizar una fiesta de la vendimia a cargo del Gobierno de Mendoza. Pretendía con este evento favorecer el comercio y lograr imponer la elaboración de vinos de calidad que pudieran competir en el mercado con los importados. Mediado por su interés en promocionar vinos finos, el proyecto también incluía una serie de festejos y visitas como parte de un “tour vitivinícola”. Estas iniciativas inspiraron los eventos del congreso. Las ideas de Trianes serán reconocidas nuevamente en un proyecto de 1927 al proponer un concurso anual de vinos mendocinos en el marco de una “Fiesta de la Vendimia”⁵⁶. Posteriormente, estas propuestas formarán parte de los antecedentes de la Primera Fiesta Nacional de la Vendimia de 1936, sin desconocer la apropiación por parte del grupo gobernante de los festejos de fin de cosecha de los sectores rurales que pasaron a formar parte de las vendimias oficiales.

54. La Palabra (1913, abril 12) “Congreso del Comercio”, p. 4.

55. La Industria (1913, abril 12) “Congreso Nacional del Comercio e Industria. El día de ayer - labor de las secciones. Brillante éxito de la Fiesta de la Vendimia”, pp. 3-5.

56. Para más datos del Proyecto presentado por el Poder Ejecutivo a la Legislatura provincial en 1927 ver: La Palabra (1927, agosto 4), “Fiesta de la Vendimia”, p. 5.

La realización de estos únicos dos congresos de Comercio y de Industria, primero en Rosario y luego en Mendoza, permitieron visibilizar las economías regionales, sus potenciales, los desafíos y necesidades a nivel de infraestructura y legislación requeridas para su desarrollo. Sin duda constituyeron espacios y momentos donde mostrar modelos económicos distintos al agrícola ganadero de la Pampa Húmeda que predominaban.

Para dar cuenta de la industria vitivinícola regional, los organizadores del congreso apelaron tanto al recorrido por las bodegas, como a la temática elegida para el curso vendimial. En vez de optar por construir espacios expositivos y mostrar los vinos en los sitios donde debatían los congresistas, se propuso recorrer las bodegas con la intención de que los visitantes observaran y dimensionaran, en su contexto de producción, el trabajo de los vitivinicultores.

En la logística que impuso la organización del Segundo Congreso hubo un trabajo que entrelazó los intereses del gobierno y de los grupos económicos para acompañar con sus propuestas a la incipiente actividad turística. El hecho de haber sido celebrado en Mendoza enfrentó a los organizadores a pensar y tomar decisiones sobre qué era válido mostrar o qué estaba en condiciones de ser mostrado para proyectar la imagen de una provincia de gran potencial. En esa instancia desarrollan la idea de articular un recorrido por espacios productivos, sitios históricos y paisajes de montaña, que resultó un interesante antecedente del turismo local.

La Exposición Universal Panamá-Pacífico de San Francisco, Estados Unidos 1915

Esta imponente exposición celebraba la reconstrucción de la ciudad de San Francisco, devastada años antes por un gran terremoto seguido de incendios, a la vez que festejaba la inauguración del Canal de Panamá. La construcción estratégica de esta obra de ingeniería permitía en esa ubicación el tránsito interoceánico entre el Atlántico y el Pacífico sin tener que llegar a la confluencia de los dos océanos en el sur del continente.

De esta manera, las comunicaciones fueron el tema convocante de la exposición, que se dio en un momento clave debido a que las vías de comercio entre Europa y América se hallaban amenazadas por la Gran Guerra. Esta circunstancia fue aprovechada por Estados Unidos para establecer alianzas y reforzar vínculos con el resto de los países americanos.

En ese contexto de guerra, el evento buscaba promover el intercambio, el traspaso de tecnología y el desarrollo de las comunicaciones. Eran todas acciones tendientes a favorecer el comercio, las inversiones y el turismo, sobre todo fundado en la aparición y desarrollo de la incipiente industria automotriz y de las inversiones en torno a la explotación petrolera como recurso energético. Eran ideas presentes en el proyecto de unión americana que, instalado como ideario, se expresaban en las primeras Conferencias Interamericanas llevadas a cabo entre los años 1889 y 1910⁵⁷.

Esta feria será concebida como el lugar y el momento para mostrar al mundo la recuperación de la ciudad después de los desastres de 1906. El arquitecto Ernest Coxhead planificó un pequeño mundo a gran escala que ocupaba 257 hectáreas en el que participaron 42 países y 44 estados norteamericanos, cada uno con su propio pabellón, además de grandes palacios dedicados a temáticas particulares, como el Palacio de Transporte, Palacio de Horticultura, Palacio de Manufactura, de Educación y Economía Social, Artes liberales, Minería y Metalurgia, y Palacio de productos alimenticios y de las industrias varias. Fue inaugurada el 20 de febrero, y permaneció abierta hasta diciembre de ese mismo año. En ese lapso circuló un alto número de asistentes, que alcanzaron a 18.876.438 personas.

En la exposición de San Francisco, Argentina contó con un pabellón propio, tal como anteriormente se había presentado en la Exposición Universal de París en 1889 y en la Exposición Universal de Saint Louis en 1904. La organización de la representación de Argentina en la feria internacional estuvo a cargo de la Comisión Argentina, presidida por Ángel Gallardo⁵⁸ y formada por un grupo de intelectuales y representantes de distintos sectores⁵⁹. A tono con la intencionalidad de la exposición, se nombró comisario general de la representación argentina en San Francisco a Horacio Anasagasti, pionero de la aeronáutica y del automovilismo en el país. Además de incursionar económicamente en estos rubros, fue uno de los fundadores del Automóvil Club Argentino, entidad que estimuló las prácticas deportivas, el turismo y la comunicación terrestre.

57. Las Conferencias Panamericanas, interamericanas o también conocidas como Conferencias Internacionales Americanas fueron diez y se desarrollaron desde 1889 hasta 1955.

58. Ángel Gallardo (1867-1934 Buenos Aires) estudió ingeniería en la Universidad de Buenos Aires, y posteriormente estudió biología. Tuvo importantes cargos: fue presidente de la Sociedad Científica Argentina, director del Museo de Ciencias Naturales Bernardino Rivadavia, rector de la Universidad de Buenos Aires, entre otros.

59. Acompañaron a Gallardo los vicepresidentes Agustín Delía y Francisco Barroetaveña; y distintos miembros encargados de comisiones: Cupertino del Campo en Bellas Artes, Enrique Nelson en Agricultura, Ernesto Nelson en Educación y Economía Social, Luis Vernet Basualdo en Ganadería y Eusebio García en Industrias varias y Alimentos. Estos comisarios organizaron el montaje expositivo en los palacios específicos destinados a cada temática, en los cuales Argentina ocupó: 1140 m² en Agricultura, 550 m² en Productos Varios, 385 m² en Productos Alimenticios, 320 m² en Educación y Economía Social, 230 m² en Artes Liberales, 215 m² en Minería y Metalurgia y, 160 m² en el Pabellón de Bellas Artes.



OpenSFHistory.org

30. Explorada (PPIE, OpenSFHistory / wnp14.1142, 1915)..

Algunas particularidades marcan diferencias con respecto a la participación argentina en exposiciones anteriores. En la de San Francisco se observa, más allá del tipo de diseño, una apreciable planificación, producción y compleja organización. Para su resolución se contrataron personas destacadas del medio artístico cultural. El diseño del pabellón fue encargado a los arquitectos Auguste Huguier, de origen francés, y al argentino Eduardo Sauze⁶⁰. La construcción edilicia fue realizada por obreros argentinos contratados y trasladados a Estados Unidos. También se enviaron desde Buenos Aires las estructuras premontadas y parte de las obras ornamentales.

El Pabellón Nacional: objetivos y características

El predio argentino ocupó una superficie de 7.000 m², de los cuales 4.000 m² se destinaron a jardín. Las dimensiones del pabellón nacional superaron las construidas previamente en otras exposiciones internacionales en que el país había participado. En esta ocasión se tuvo especial cuidado al pensar el pabellón, ya que se entendía que era una manera de mostrarse al mundo como un país moderno con logros económicos y artístico-culturales.

Cupertino del Campo⁶¹ fue delegado especial en Bellas Artes, encargado de coordinar a un grupo de artistas convocados para realizar el diseño interior y la ornamentación del edificio del pabellón. Junto a Jules Dormal Godet se hicieron cargo de los aspectos arquitectónicos y pictóricos del montaje de esta exposición. Se optó por una arquitectura ecléctica en la vertiente del clasicismo francés con algunos detalles modernistas, estilo que cultivaba el arquitecto⁶².

60. Auguste Huguier y Eduardo Sauze estuvieron activos en Buenos Aires en las primeras décadas del siglo XX. Trabajaron en colaboración en el Pabellón Argentino de San Francisco 1915, en el edificio Estrugamou y residencias y casa de rentas. Datos en: LIERNUR, Jorge Francisco y ALIATA, Fernando (Compiladores) (2004), T. VI, p. 40.

61. Cupertino del Campo (Buenos Aires 1873-1967) fue médico, pintor y escritor. Se desempeñó como director del Museo Nacional de Bellas Artes entre 1911-1931, fue miembro de la Academia Nacional de Bellas Artes. Datos en: MERLINO, Adrián (1954), p. 114.

62. Jules Dormal Godet (1845 Liege - 1924 Buenos Aires) fue un reconocido ingeniero y arquitecto, y trabajó en Buenos Aires, La Plata y Mar del Plata, donde desarrolló el academicismo francés. Entre sus obras se pueden mencionar: los proyectos del Palacio de Aguas Corrientes, de la Casa de Gobierno de La Plata, y completó obras en el edificio del Congreso de la Nación y del Teatro Colón. Fue socio fundador de la Sociedad Central de Arquitectos en la Argentina. Datos en: LIERNUR, Jorge Francisco y ALIATA, Fernando (Compiladores) (2004) T. II, p. 216.





31.Vista del Pabellón Argentino. Exposición
Universal de San Francisco de California (Biblioteca
Nacional Mariano Moreno,1915).



32. Vista lateral del Pabellón Argentino. Exposición Universal de San Francisco de California (Biblioteca Nacional Mariano Moreno, 1915).



33. Vista interior de la Biblioteca mostrando el vitreaux artístico de Fader. Pabellón Argentino (Biblioteca Nacional Mariano Moreno, 1915).



34. Público en la entrada del Pabellón Argentino el día de la inauguración oficial durante la ejecución del Himno Nacional (Inv. 167922, Archivo General de la Nación, 1915).

35. Vista del vitreaux artístico de Fader en el interior de la Biblioteca del Pabellón Argentino (Biblioteca Nacional Mariano Moreno, 1915).



En la fachada del edificio se reconoce un cuerpo central decorado con gran profusión de esculturas y coronado por una cúpula peraltada de considerable tamaño que terminaba en una linterna. El eje central del pabellón estaba marcado por la cúpula y un gigantesco arco de medio punto que abarcaba las dos plantas. En él se incluía un vitral con una alegoría de la República realizado por Atilio Terragni⁶³. La entrada estaba señalada por cuatro cariátides que sostenían la cornisa, a la vez que columnas jónicas pareadas enmarcaban el conjunto. Esta composición se articulaba simétricamente con las alas laterales que presentaban un orden gigante de columnas, separadas por grandes ventanales de tradición francesa.

Mientras que el exterior del pabellón mostraba un lenguaje ecléctico y europeizante, en su interior se optó por un estilo más sobrio y moderno a la vez. El hall, amplio y luminoso, fue decorado por Pio Collivadino⁶⁴ y Atilio Terragni con murales de carácter pintoresquista, donde se retrataban costumbres y riquezas naturales de las distintas regiones argentinas juntos a sus escudos e insignias. Además, se colocaron dos placas esculpidas de George Washington y de José de San Martín. La necesidad de dar cuenta de una identidad nacional dominaba los debates del momento, lo que podía leerse en las tensiones que se percibían entre el lenguaje exterior del pabellón y su ambientación interior: cosmopolitismo versus criollismo.

63. Atilio Terragni (Buenos Aires 1887-1962) estudió en la escuela Salvatore Rosa, en la Academia Nacional de Bellas Artes y en el Instituto de Bellas Artes de Florencia. El Gobierno argentino le encargó trabajos para la Muestra Internacional de San Francisco en 1915, donde obtuvo Medalla de Plata. Datos en: MERLINO, Adrián (1954), p.360.

64. Pio Collivadino (1869-1945 Buenos Aires) comenzó sus estudios en Italia y los continuó en Buenos Aires en la Sociedad Estímulo Bellas Artes. En 1907 fue director de la Academia Nacional de Bellas Artes, organizó la Escuela de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón, organizó y dirigió el Museo Provincial de Bellas Artes y formó parte del grupo Nexus. Véase: MALOSETTI COSTA, Laura y otros (2006).



36. Vista del Interior del hall del Pabellón con las decoraciones murales de Atilio Terragni (Biblioteca Nacional Mariano Moreno, 1915).



37. Vista del Teatro del Pabellón argentino (Biblioteca Nacional Mariano Moreno, 1915).

El diseño interior contemplaba áreas de exhibición y espacios destinados para el desarrollo de diferentes actividades culturales y comerciales. Desde el espacioso hall central se podía acceder a un salón donde se exponían productos, a la sala de reuniones, la confitería, la biblioteca, en la que se encontraba un vitral de temática criollista diseñado por Fernando Fader⁶⁵ y al teatro cinematógrafo, donde se proyectaban vistas del país. Este último estaba ambientado con nueve dioramas, realizados por reconocidos pintores y grabadores, donde el visitante era invitado a observar y detenerse en las distintas escenas argentinas.

Esta diferenciación de espacios con usos específicos revela la existencia de un proyecto que implicaba el desarrollo de diversas estrategias comunicacionales de acuerdo con los contenidos que se pretendía exhibir o transmitir y que requerían acondicionamientos particulares. En este planteo se vislumbra que se consideró adecuadamente, con antelación, a los visitantes del pabellón en tanto observadores que contemplaban, transitaban o experimentaban distintas propuestas.

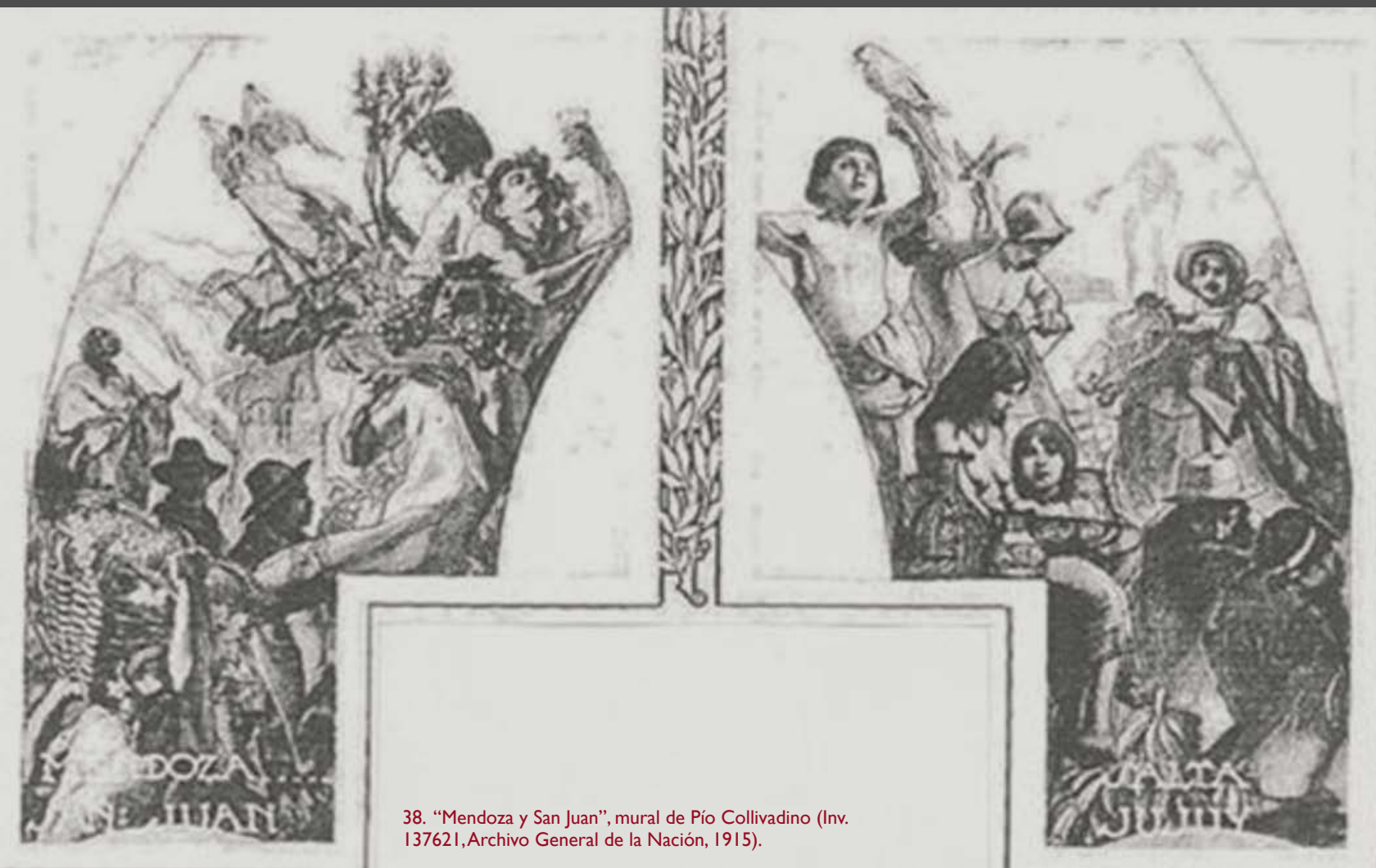
Entre las diferentes estrategias desplegadas, se reconoce el uso de elementos ornamentales como murales y vitrales que contribuían a la ambientación a modo de apoyaturas, que a la vez resultaban un artefacto en sí mismo. Otros recursos museográficos que acompañaban la exhibición de productos y complementaban la narrativa fueron maquetas, mapas, fotografías, obras pictóricas, kinescopios, gráficos y dioramas. Todo este despliegue buscaba retratar la naturaleza e historia del país al plasmar imágenes del puerto y la ciudad de Buenos Aires, establecimientos militares, el Hotel de los inmigrantes, campos naturales y los bosques de quebracho en el interior del país. Los paisajes, los recursos, las materias primas y los procesos productivos fueron mostrados como espacios de posibles inversiones y negocios, junto a la información acerca de la balanza comercial y los avances en infraestructura, como caminos, ferrocarriles, educación, salud y defensa.

Cabe destacar que en esta exposición para el diseño y producción de vitrales, murales y dioramas, se contratara, mediado por Cupertino del Campo, a los artistas más representativos de principios de siglo XX en el país. Ellos fueron los encargados de fusionar en sus trabajos el arte y la tecnología para intentar dar cuenta de las condiciones de un país moderno donde confluían estética, ideales y conocimientos como una promesa de futuro. Cabe aclarar que, además del Pabellón Nacional, Argentina expuso en otros predios, como el de Agricultura, Minería y Bellas Artes.

Imágenes de Provincia y el programa iconográfico nacionalista

Interesa en este trabajo mostrar cómo Mendoza fue representada en estos eventos internacionales con el objeto de ser reconocida ante el mundo. Del conjunto de las obras que ilustran a la República Argentina, dos de ellas muestran a Mendoza de una manera singular: por un lado, a través del diorama realizado por Fernando Fader ubicado en el espacio del teatro y, por otro, en uno de los murales del hall central pintado por Pio Collivadino, que ilustra la zona de Cuyo.

En este marco, Collivadino llevó adelante un programa iconográfico nacionalista adaptado al esquema espacial del hall del Pabellón Argentino. Allí mostró en paneles pares, con un relato más poético que real, las distintas regiones del país. Reunió las provincias de Mendoza y San Juan, Rioja y Catamarca, Salta y Jujuy, Tucumán y Santiago del Estero, Corrientes y Santa Fe, Buenos Aires y Entre Ríos, Córdoba y San Luis. En esta propuesta de representar la nación en términos artísticos, las pinturas delinearon, entre otros temas, el pasado indígena, los monumentos y relatos históricos, las escenas costumbristas, el paisaje



38. “Mendoza y San Juan”, mural de Pío Collivadino (Inv. 137621, Archivo General de la Nación, 1915).

de cada zona y sus productos agrícolas, ganaderos e industriales. La geografía patagónica, la puna, las serranías y la cordillera enmarcaban escenas pasadas y presentes. Estas alegorías de las distintas regiones argentinas buscaban señalar las riquezas naturales y la impronta lugareña como promesa de una tierra con oportunidades para ser desarrolladas. Los paneles presentaban personajes míticos, históricos y folclóricos en imágenes superpuestas, tiempos distintos que convivieron en los mismos espacios. De esta manera, se subrayaba la idea de una nación con historia que dejaba rastros de grandes hazañas y huellas de pequeñas

luchas cotidianas en la prometedora geografía argentina. Estas representaciones vinculadas a la identidad nacional conformaron una iconografía para mostrar el país.

En el panel de Mendoza y San Juan, el artista trabajó con motivos diversos para representar el oeste argentino. La composición impone una lectura de arriba hacia abajo hasta la unificación de los relatos en las figuras de dos cosechadores. En la parte superior del mural coexisten el pasado histórico y el mundo mítico. El primero, ubicado a la izquierda del panel, presenta la figura del “Monumento al Ejército de los Andes”, realizado por el escultor uruguayo Juan Manuel Ferrari⁶⁶. Sobre un fondo enmarcado por el paisaje cordillerano se recorta parte del conjunto escultórico donde se destaca la figura alegórica de la Libertad, una mujer alada rompiendo cadenas, acompañada de los Granaderos a Caballo, que recuerdan la gesta libertadora americana y el compromiso del pueblo cuyano en la hazaña sanmartiniana. Vinculado a la cordillera y como si desde allí viniera, asoma un arriero a lomo de mula con su poncho y apero. Más adelante, dos figuras marcadas a contraluz insinúan con sus perfiles a los criollos de la zona. Se suma la figura idílica y legendaria de un joven con una rama de chilca⁶⁷ en la mano que rememora, en clave romántica, a los primeros habitantes de la zona. A la derecha del panel se encuentran dos figuras enlazadas por ramas de pámpanos. Una porta un cuenco colmado de uvas, y la otra eleva una copa de vino. De este modo se podría pensar en una alegoría que alude al mito de Baco. En la parte inferior del mural, como síntesis de la tradición europea y americana, se observan dos cosechadores con sus gamelas al hombro, coronados con hojas de vides como los antiguos dioses paganos.



39. Arte americano (Inv. 137621, Archivo General de la Nación, 1915).

66. El Monumento al Ejército de los Andes fue inaugurado el 12 de febrero de 1914 en el Cerro de la Gloria, Mendoza.

67. La chilca (*Baccharis salicifolia*) es un arbusto leñoso que crece en forma de matas en los terrenos cercanos a bañados, ríos y laderas de cerros. Es una planta de uso medicinal. Véase: VILLAFUERTE, Carlos (1984), p. 66.

En pocas imágenes, Pio Collivadino describe la región como un lugar fecundo, una tierra con un pasado legendario y heroico. Al mismo tiempo, el mural evidencia la búsqueda y construcción identitaria de principios del siglo XX, que se manifestó, entre otras iniciativas, en los proyectos escultóricos celebratorios que se dieron a partir de los festejos del centenario de Argentina.

Es interesante tener en cuenta los trabajos previos que sirvieron de antecedentes para este mural. Vale mencionar el trabajo realizado de manera conjunta con Juan Manuel Ferrari en 1910, cuando presentaron en la exposición del centenario un diorama que ilustraba al Ejército de San Martín en el cruce de los Andes⁶⁸. Los estudios que realizaron para esta propuesta se vieron reflejados posteriormente en el diseño que Ferrari realizó para el monumento del Cerro de la Gloria. En 1915, en San Francisco, Pio Collivadino registró en su mural el perfil del monumento, inaugurado un año antes.

En el mural también se reconocen las figuras de arrieros, huarpes y criollos. Esto puede obedecer a otra circunstancia: la visita a la provincia que realizaron el Perito Moreno, Pio Collivadino y Juan Manuel Ferrari⁶⁹ con motivo del diseño, emplazamiento y construcción del monumento al Ejército de Los Andes. Esto dio la oportunidad de recorrer la cordillera a caballo y de conocer a la gente del lugar como más tarde quedaría registrada.

Espacios remotos y espacios ilusorios

Además de los murales del hall de entrada del pabellón, el teatro resultó una propuesta novedosa para captar la atención de los visitantes. Para proyectar vistas del país, la sala fue ambientada con un conjunto de nueve dioramas que mostraban una selección de paisajes argentinos.

Los dioramas como dispositivos visuales fueron inventados por el escenógrafo Louis Daguerre (1781-1851) en 1822, como una variante del panorama. Originalmente consistían en un montaje escenográfico en el que se conseguía una perspectiva tridimensional al pintar grandes telas sobre material translúcido que, mediante la iluminación y los elementos que contribuían a la ambientación, generaba diversos efectos como la perspectiva y la simulación del día o de la noche. Este artefacto constituyó uno de los precedentes de la cinematografía en términos de propuesta de representación ficcional y funcionó como espacio recreativo. Al mismo tiempo, y en menor escala, se convirtió en un particular recurso didáctico de museos y exposiciones desde fines del siglo XIX.

68. MALOSETTI COSTA, Laura (2006) p. 39.

69. FAVRE, Patricia (2010), pp. 246-249.



Para el diseño y montaje de los dioramas del teatro del Pabellón Argentino, Cupertino del Campo convocó a siete artistas encargados de realizar la propuesta. Debían pintar los telones de fondo sobre telas translúcidas que, dispuestos en forma cóncava y acompañados por elementos naturales y efectos lumínicos, recreaban espacios ilusorios y tridimensionales. Los dioramas y las proyecciones sobre Argentina constituyeron una estrategia visual eficaz y novedosa para hacer presentes paisajes y realidades distantes, al tiempo que en ellos se plasmó la particular unión de arte y técnica. Estos artefactos resaltaban lugares o unidades de producción como el paisaje vitivinícola del oeste, el ingenio azucarero y el obraje maderero del norte, la estancia y los trabajos agrícolas de la pampa, y también, como una promesa, los paisajes patagónicos incluyeron torres de perforación características de la industria petrolífera. Las vistas naturales del lago Nahuel Huapi y de las Cataratas del Iguazú fueron representadas como paisajes prístinos en los que se enfatizaba la gran diferencia de escala entre el ser humano y su entorno. A la vez, se marca el contraste con el paisaje urbano de la moderna Buenos Aires, realizado como vista a vuelo de pájaro. De los dioramas expuestos sólo quedan registros fotográficos, salvo el último que fue recuperado recientemente y se encuentra expuesto en el Museo Histórico Cornelio de Saavedra⁷⁰.

70. Jean Désiré Dulén (1914), Buenos Aires a vista de pájaro, temple-témpera y tintas artísticas sobre un soporte de papel, adherido al textil por medio de un adhesivo, 12 x 1,46 m. Museo Histórico Cornelio de Saavedra, Parque General Paz, CABA.

La bodega y el viñedo. El diorama de Fader

En el álbum fotográfico del Pabellón Argentino⁷¹ se pueden observar las fotos de ocho de los nueve dioramas que ambientaban el teatro⁷². Aunque no hay registro de El viñedo de Fernando Fader, se cuenta con una fotografía que muestra al pintor trabajando en esa obra⁷³. Esta permite apreciar la manera en que se elaboraban estos dispositivos, el tipo de iluminación, las herramientas utilizadas y la forma en que la tela estaba dispuesta en semicírculo. Este montaje que facilitaba a los artistas la construcción de la imagen desde una perspectiva multifocal, a la vez permitía dimensionar la escala del trabajo.

71. En el Álbum Exposición Internacional de San Francisco de California se observa el conjunto de 8 de los 9 dioramas fotografiados por Bielawski. Todas las imágenes que los registran están en el álbum fotográfico existente en la Fototeca de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, disponible en Archivo Digital Trapalanda como también en la Biblioteca del Centro de Documentación de Arquitectura Latinoamericana (CEDODAL).

72. Los dioramas y sus autores: El viñedo y La estancia, ambos de Fernando Fader, El Ingenio de azúcar de Jorge Bermúdez, La Trilla de Carlos Ripamonte, Un Obraje Chaqueño de Ceferino Carnacini, El Nahuel Huapi de Fausto Eliseo Coppini, Las Cataratas del Iguazú de Julio Vila y Prades, Yacimientos Petrolíferos y Vista panorámica de Buenos Aires o Buenos Aires a vuelo de pájaro, de Jean Désiré Dulén.

73. Esta fotografía forma parte del Archivo personal de Rosa Fader de Guiñazú.



41. Fernando Fader fotografiado
mientras pinta el diorama
(Colección particular Rosa Fader de
Guiñazú, 1915).



La correspondencia sostenida entre Enrique Nelson, secretario general de la Comisión Argentina, y Fernando Fader muestra la intencionalidad expresa de estas construcciones:

“el propósito que persigue el comité con los dioramas es el de mostrar en toda su magnificencia y con líneas muy amplias los principales aspectos económicos, diré así, de la vida nacional, y no escenas o fantasías encaradas con criterio puramente artístico”.⁷⁴

Enrique Nelson fue quien veló por el cumplimiento de determinadas pautas que tenían como finalidad mostrar lugares de interés para el turismo y otras posibles inversiones. De esta manera, cuando Fader entregó el primer boceto del viñedo, desde la comisión organizadora le señalaron:

“debo manifestar a Ud.: que el conjunto requiere alguna modificación, sobre todo la perspectiva del viñedo que no tiene toda la amplitud deseable, no dando así la sensación de grandeza que se quiere hacer destacar. Mendoza cuenta con viñedos enormes y esa nota no es posible desperdiciar. Por lo menos la mitad del diorama debe estar dedicada a la representación de grandes plantaciones perfectamente alineadas, a estilo de lo que muestran los modelos que le adjunto. Llamo su atención sobre la forma más usual de los canastos y modo como hombres y mujeres los llevan”.⁷⁵

Ateniéndose a las directivas dadas por los coordinadores, Fader incluyó en la nueva propuesta un conjunto de elementos claves que refuerzan la caracterización de este tipo de unidades productivas: la bodega, la casa patronal, la administración, el patio de labores⁷⁶, los callejones, la usina, los viñedos y los vendimiadores en plena tarea.

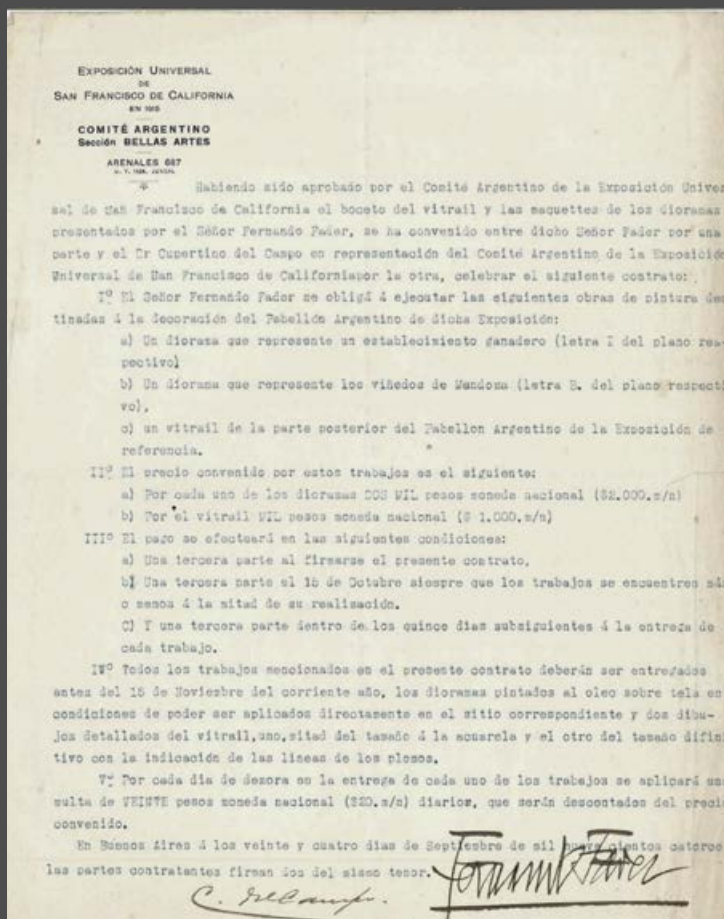
El telón que se observa en la fotografía muestra un paisaje vitivinícola que comprende, en el plano posterior, el área productiva-administrativa-residencial que separa la zona de viñedos por una verja. Fader pinta entre sauces y eucaliptus una bodega de tres cuerpos, de tipología italianizante con frontones triangulares, techos a dos aguas y portones de medio punto. A la derecha de esa construcción, se distingue la casa patronal de lenguaje modernista. Se ingresa por una escalinata a la galería del cuerpo central que, enmarcado por dos torreones, remata en una cúpula.

74. Original de la carta oficial del secretario general Enrique Nelson (Buenos Aires, calle Tucumán 900, sede del Comité Argentino de la Exposición) dirigida al Sr. Fernando Fader (Mendoza, Usina de Gas) (1914, septiembre 14) En: Archivo personal de la Sra. Rosa Fader de Guiñazú.

75. Original de la carta oficial del secretario general Enrique Nelson (Buenos Aires, calle Tucumán 900, sede del Comité Argentino de la Exposición) dirigida al Sr. Fernando Fader (Mendoza, Usina de Gas) (1914, septiembre 14) En: Archivo personal de la Sra. Rosa Fader de Guiñazú.

76. La “zona de servicio o de trabajo” es el espacio colindante a la bodega donde maniobran los carros de cosecha o vehículos para realizar la logística de carga y descarga.

42. Contrato celebrado entre Cupertino del Campo y Fernando Fader para la realización de dos dioramas y un vitral (Colección particular Rosa Fader de Guiñazú, 1914).



A la izquierda de la bodega se observan otras construcciones que podrían corresponder a la administración y una torre que señala la usina. En el primer plano, el cruce de dos callejones enfatiza una perspectiva invertida que brinda profundidad a la escena; a ello se suma el efecto cóncavo de la tela gracias a su disposición en semicírculo. En este espacio, entre las hileras de los espaldares bajos, los cosechadores con sus canastos refieren al momento de la vendimia. Completan la imagen el carro de cosecha y unos toneles apenas abocetados. A la derecha de la imagen, en el extremo lateral del telón y por detrás de la escalera que utiliza el pintor para trabajar, se insinúa una acequia que corre entre los árboles.

Tanto para este diorama como para otros encargados al artista, el Comité Argentino realizó una serie de señalamientos para su ejecución. En la correspondencia entre Fader y Nelson se observa la intención de destacar lo particular y distintivo de cada región del país, a la vez que muestra la apropiación de recursos que utilizan otras naciones en las exposiciones:

“en términos generales deseamos que se evidencie en el diorama en cuestión, para que la obra responda a nuestro objeto, y en este caso puedo decir al mío con especialidad, porque debo hacer presente a Ud. que fui yo quien propuso su ejecución inspirándome en trabajos del mismo género que he tenido ocasión de admirar en exhibiciones del Canadá, Australia, Nueva Zelanda y otros países, lo que me habilita la forma en que deben ser hechos”.⁷⁷

Este diorama expresa como ninguna otra pintura de la época, la temática vendimial y lo hace en una escala monumental. Es posible considerarlo como una de las primeras referencias pictóricas al paisaje vitivinícola, especialmente por el registro de la imagen de la bodega y la casa patronal. Es recién a partir de la década del 30 cuando numerosos artistas locales retratan el momento de la cosecha deteniéndose en los personajes más que en el paisaje⁷⁸.

En esta exposición donde el arte tuvo una presencia privilegiada, el pabellón, su ambientación y los contenidos se estructuraron en una narrativa planificada desde Buenos Aires por los miembros de la comisión organizadora. Convocaron para realizar los dioramas, murales y vitrales a artistas que trabajaban en ese momento en dicha ciudad y que muchas veces sin conocer los lugares pensaron y plasmaron los paisajes que se les encargaba representar. Sin embargo, Fader y Collivadino, uno porque vivió y trabajó en la provincia de Mendoza, y el otro porque la visitó y estuvo involucrado en el proyecto del monumento al Ejército Libertador, conocían la temática que después plasmaron en sus obras. Esto explica el logro conseguido al representar los paisajes regionales de Mendoza y San Juan.

La Exposición Internacional de Río de Janeiro, Brasil 1922

En 1922, Brasil celebra su primer centenario de la independencia con veladas artísticas, fiestas populares y distintas competencias deportivas, entre las que se destacan las Olimpiadas de Río de Janeiro, en las que los argentinos se clasificaron campeones latinoamericanos. Sin embargo, el evento más significativo fue la inauguración de la Exposición Internacional de Río de Janeiro, el 7 de septiembre, después de un desfile militar. A lo largo del año durante el cual permaneció abierta, tuvo una asistencia de 3.626.000 visitantes. El predio usado para su instalación, en parte ganado al mar, ocupaba una extensión de 30 mil metros cuadrados en el campo de San Cristóbal, extendiéndose desde el antiguo Arsenal de Guerra hasta la Plaza Manuá, bordeando la bahía.

77. Original de la carta oficial del secretario general Enrique Nelson (Buenos Aires, calle Tucumán 900, sede del Comité Argentino de la Exposición) dirigida al Sr. Fernando Fader (Mendoza, Usina de Gas) (1914 septiembre 14). Archivo personal de la Sra. Rosa Fader de Guiñazú.

78. Hasta la década del 30, no se encuentran referencias a paisajes vendimiales o vitivinícolas en las obras pictóricas presentadas en exposiciones provinciales. Véase GÓMEZ de RODRÍGUEZ BRITOS, Marta (2008; 2001 y 1999).

En esta oportunidad, en Argentina se valoraba y promovía especialmente la participación en los festejos de Río como una manera de potenciar los vínculos entre los dos países y establecer así un fluido intercambio comercial, esta vez con un país sudamericano. En el marco de esta iniciativa, el Poder Ejecutivo propuso que la Legación argentina en Brasil, a cargo en ese momento del Dr. Mora y Araujo, fuera elevada a carácter de embajada, al tiempo que el presidente electo de la República, Dr. Marcelo T. de Alvear, antes de desembarcar en Buenos Aires en su viaje de regreso al país, visitó Río de Janeiro, donde fue recibido por el presidente Pessoa.

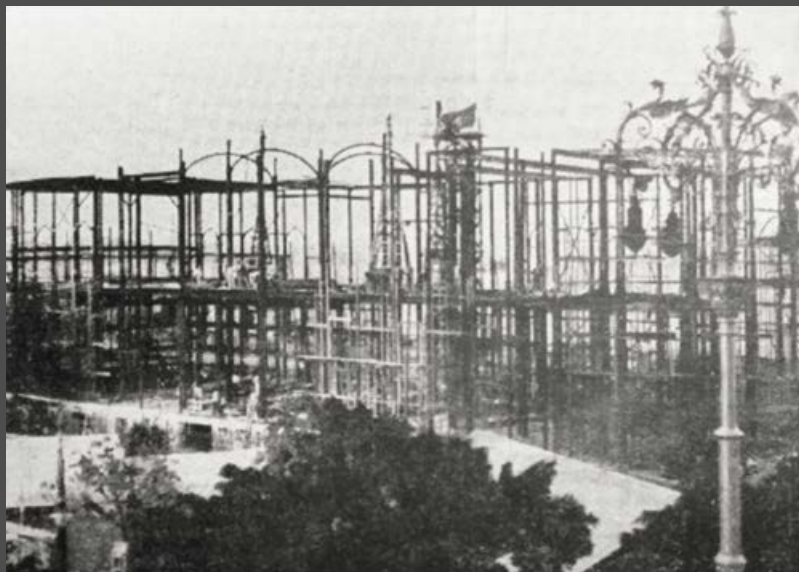
Diseño y arquitectura, estrategias para darse a conocer

El gobierno argentino, con la intención de instalar los productos regionales en la exposición de Río, dictó un decreto para formar el "Comité permanente de concurrencia argentina a la Exposición Nacional de Brasil". Fueron miembros Juan B. Mignaqui, presidente de la Cámara de Comercio Argentino-Brasileña; Horacio Pini, presidente de la Sociedad Unión Industrial Argentina, y Benito Nazar Anchorena, presidente del Centro Vitivinícola Nacional. Ellos se encargaron, junto al ingeniero Nelson, comisario general de la exposición, de levantar y preparar el Pabellón Argentino, ubicado de manera preferencial en la Avenida de las Naciones. Al igual que el Pabellón de París de 1889, el arquitecto Alejandro Christophersen⁷⁹ propuso para el Pabellón Nacional una construcción desmontable, pensada para ser reutilizada después, en Buenos Aires, como un espacio de exposición permanente para eventos relacionados con la industria. Finalizada la exposición el traslado del pabellón no se realizó y, en consecuencia, fue demolido.

Argentina obtuvo el Gran Premio de Honor en este certamen. Desde Buenos Aires se despacharon las estructuras metálicas y los trabajos de artistas y artesanos que ornamentaron el edificio. La propuesta, de lenguaje historicista ecléctico, se inspira en la tradición residencial del clasicismo francés especialmente en la fachada principal y el sistema de techo con mansarda, y del Art Nouveau en uno de los extremos del edificio. Constituye una elección formal que expresa el deseo de afianzar la inserción de la cultura argentina en patrones estéticos europeos⁸⁰. Cabe destacar que varios países americanos optaron en esta exposición por llevar pabellones de estilo neocolonial en una búsqueda de subrayar lo propio.

79. Alejandro Christophersen (1866 Cádiz – 1946 Buenos Aires) fue un arquitecto de nacionalidad noruega que trabajó en Buenos Aires en un estilo ecléctico. Entre sus obras se destacan el Café Tortoni, La Bolsa de Comercio de Buenos Aires, la Catedral Ortodoxa de la Santísima Trinidad en Buenos Aires y el Palacio San Martín. Datos en: LIERNUR, Jorge Francisco y ALIATA, Fernando (compiladores) (2004) T. II, p. 71.

80. Véase: Revista de Arquitectura (1923, octubre), "Pabellón Argentino en la Exposición Internacional de Río de Janeiro 1922", Año IX, octubre 1923, N° 34, por el Arq. A. Christophersen.



43. Estado de la construcción del Pabellón Argentino (Caras y Caretas, 1922).



44. Dibujo del frente principal-cuerpo central (Revista de Arquitectura 1923).



45. Lateral del Pabellón Argentino sobre la Av. Río Branco (Revista de Arquitectura, 1923).



46. Fachada principal del Pabellón Argentino
(Revista de Arquitectura. 1923).





47. El frontón central durante la construcción (Revista de Arquitectura 1923).

Aunque no posee una planta simétrica, los elementos componentes de la fachada realzan el eje axial sobre el que se sitúa el ingreso del pabellón. Este se resuelve con una portada enmarcada por pilastras dobles, terminadas con un frontón y rematada por una cúpula con linterna. El resto de la fachada, articulada por un basamento, dos cuerpos y gran cornisa con balaustrada, contiene una rica ornamentación de molduras, guirnaldas, láureas, vasos romanos y grupos escultóricos que fueron trabajados por Troiani⁸¹.



48. Fuente ornamental en el lateral del edificio
(Revista de Arquitectura, 1923).

81. Troiano Troiani (1885 Udine - 1963, Buenos Aires) fue un escultor que no tuvo formación académica. Se radicó en Argentina en 1910. Trabajó en grandes y pequeñas figuras, placas funerarias y estatuas de plazas y paseos como El arquero divino (1924), adquirida por la Municipalidad de La Plata, y realizó el grupo de esculturas para la Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

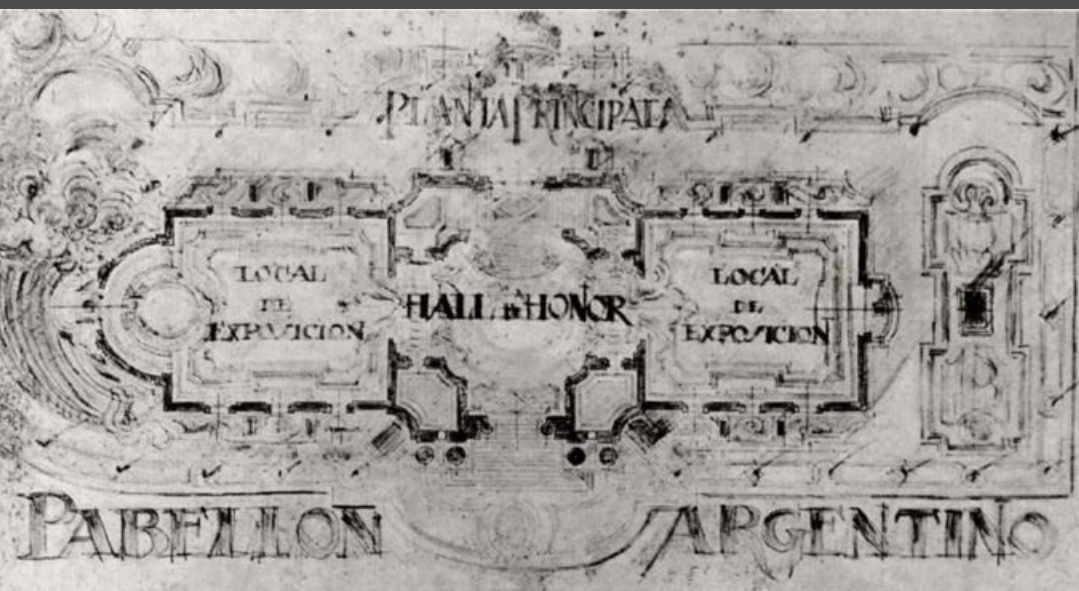


49. Planta principal
(Revista de Arquitectura, 1923).

El interior del edificio albergaba distintas secciones. En la planta baja se encontraban dos salas o locales de exposición y el hall de honor, ambientado con dos dioramas, destinado a las exposiciones forestales. En el local de la derecha estaban el comisariato y los productos agrícolas, mientras que en el de la izquierda, el transporte público. El hall del primer piso alojaba la presentación de tierras coloniales e inmigración; el espacio de la izquierda fue destinado a educación y enfrentados estaban el cinematógrafo, la sala de lectura y las dependencias del personal. Por último, estaban la sala de degustación y la cantina, donde se realizaban las catas de los productos. Desde el Estado Argentino se dispuso un presupuesto de \$1.000.000 m/n para financiar los gastos de embalaje, traslado y montaje de las muestras.

En Mendoza, la idea de participar encontró opiniones contradictorias, debido a que la suma destinada a montar la exposición generó debates entre los bodegueros. Algunos de ellos consideraban que era más redituable destinar ese monto a promover la industria de manera particular y ayudar puntualmente a los empresarios a conquistar mercados extranjeros y colocar sus productos en los puntos de venta. Por otro lado, estaba quienes defendían la iniciativa porque veían la oportunidad de medirse en este “torneo” con otras naciones progresistas y ser reconocidos internacionalmente. Así, Francisco Alversente escribe:

“En Europa y en los mismos países de América, nuestra capacidad productiva es poco menos que desconocida, excepción hecha de la ganadería y de la agricultura (...) el desconocimiento de nuestra capacidad es casi absoluto, e influye a ello el espíritu ‘anti-expansivo’ (permítaseme el vocablo) de la mayoría de nuestros hombres de trabajo”.⁸²



50. Plantas del Pabellón Argentino
(Revista de Arquitectura, 1923).

Más allá de los debates que se dieron en la prensa, la Comisión Organizadora coordinó la selección y preparación de las colecciones para “que sean la expresión de la capacidad productora del país, en todos sus aspectos”⁸³. Esto implicó la exhibición de productos naturales y elaborados, materiales ilustrativos, fotografías, diagramas, cuadros estadísticos, proyecciones panorámicas, álbumes, dioramas, folletos y publicaciones.

Para la promoción de la vitivinicultura se buscó que las bodegas ocuparan un lugar destacado en este certamen. Nazar Anchorena, como presidente del Centro Vitivinícola Nacional, formó comisiones provinciales por Mendoza⁸⁴, San Juan, Salta, Entre Ríos y territorio del Río Negro con el fin de articular con las provincias el envío del material para ser exhibido en lo que la prensa llamó “un llamativo escaparate”. La Secretaría de la Comisión de Fomento Industrial Vitivinícola llamó a un concurso previo para la selección donde se especificaba que debían mandar “cuatro ejemplares como mínimo de cada clase de productos, perfectamente acondicionados y en la misma forma que se piensa exhibirlos en la Exposición”.⁸⁵ Cuando se dimensionó el interés que había en los envíos argentinos, el comité organizador decidió modificar y ampliar la propuesta inicial “de instalaciones, vitrinas y escaparates en vista de la gran demanda de espacio que se produjo”⁸⁶.

83. Buenos Aires al Pacífico (1922, abril) “Exposición Internacional de Río de Janeiro”, Año V, N° 50, p. 35.

84. Por Mendoza actuaron: José Tirasso, Santiago Mayorga, José Toso, Leoncio Arizu, Arturo Furlotti, Adriano Fugazza, Ángel Cavagnaro, Ramón Manem, Alberto Herrero, Carlos González Videla, José A. Brandi y Emilio Vicchi.

85. Noticias(1922, junio 21), “Comité Mendocino. Bases para un concurso de selección de productos”, Año 1, N°3.

86. Los Andes (1922, septiembre 6), “El Pabellón Argentino. Detalles de los productos a exponerse”, p.1.

51. Llamado a concurso para diseño del pabellón provincial (Última Hora, 1922).



52. Bases para el concurso de selección de productos (Última Hora, 1922).



El original proyecto de pabellón de Mendoza

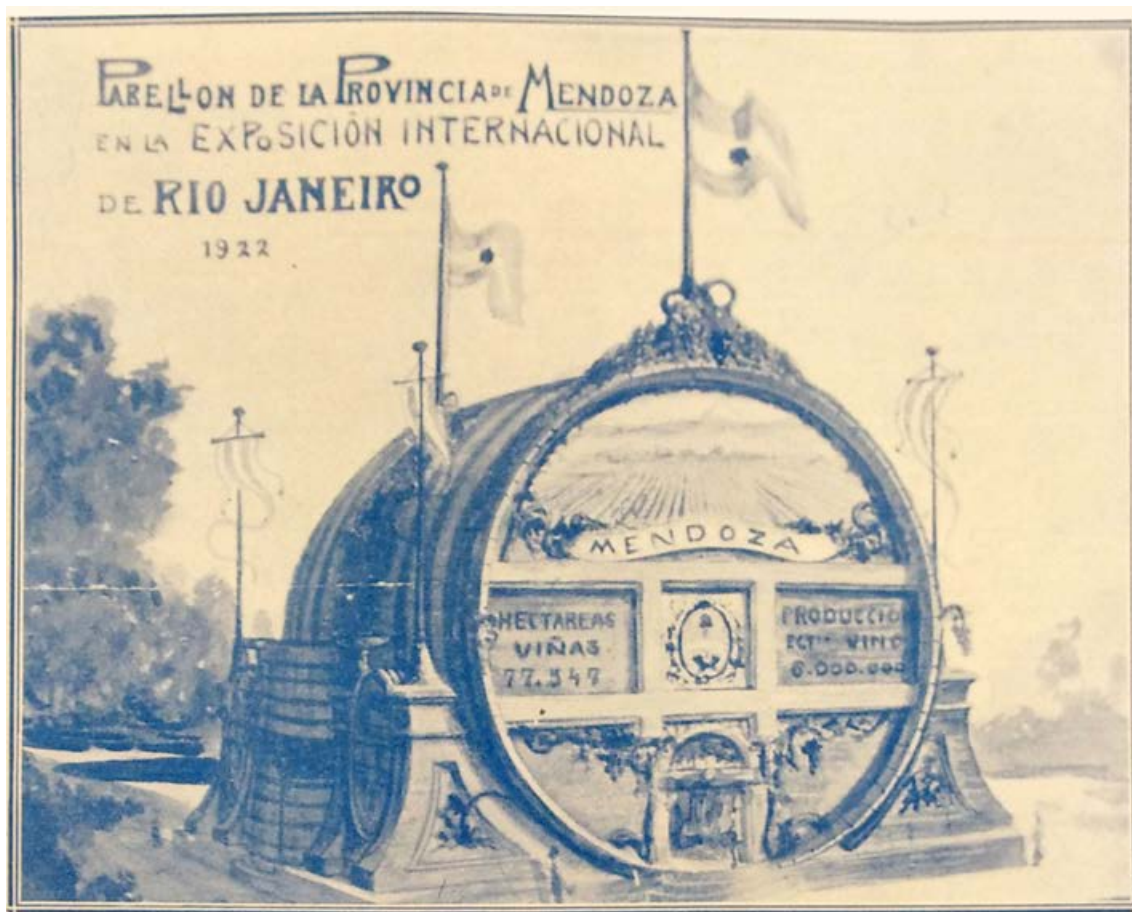
Antes de concretarse esta iniciativa, entusiasmados con la posibilidad de visibilizar la industria provincial, el Gobierno de Mendoza pensó presentarse en la Exposición de Río de Janeiro con un pabellón propio, distinto del nacional. Para eso nombró una comisión presidida por el ministro de Industrias y Obras Públicas, que solicitó al Comité Nacional un terreno dentro del predio. Luego fue encargado a los señores A. N. Galanti y A. Corti la redacción de las bases de otro concurso:

“para la confección del croquis del pabellón de la provincia de Mendoza, que ha de revestir las características de un gran tonel. Para los dos mejores trabajos que se presenten, se crean dos premios de 500 y 300 pesos respectivamente, que serán abonados una vez entregados al comité los dibujos definitivos de conjunto y detalle”.⁸⁷

La arquitectura efímera de los pabellones permitía jugar con resoluciones novedosas o proponer los llamados estilos “exóticos” o “vernáculos” que no respondían a lenguajes historicistas. En sus resoluciones ilusorias daban lugar a proyectos de carácter identitario.

87. Última Hora (1922, junio 1), “Exposición Internacional de Río de Janeiro 1922. Comité mendocino”.

En los eventos internacionales de ese momento, mostrar toneles artísticos o gigantescos ya era una tendencia, desde que Eugene Mercier presentara en la Exposición de París de 1889 su tonel gigante⁸⁸ y que la bodega Grand Foudre Pommery⁸⁹ mostrara en la Feria Mundial de Saint Louis de 1904 un tonel tallado destinado al Pabellón de Francia. Otros antecedentes locales que caben considerar son los toneles artísticos que se presentaron en el Pabellón de Mendoza en la Exposición de 1910. Hasta el momento no se han podido encontrar registros de diseños y materialización de pabellones con forma de tonel, en otras exposiciones, como el que proponía la provincia de Mendoza, que destacaba por su originalidad.



53. Vista principal del proyecto del Pabellón de Mendoza (La Quincena Social, 1922).

88. Es un tonel de roble con capacidad para 1.600.000 litros construido en Epernay y trasladado hasta París para la Exposición Universal de 1889. Ganó el segundo premio de la Exposición Universal, el primero fue para la Torre Eiffel. Hoy está expuesto en el vestíbulo de la Bodega Mercier en Francia.

89. El Grand Foudre Pommery es un gigantesco tonel con capacidad de 75.000 litros realizado especialmente para la feria de Saint Louis. Se le encargó al maestro ebanista Emile Gallé. Su cara tallada aludía a la amistad entre Francia y Estados Unidos. Fue trasladado en transatlántico desde Francia a Estados Unidos y actualmente se encuentra expuesto en la sala de visitantes de la Maison de Champagne Pommery en Reims, Francia.



54. Detalle del proyecto del Pabellón de Mendoza (La Quincena Social, 1922).

El primer lugar del concurso lo obtuvo Alfredo Nenciolini⁹⁰ con un diseño que mostraba un gigantesco tonel apoyado, de manera horizontal, sobre soportes. El frente del pabellón estaba trabajado como los toneles artísticos: dividido en tres zonas. En la inferior se encontraba la puerta de entrada, rematada en un arco de medio punto y rodeada de parras que como enredadera trepaban por las paredes. En la sección media se observaba al centro el escudo provincial y a cada lado se informaba la cantidad de hectáreas de viñas cultivadas y la producción de hectolitros de vino de la provincia. En la parte superior, un paisaje de vides acompañaba la cartela con el nombre de la provincia aludiendo a la idea de los sellos toneleros.

Los costados del tonel se convertían a la vez en un juego ambivalente, en la mirada frontal de lo que sería el interior de una bodega, mostrando cubas, toneles y sus cunas de madera trabajada. Remataban la vista cuatro pendones y banderas nacionales colocados en los extremos de lo que sería el pabellón.

En el interior, Nenciolini aprovechó su formación como arquitecto y artista y diseñó el espacio abovedado simulando un parral de dimensiones monumentales que terminaba con un sol naciente en el fondo del tonel. Para multiplicar el espacio de exhibición, diseñó unas escaleras metálicas hacia las pasarelas laterales que balconearon sobre el eje central, imitando las estructuras metálicas de las salas de barricas de las bodegas.

Sin embargo, por divergencia de opiniones, este proyecto no se materializó y las críticas se hicieron sentir en el diario Los Andes:

“Al apreciar la trascendencia que asumirá este torneo de actividades económicas, y en el cual se encuentran representados intereses de los más variados y pertenecientes a países tan distantes como extraños al ambiente brasileño, llama poderosamente la atención que una provincia de la importancia de Mendoza y con una industria madre que puede tener en aquel país un amplio y seguro mercado se encuentre ausente. Un pabellón en que las industrias vitivinícola y frutícola de Mendoza se exteriorizaran, en las diferentes manifestaciones de calidad e importancia, hubiesen sido, malgrado todas las opiniones que se han formulado y se formulen en contra, de saludables y positivos beneficios para la provincia”.⁹¹

90. Alfredo Nenciolini (1896 Florencia -1959 Mendoza) fue pintor, decorador y arquitecto formado en la Escuela Profesional de las Artes Decorativas Industriales de Florencia. Trabajó en Uruguay, Paysandú, Bellavista y Buenos Aires. En Mendoza fundó en 1912 la Academia de Pintura y Dibujo San Buenaventura y, en San Rafael, hizo el Cine Marconi. Realizó numerosas exposiciones de pintura al igual que importantes proyectos arquitectónicos. Véase: SANTÁNGELO, Marcelo y Otros (2015), p. 250.

91. Los Andes (1922, octubre 22), “La exposición Internacional de Río de Janeiro”, p. 1. 92 Los establecimientos de Mendoza y San Juan que presentaron productos fueron: Luis Tirasso, Benegas Hnos. y Cía., Carlos González Videla, Alberto Herrero, Benjamín Nazar Anchorena, Alberto André, Deis Hnos., Ricardo Palencia y Cía., Copello Siboldi y Cía., Cheere Zogbe y Cía., Romero Hnos., Usin Gutiérrez y de la Fuente, Domingo Driollet y Cía, Rogelio Fernández y Cía., Federico Piette, M. A. Gutiérrez (hijo), Soc.

Más allá de que no se concretó, este proyecto hace visible por un lado la utilización del recurso del “tonel gigante”, en este caso como espacio expositivo. Por otro, da cuenta de la intención de mostrar lo “propio y distintivo”, la vitivinicultura mendocina. Cabe rescatar que la originalidad de la propuesta de presentar un pabellón en forma de tonel, además de ser una novedad en ese tiempo, también respondía a la necesidad de romper con el estereotipo de país ganadero y poder instalar el vino en las vidrieras internacionales.

Una vez descartado el proyecto de un pabellón provincial, se dispuso que los productos mendocinos se presentaran en el conjunto del espacio nacional que, como era costumbre, estaba dividido en distintas secciones e incluía industria, comercio, agricultura y educación. Mendoza envió distintos tipos de vinos, coñac, jugos de uva y también fruta fresca y elaborada⁹².

En la búsqueda de instalar el concepto de “vino nacional”, cada bodega tuvo la oportunidad de realizar una cata individual. En el diseño expositivo se procuró destacar las marcas, de modo que la comisión organizadora estableció que: “los industriales podrán remitir fotografías de sus bodegas y viñedos, datos estadísticos que revelen la capacidad e importancia industrial y comercial de los establecimientos”⁹³. Los bodegueros tenían especial interés en la exposición de Río de Janeiro porque veían una importante posibilidad de salida comercial y así lo manifestaban:

“Es necesario que la industria vitivinícola se presente dignamente en la exposición de Río de Janeiro; que se muestre lo que ella vale en sí y lo que representa en las fuerzas vivas del país; que se haga una demostración acabada de su potencia productiva y de la calidad del vino nacional, así como también del esfuerzo ingente que testifica la vitivinicultura argentina, tanto en sus elementos fundiarios como en los capitales que se mueven a su influjo (...) mostrar al país hermano que nuestra vitivinicultura está en condiciones de poder abastecer al mercado consumidor de Brasil, con productos de calidad diversa y que pueden satisfacer las más variadas exigencias”.⁹⁴

Los bodegueros aspiraban a posicionarse en los mercados internacionales y esta podría haber sido una de las estrategias de visibilidad de los productos.

92. Arón Santiago Graffigna, Jorge y Florencio Aubone, Saúl Aubone, Devoto Magliano, Morcho Solimano y Cía., Muro Bustelo y Cía., J. D. Graffigna y Hnos., Valentín Beretta, Bernardo Eguiguren, Campodónico y Cía., Salvador López, Antonio Posleman, Emilio Langlois, Aubone Hnos., José A. Segovia y Jiménez Hnos. En: Boletín Centro Vitivinícola Nacional (1922, septiembre 25), “Exposición Internacional de Río de Janeiro”, N° 205, p. 400.

93. Boletín del Centro Vitivinícola Nacional (1922, mayo 8), “Sobre la exposición del Brasil. Circular a los Sres. Socios”, Buenos Aires, p. 201.

94. Boletín del Centro Vitivinícola Nacional (1922, marzo 29), “Circular N°60”, Buenos Aires, p. 157.

55. Vista izquierda de la primera planta del Pabellón Argentino (Inv. I 38363. C.2876/5.2, Archivo General de la Nación, 1925).



56. Pabellón Argentino, sección de Agricultura (Inv. I 38366. C.2876/5.2, Archivo General de la Nación, 1925).

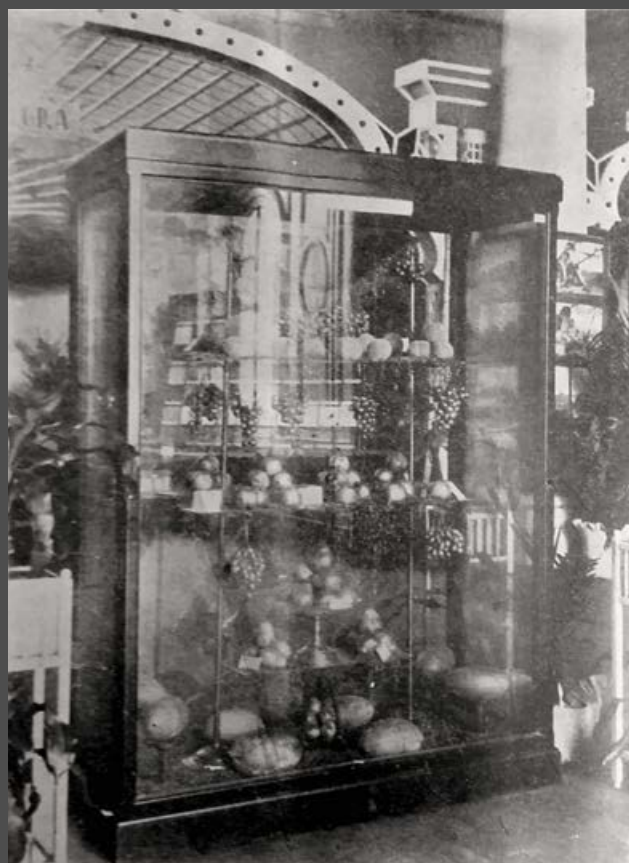


57. Vinos de San Juan y Mendoza (Revista de Agricultura, Industria y Comercio. 1922).





58. Sección vitivinícola. Una columna y un ángulo de la pérgola (Revista de Agricultura, Industria y Comercio. 1922).



59. Vitrina de exposición de fruta fresca (Revista de Agricultura, Industria y Comercio. 1922).

Consideraciones finales

Al recorrer cada uno de los eventos elegidos, es posible observar que en la construcción de la imagen de Mendoza se reconocen dos perspectivas. Una pensada a la distancia, desde Buenos Aires, y otra elaborada en la provincia. Tanto una como la otra mostraron los paisajes vitivinícolas y de montaña, presentaron a Mendoza como una ciudad moderna, y al territorio provincial como un espacio de producción y de posibles inversiones. Sin embargo, las propuestas que se gestaron desde Mendoza, además de tratar estos temas, priorizaron la idea de presentar la industria vitivinícola con el fin de desarrollar una política de comercialización.

Hay temas o recursos coincidentes en los distintos eventos que se resuelven de manera dispar. Uno es la invitación a recorrer paisajes e historias a través del desplazamiento físico del público, y la otra, a través de la imaginación, con el uso de recursos audiovisuales y performáticos. En el teatro de la Exposición del Centenario de 1910, el día de la inauguración del Pabellón de Mendoza se proyectó un filme con una serie de vistas de la provincia. Unos años después, en el II Congreso del Comercio y la Industria de 1913 los visitantes recorrieron a la manera tour, los mismos lugares donde eran invitados a ir y observar de manera directa las bondades de Mendoza: viñedos y bodegas, paisajes cordilleranos, sitios de recreación como Potrerillos y Cacheuta, la historia fundacional con la Toma de los Españoles, la ciudad con sus modernos edificios emblemáticos y el nuevo Parque General San Martín⁹⁵.

El curso vendimial de 1913 impuso un recorrido por estampas, mitos y relatos en torno al cultivo de la vid presentes en cada carro dando cuenta la búsqueda de la provincia por enfatizar la imagen de Mendoza como productora vitivinícola.

Los murales que pintó Pío Collivadino, así como los dioramas del teatro del Pabellón de 1915, entre los que se encuentra el diseñado por Fader de temática vitivinícola, también invitaban al espectador a desplazarse entre los artefactos. Los murales imponían al observador un viaje a imágenes distantes en el tiempo y en el espacio. Mientras que los dioramas dispuestos en el teatro mostraban paisajes y escenas argentinas dando cuenta de una diversidad de regiones, lejanas geográficamente para el espectador, pero contemporáneas a él. A estos paisajes se accedía a través de escenografías efímeras que buscaban generar la ilusión de transitar o estar en el lugar.

95. Como señala Bruno en relación con el desarrollo del turismo "las exposiciones devinieron un terreno fértil para los inversores privados, se diseñaron circuitos turísticos asociados a los eventos". Esto se evidenció en las inversiones y propuestas que comenzaron a surgir, primero en Cacheuta, en 1913, y después en otras áreas cordilleranas. Véase: BRUNO, Paula y SCHUSTER, Sven (2023), pp. 13-14.

Otro aspecto que se puede recuperar son las propuestas arquitectónicas. En las exposiciones internacionales de 1915 y 1922, Argentina optó por construir pabellones nacionales de estilo historicista ecléctico, el mismo que eligió la provincia de Mendoza para presentarse en la Exposición del Centenario. En estas tres participaciones se pensó un tipo de construcción efímera, desmontable y transportable para ser reutilizada en el lugar de origen como era la intención en ese momento. Por otra parte, Mendoza tuvo la iniciativa de proponer un pabellón en forma de tonel en la búsqueda de autorrepresentación, al elegir una arquitectura ilusoria y escenográfica de escala mayúscula con un estilo que permitiera identificar a la provincia con la industria vitivinícola.

Desde las estrategias utilizadas para mostrar los proyectos es posible abordar la construcción del discurso y montaje de las exposiciones que referían a la industria vitivinícola. Incluían una propuesta de recorrido y circulación desarrollada en función de lo que se quería mostrar, cómo y a quién. Los criterios de exhibición se centraban en un tratamiento abarrotado de los objetos que devolviera una imagen de abundancia y modernidad. La profusa ambientación se lograba con plantas, vitrinas de diversidad morfológica, distintos tipos de mobiliario que permitían la exhibición de productos, envases y recursos gráficos como fotografías, pinturas, cartelería, mapas y cedulares. Se acompañaba la experiencia de visitar los salones con acciones que implicaban la participación del visitante, como las catas de vinos.

Los distintos recursos utilizados hacían visible la intención de brindar información amplia del sector productivo de la provincia, además de mostrar los productos. A la vez, se daban a conocer los estudios científicos a través de publicaciones, se exhibían colecciones vivas, procesos de cultivo, vinificación y las relaciones posibles con otras industrias complementarias, como la metalmecánica.

Identificar y pensar de qué manera idearon y materializaron la representación de “lo propio” de la región, a través de diversos diseños y montajes para este tipo de eventos, permite comprender la intencionalidad de los organizadores en darle visibilidad a Mendoza en términos de potencial económico por su producción y sus riquezas naturales.

Más allá de que estas muestras generaban posibilidades de negocios, también implicaban la articulación y experimentación de prácticas expositivas. Este tipo de eventos propiciaba el espacio para pensar la dimensión regional, nacional y el papel que la provincia podía desempeñar en ellos. Articulaban las propias expectativas, las exigencias de los organizadores de estos encuentros, las directivas nacionales y, sorteaban las tensiones existentes entre los distintos intereses y actores sociales.

CAPÍTULO

05

Tumbas y prácticas funerarias

De la burguesía vitivinícola de Mendoza durante la primera mitad del siglo XX

Celia García y
Rosana Aguerregaray Castiglione

Introducción

Durante el siglo XIX y principios del XX, con el surgimiento de los cementerios públicos como espacios funerarios delimitados y especializados, la provincia de Mendoza vio emerger y consolidarse nuevas prácticas funerarias que pronto se pusieron al servicio de procesos de jerarquización social, en cuya cima se ubicó la burguesía vitivinícola¹. A partir de esta situación, surge el interés por comprender cuáles fueron las actitudes que tomó este grupo ante la muerte y cómo se representaron en estos nuevos espacios.

Es posible entender estas prácticas como la conformación y la afirmación de un rico y articulado “imaginario burgués de la muerte”², que demostraba su propia idea de la realidad y los valores en los que creían y que sostenían como grupo. Esto se vincula con el mito del hombre que se hace a sí mismo³ -self-made man-, del progreso, de la familia, de la beneficencia y de la religión. Son ideas que van más allá del contexto local y que tienen que ver con el grupo hegemónico de principios del siglo XX.

El trabajado está basado en un corpus documental integrado por fuentes escritas y fotografías de la prensa y revistas locales. En él se analizan las tumbas pertenecientes a estos notables miembros de la burguesía vitivinícola, ubicadas en el cementerio de Valdagno (Italia), en Godoy Cruz (Mendoza, Argentina) y en la ciudad de Mendoza (Argentina). A través de estas fuentes, es posible examinar las diferentes etapas del funeral, así como las formas, prácticas y preferencias estéticas con las que este grupo social abordó la muerte.

El trabajo está organizado en tres partes⁴. La primera versa sobre los nuevos espacios de la muerte, los cementerios, y cómo estos constituyen elementos fundamentales para la memoria de una sociedad. La segunda trata sobre las actitudes y los ritos funerarios de la burguesía vitivinícola mendocina, y la última aborda el análisis de las tumbas de las familias Tomba, Baquero y Arizu como estudios de casos altamente significativos, tanto porque reflejan una sensibilidad general que caracterizó a toda la cultura occidental de la muerte como porque, a su vez, se inscriben en su propia particularidad regional.

1. Algunos aspectos de este trabajo están basados en: GARCIA, Celia (2021, Inédito); AGUERREGARAY, Rosana (2016).

2. El concepto es de Franco Sborgi. Ver: SBORGI, Franco (1997); DIEGUEZ PATAO, Sofia, GIMENEZ SERRANO, Carmen (Ed.), (2000).

3. Mito muy arraigado en el contexto de la exaltación masculina, una especie de predestinación a la gloria donde se silencian el papel de las alianzas matrimoniales, las redes de poder y otras circunstancias incluso fortuitas que los llevaron al alcanzar el éxito económico.

4. En el presente trabajo la primera parte fue hecha en conjunto por las autoras, la segunda parte correspondió a Rosana Aguerregaray Castiglione y la tercera parte es de autoría de Celia García.

La puesta en escena de la muerte y la construcción de la memoria⁵

La modernidad ubicó a los muertos fuera del espacio sagrado de las iglesias, lo que generó el cementerio público contemporáneo, que lentamente quedó subordinado a la tutela política o civil y que ganó con ello un ambiguo estatuto profano. Los sectores más tradicionales se resistieron ante esta nueva realidad. Pero también es cierto que esta situación estuvo inserta en un fuerte proceso de transformación de una sociedad más secular⁶, anclada en el individuo, que exigía tumbas diferenciadas y permitía a todos soñar con la supervivencia de su recuerdo. Aunque la efectiva posibilidad de acceso a los soportes simbólicos necesarios para la inmortalización en la memoria colectiva quedaba en manos de unos pocos, basta analizar el modo en que los nuevos cementerios se fueron poblando y ornamentando, para comprobar cómo las jerarquías sociales entre los vivos establecieron una semejanza entre los muertos.

En los cementerios del siglo XIX y principios del XX, la concesión a perpetuidad permite que la tumba constituya un patrimonio privado y hereditario como cualquier otro. Este podía funcionar como receptáculo de símbolos que eternizaran la memoria del propietario o de todo el linaje familiar.

Después de las propuestas iluministas para la expulsión de los muertos del territorio de los vivos, nació una nueva afectividad que se manifestó en la creciente personalización del funeral y en una mayor dramatización de la pérdida. La sensibilidad romántica de explicitar el sufrimiento causado por “la muerte del otro”⁷, según señala Ariès, se produce a partir del siglo XIX cuando se profundiza la dificultad de aceptar la muerte del otro y sucumbe la certeza de que lo temido no es el final de uno sino el de los otros y que se manifestará mediante una exageración del duelo. El cortejo fúnebre, lentamente, se convirtió en un símbolo de ostentación, medido por los costos de las tasas de entierro, que podían variar según el tipo de sepultura y el servicio. Las más elevadas definían el grado de magnificencia, los homenajes y los avisos en la prensa. Una serie de “ritos de pasaje”⁸ permitía depositar al fallecido en su último hogar.

Los cortejos, los homenajes y las sepulturas, fueron la forma de transformación ritual del muerto en antepasado, es decir, en figura ejemplar finalmente depurada para la conmemoración.

5. La memoria y la muerte, en el contexto de la muerte burguesa y el surgimiento de los cementerios contemporáneos ha sido estudiada entre otros por: DÉCHAUX, Jean-Hugues. (1997); ARNAIZ GÓMEZ, Ana (1995); CATROGA, Fernando (1999).

6. Se entiende por secularización el proceso en el cual comienza a diferenciarse y delimitarse la esfera religiosa del resto de las esferas política, económica, social, cultural, científica, y en el cual la religión “se recompone, relocaliza y adquiere modalidades múltiples, fragmentadas, subjetivas, tal vez elusivas”. De este modo, se vincula en especial con los procesos culturales, por lo que al mencionar que un grupo o sociedad se ha secularizado ello implica que sus comportamientos y prácticas han adquirido cierta autonomía con respecto a la órbita religiosa y que ésta ha perdido cierta capacidad normativa y de subjetivización de las creencias. Por su parte, este proceso incluye a la laicidad, considerada como el traspaso de instituciones, funciones y bienes desde una esfera religiosa a una estatal. Ver: DI STEFANO, Roberto (2011), pp. 4-5.

7. El concepto es de Philippe Ariès. Ver: ARIÈS, Philippe (2000).

8. Este concepto es del antropólogo francés Arnold van Gennep. Ver: VAN GENNEP, Arnold (2013).

Las prácticas funerarias: velorio, cortejo y homenajes

Los funerales de la burguesía, en la primera mitad del siglo XX, presentaron características similares en su tratamiento; no obstante, hay ciertas singularidades. Estas ceremonias comenzaban en el interior de la vivienda, donde el moribundo, en comunión con preceptos católicos, recibía los últimos sacramentos⁹. Se creía que estos constituían posibilidades reales para la salvación, ya que facilitaban el tránsito hacia el más allá y matizaban una mala vida¹⁰. La familia era la encargada del “rito de pasaje”, de este modo, establecía una serie de actos destinados a la salvación del alma, como los sufragios y las misas de cuerpo presente.

En el interior de la casa, se levantaba la efímera capilla ardiente. Se ornamentaba con tapices de color negro y candelabros, y en el centro se colocaba el féretro. Se creaba así un espacio semejante al de la iglesia, que constituía una puesta en escena que no era lo habitual para un espacio doméstico y cotidiano. De esa manera, ese sitio se sacralizaba, “este montaje ceremonial se desprendería de los espacios religiosos hacia otros sitios, llevando consigo las potencias transformadoras a los espacios profanos, una suerte de “punto fijo” que se instalaba en casas, edificios públicos y edificios privados de servicios funerarios”¹¹.



I. Capilla ardiente
en la vivienda
particular de
Carlos W. Lencinas
(Los Andes, 1929).

El anuncio de la muerte, los cambios en la decoración de la casa y la instalación de la capilla fúnebre eran las fases previas para el “acto de despedida” colectiva que se lograba mediante la exposición del extinto. De este modo, la vivienda se convertía en el receptáculo obligado de quienes debían, ya sea por integrar el círculo íntimo o por pertenecer al grupo social, dar el pésame a los deudos. Así, asistían al velorio amigos, parientes y allegados con el fin de acompañar a los familiares en su pesar y continuar los lazos de solidaridad que eran de importancia en esos momentos críticos.

9. En caso de Antonia Tomba se mencionaba que había decidido morir sin “esas costumbres rituales que representaban un normal precepto para muchos de sus amigos y parientes crecidos y criados en la fe católica”. En: Sella A. “I Funerali di Antonio Tomba”, la provincia di Vicenza, 8 de diciembre de 1899, citado en: TRIVELLE, Giorgio (2011), p. 86.

10. AYROLO, Valentina (2009), pp. 109-139.

11. DAL CASTELLO, David (2007) pp. 95-96.

De esa manera, el velorio “fue el ritual que se encargó de unir a un determinado grupo social junto al cadáver de uno de sus miembros”¹².

El anuncio de la muerte, los cambios en la decoración de la casa y la instalación de la capilla fúnebre eran las fases previas para el “acto de despedida” colectiva que se lograba mediante la exposición del extinto. De este modo, la vivienda se convertía en el receptáculo obligado de quienes debían, ya sea por integrar el círculo íntimo o por pertenecer al grupo social, dar el pésame a los deudos. Así, asistían al velorio amigos, parientes y allegados con el fin de acompañar a los familiares en su pesar y continuar los lazos de solidaridad que eran de importancia en esos momentos críticos. De esa manera, el velorio “fue el ritual que se encargó de unir a un determinado grupo social junto al cadáver de uno de sus miembros”¹².

Durante el tiempo del funeral, se realizaban homenajes auspiciados por diversas instituciones y sujetos de la sociedad de la época. En el caso de Honorio Barraquero (nació en Belgrano, Mendoza, 1842) los establecimientos vitivinícolas suspendieron las actividades, entre ellos, Antonio Tomba, Arizu Hnos., Isidro Escudero, Miguel Escorihuela, Tiburcio Benegas, Pedro Brandi, Pascual Tosso y Hnos.¹³. Barraquero, en vida, fundó uno de los primeros establecimientos vitivinícolas del municipio de Belgrano (actual departamento de Godoy Cruz, Mendoza) que funcionó hasta 1920, además, ejerció el cargo de presidente del Concejo Deliberante de Godoy Cruz y de diputado provincial¹⁴.

Situación similar sucedió con Antonio Tomba (nació en Valdagno, provincia de Vicenza, región del Véneto, Italia, 1849) quien falleció en 1899 en altamar. La noticia llegó a la provincia de Mendoza desde el puerto de San Vicente, Cabo Verde. Tomba se embarcó a su tierra natal con grave estado de salud acompañado por su esposa e hijo, hermanas y hermanos, su cuñada, su sobrino y un amigo de la familia, Carlo Scacco. Por motivo de su enfermedad, llevó consigo un ataúd, un facultativo para efectuar el embalsamamiento del

12. LEÓN LEÓN, Marco Antonio (2017), pp. 128.

13. Los Andes, (1898, marzo 24).

14. “Museo virtual de Godoy Cruz”. 20 de noviembre de 2023. <https://museovirtual.godoycruz.gob.ar/la-inmigracion/>

cuerpo y los elementos necesarios. Además, según menciona la prensa, consiguió un permiso para que en caso de que muriera en altamar, sus restos fueran conducidos a tierra firme. Su deseo era que su cuerpo no fuera lanzado en el “misterioso fondo del mar sino en el lugar de su nacimiento, Italia, al lado de sus antepasados”¹⁵.

Según expresa una crónica de los últimos días de vida de Tomba, la agonía comenzó a las 3 y 51 del día 5 de noviembre de 1899, en altamar. Los familiares y acompañantes estaban en torno a él. “El hijo se dejó caer en rodillas cerca (...), estallando en llanto, y pidiéndole ¡perdón!”. Luego, Antonio Tomba “mira a [su] mujer, y con un gran esfuerzo vuelve a girar los ojos casi saludando a los presentes, cerrándolos para siempre”. En el momento de su muerte, el transatlántico, llamado Regina Margherita, estaba navegando en las costas de Brasil. El rito de sepultura establecido en altamar consistía en arrojar el cuerpo al océano, en caso de que el barco se encontrará distante de un puerto. Si bien los deudos le solicitaron al capitán llegar a tierra firme para que el cadáver fuera embalsamado y trasladado a su lugar de origen, Valdagno, esta petición fue denegada. De este modo, el cuerpo “fue lavado, vestido, colocado en una cama adecuada y fotografiado. Luego el médico lo toma para hacer la autopsia. Extrajo el corazón que prepara con bálsamo para que fuese llevado a Valdagno”¹⁶.

Durante ese tiempo, en el transatlántico hubo un clima de duelo y se suspendieron todas las actividades. El día 6 de noviembre se detuvo y se realizó la ceremonia fúnebre. Los asistentes uniformados arrojaron en cajas los restos y los bienes personales del fallecido. El cajón, además, contenía una nota, escrita por los familiares, con los datos personales del difunto y una recompensa para quien lo encontrara. Así, su cuerpo fue arrojado al mar y su corazón embalsamado y traslado a Italia para ser enterrado en el cementerio de su ciudad natal junto a la tumba de su madre. De esta manera, se cumplía parte de su voluntad, ya que no se le permitió que su cuerpo entero fuera desembarcado en tierra firme para su posterior traslado.

15. Los Andes (1899, noviembre 15), p. 1.

16. Sella, A. (1899, diciembre 8) en: TRIVELLE, Giorgio (2011), p. 88.



IL SEPPELLIMENTO NELL'OCEANO DEL MILONARIO TOMBA MORTO NELLA TRAVERSATA DALL'ARGENTINA A GENOVA.

(Disegno di A. Beltrame)

2. Funeral de Antonio Tomba en el transatlántico Regina Margherita (La Domenica del Corriere, 1899. Proprieta: Biblioteca Civica Bertoliana di Vicenza).

Simultáneamente, en Mendoza, la noticia de su muerte era publicada en la prensa, tal como queda expresado en las notas del diario Los Andes, que siguió de cerca las diferentes instancias del funeral. La publicación de este tipo de noticia puso de manifiesto la importancia social del sujeto y las repercusiones que esto generaba en los medios de comunicación y en la sociedad de la época. De este modo, “un simple funeral se convertía en un hito de referencia para la memoria colectiva de las próximas generaciones, las que tendrían presentes en sus recuerdos los tributos hacia un determinado sujeto”¹⁷ y colaboraría en la construcción de una identidad en común.

Frente a la muerte de Tomba, los establecimientos vitivinícolas y los comercios cerraron sus puertas, al igual que cuando falleció Barraquero. Los trabajadores paralizaron su labor en señal de duelo; “justo y postrar homenaje rendido al honrado e infatigable industrial, que con su actitud, conocimiento y fortuna, ha contribuido en primera línea al progreso de la provincia y especialmente al de aquella localidad, fomentado como el que más nuestra industria vitivinícola”¹⁸. La bodega de Tomba era una de las más importantes de la provincia por la calidad de sus vinos y por ello obtuvo destacados premios a nivel nacional e internacional¹⁹. Tanto el diario La Nación como la revista económica Producción Nacional le habían destinado ediciones especiales, mientras que en su tierra natal era comparado con destacados industriales²⁰.

Por su parte, la Sociedad Italiana organizó una ceremonia en la parroquia ubicada en la localidad de Belgrano [Godoy Cruz] en su memoria e invitó a orar en el Club Social. Se realizaron los funerales en sufragio del alma de Tomba; “las exequias, fueron como se preveía, una imponente manifestación de duelo; las naves de la iglesia se hallaban ocupadas por una numerosísima concurrencia entre la que á más de los miembros de la familia del extinto se encontraban las personas más caracterizadas del departamento de Belgrano, el Agente Consular de Italia y numerosos representantes de la Colonia Italiana”²¹. Según la prensa, la iglesia estaba completamente ornamentada con paños de color negro, con candelabros y en el centro se había colocado un catafalco con un féretro –simbolizando el cuerpo– envuelto de coronas de flores naturales. Enfrente de este, se colocó un retrato de Antonio Tomba y en la cenefa que cubría la base se leía el nombre del difunto. Mientras tanto, en la entrada se construyó una tribuna en forma de coro, donde se ubicó una orquesta y cantantes, y se ofició una misa de réquiem cantada. Las oraciones, dedicadas a la salvación del alma, facilitaban el viaje hacia la esperada “vida eterna”, mientras que las velas iluminaban el camino del alma hacia la luz celestial”²². Luego del funeral religioso los mencionados asistentes y los operarios se dirigieron con coronas de flores al establecimiento vitivinícola.

17. LEÓN LEÓN, Marco Antonio (2017), p. 128.

18. Los Andes, (1899, noviembre 15), p. 1

19. “Museo virtual de Godoy Cruz”. 20 de noviembre de 2023. <https://museovirtual.godoycruz.gob.ar/la-inmigracion/>

20. Sella, A. (1899, diciembre 8) en: TRIVELLE, Giorgio (2011), p. 81.

21. Los Andes (1899, noviembre 16).

22. LEÓN LEÓN, Marco Antonio (2017), p. 129.

Otro de los honores se llevó a cabo en su vivienda particular, donde se colocó una columna coronada con un busto de Tomba, realizado en bronce. En su inauguración se pronunció un discurso del señor Ceriotti y del cura y, luego, fueron a un almuerzo a la casa parroquial²³. También se rindieron homenajes en el Hospital El Carmen, ya que Antonio Tomba fue uno de los colaboradores, a través de la donación de 500.000 m² de tierras, para la construcción del nosocomio a fines del siglo XIX²⁴. Allí, se realizó un acto en homenaje a su memoria, se dispuso un retrato de medio cuerpo y una placa que tenía la siguiente dedicatoria “Homenaje de gratitud a la cara memoria del honorable Sr. Antonio Tomba”²⁵. Días después de su muerte, se realizó una misa en sufragio²⁶ por el alma, en la capilla del Asilo de Huérfanos²⁷. Esto evidencia que además de ser recordado como un bodeguero, también lo fue como un filántropo. Las misas post mortem “buscaron traer a la memoria de la colectividad los dones del difunto, el recuerdo de su biografía y sus principales obras, señalando además el gran vacío que su partida dejaba en el corazón de quienes lo acompañaban”²⁸.

En numerosas ocasiones, estos bodegueros también ocuparon cargos políticos. De ese modo, además de recibir los honores mencionados, el Estado provincial intervenía en las diferentes instancias del funeral, como fue en el caso de la muerte de Tiburcio Benegas (Rosario, Santa Fe, 1844) quien falleció en Buenos Aires en 1908. Fue fundador de la bodega Trapiche en 1883 y se desempeñó como gobernador de Mendoza (1886-1889; 1899; 1895) y senador de la Nación (1886-1887; 1895). Por este motivo, el funeral estuvo a cargo del Estado provincial, quien era el ente para oficiar la ceremonia en esos casos, luego de un velorio íntimo y privado organizado por la familia²⁹. Su ataúd, cubierto con la bandera nacional, proveniente de Buenos Aires, fue trasladado desde la estación central del ferrocarril al cementerio de la Ciudad de Mendoza; a diferencia de otros ex gobernadores que habían fallecido en dicho período y que fueron velados previamente en la Casa de Gobierno³⁰. En el cementerio, la Jefatura de Policía le rendiría los honores correspondientes. En esta procesión estaban presentes las autoridades y los círculos políticos de Mendoza, los familiares y el pueblo. Este acto asumió “caracteres que exteriorizaron las grandes simpatías y cariñosos respetos de que gozaba en la provincia el extinto”³¹.

23. Los Andes, (1900, noviembre 7).

24. PONTE, Jorge Ricardo (2005).

25. Los Andes (1900, noviembre 7).

26. Eran considerados ritos de mediación, siendo claves en el tránsito del alma hacia el paraíso en tanto acortaban la estadía en el purgatorio.

27. Los Andes, (1899, noviembre 26).

28. DAL CASTELLO, David. (2007), p. 159.

29. GAYOL, Sandra (2009).

30. AGUERREGARAY, Rosana (2016).

31. Los Andes, (1908, noviembre 7), p. 5; Los Andes, (1908, noviembre 8), p. 5.



3. Necrológica de Tiburcio Benegas (Caras y Caretas, 1908).

Simultáneamente, ante la muerte del político, los diferentes poderes –Ejecutivo, Legislativo y Judicial– y otras instituciones realizaban los honores correspondientes, como la bandera nacional izada a media asta en los edificios públicos en señal de duelo, el envío de coronas de flores para ser colocadas en las tumbas y las notas de pésame destinadas a los familiares³².

Al depositar los restos de Tiburcio Benegas en su panteón, hizo uso de la palabra el ministro de Gobierno. De este modo, los funerales de actores políticos y posteriores homenajes fueron ceremonias públicas cargadas de contenidos y fórmulas estereotipadas, cuyos elementos como la música, las oraciones, los discursos, la participación de las autoridades, configuraron un espacio simbólico que articulaba el recogimiento con el sentimiento patrio.

32. GAYOL, Sandra (2012); Los Andes (1908, noviembre 6), p. 4; Los Andes, (1908, noviembre 7), p. 5.



4. Cortejo fúnebre de Elías Villanueva
(La Revista, 1913).



5. Cortejo de Rufino Ortega en la calle San Martín
(Los Andes 1917).



6. Sepelio de Balbino Arizu
(Godoy Cruz. Memoria de todos).

A través de los funerales, el Estado delineaba la escala de la ceremonia y la importancia del sujeto homenajeado, además, era un recurso que le permitía distribuir poder político y determinar jerarquías sociales al pautar el lugar que debían ocupar los sujetos, los grupos y las autoridades en el cortejo y en el acto de inhumación por medio del orden de los oradores³³.

La prensa destacaba el accionar y el compromiso de estos sujetos pertenecientes a la burguesía y que fomentaban el desarrollo socio-económico, y la ausencia que sus muertes provocaban en la actividad económica y política de la provincia. De este modo, en 1923, el diario Los Andes expresó su profundo dolor por la muerte de Ricardo Palencia, quien era empresario del vino, productor, dirigente gremial empresarial y senador provincial desde principios del siglo XX³⁴. Así, el artículo expresaba que: “un espíritu emprendedor, una voluntad férrea y un carácter representativo desaparecen con el fallecimiento del Sr. Ricardo Palencia, ocurrido ayer en esta ciudad. Era (...) uno de esos hombres cuya vida esforzada y meritoria constituye un alto ejemplo de bien. Su actividad ha sido múltiple e infatigable. En todos los órdenes de la vida provincial aparece la huella de su paso, pero para señalar, con la presencia de grandes finalidades, un honrado propósito de progreso. Industrial, funcionario político, el extinto, acreditó siempre su decidida vocación por normas y procedimientos rectificadores”. Además, destacaba que Palencia “ofrecía el espectáculo reconfortante de aunar un claro sentimiento de la nacionalidad y aptitudes prestigiosas para esa obra constructiva”³⁵.

Luego del velorio, el cuerpo del difunto era trasladado en un carroza al cementerio y allí era enterrado en su tumba privada. El cortejo de los miembros que pertenecían a este grupo social, la burguesía, era acompañado por un séquito integrado por familiares, políticos, bodegueros, actores importantes de la sociedad mendocina y el pueblo. La ciudad y las calles se transformaban en el “escenario ritual (...) y, al mismo tiempo, ceremonial confirmador, espacio de circulación, de intercambio recíproco”³⁶. Por estas vías transitaba el carro fúnebre que era cubierto con numerosas coronas, como sucedió con la carroza del bodeguero y político, Honorio Barraquero, en 1898³⁷.

33. GAYOL, Sandra. (2012), p. 7.

34. BARRIO, Patricia, (2008).

35. Los Andes (1923, agosto 8), p. 6; La Revista (1913, noviembre 15).

36. DAL CASTELLO, David (2007), p. 121.

37. Los Andes (1898, marzo 24).

Las Tumbas de la burguesía vitivinícola: los panteones de las familias Tomba, Baquero y Arizu

En esta parte se aborda un grupo de tumbas que, por su monumentalidad, suntuosidad y excepcionalidad, requieren un estudio particularizado. Se realizarán observaciones iconográficas y estilísticas propias de la historia del arte, al mismo tiempo que se recreará la densa trama de significados que atraviesa el arte funerario finisecular y de las primeras décadas del siglo XX.

Las primeras tumbas del cementerio de la ciudad de Mendoza planteaban a los deudos la necesidad de garantizar un entierro digno ante la prohibición de ser sepultados en tierra consagrada. Por otro lado, la modernidad introdujo en la sociedad mendocina la confianza en la representación post-mortem para expresar la dignidad del individuo más allá de su propia muerte. Por ello, la necrópolis preveía la presencia de un área para el “ciudadano ilustre”, que permite preservar la memoria de aquellos que, con sus nombres o acciones, contribuyeron a la gloria de la Patria.

En estos casos, se trataba de individuos de una “ejemplaridad absoluta”, orientada a subrayar los valores rectores del nuevo estado. El espacio para la memoria individual y su culto privado estaba limitado a las lápidas de mármol que cubrían las primeras tumbas de suelo. Como forma de destacar y particularizar el lugar de la inhumación, extensos epitafios acompañaban el nombre del difunto. A partir de este modelo básico de enterramiento, las tumbas se fueron complejizando y mostrando un mayor despliegue decorativo³⁸.

Progresivamente, la costosa parcela adquirida a perpetuidad se transformó en un lugar específicamente destinado a la monumentalización y al recuerdo. Los sepulcros, en sus diversas tipologías, buscaron expresar a través de su despliegue los valores representativos comunes de las burguesías emergentes occidentales, más allá de las características particulares que este proceso tuvo a nivel local.

38. Aspectos trabajados en: GARCÍA, Celia (2019).

Si bien el grupo burgués vitivinícola difiere en cuanto a sus opciones de enterramiento³⁹, coincidiendo con la prosperidad económica obtenida, surgió en ellos la preocupación por erigir importantes sepulcros, siendo la opción preferida la del panteón⁴⁰ familiar. Este modelo incorporó el matiz de la exaltación de la familia sobre el individuo, coherente con el ideario burgués. Así, en las primeras décadas del siglo XX, el protagonismo recae en estas construcciones concebidas como templos miniaturizados, panteones con forma de capilla, con o sin altar interior, y en ocasiones amueblados con reclinatorios. Al igual que en la arquitectura religiosa, algunos llegaron a poseer criptas⁴¹. En menor medida, otra actitud condujo a mimetizar a menor escala la vivienda como modelo para la sepultura. Este modelo, adoptado posteriormente en el panteón de Domingo Lucas Bombal⁴², hace evidente la identificación de los espacios de la vida y de la muerte, como bien expresa Philippe Ariès: “La ciudad de los muertos es la otra cara de la sociedad de los vivos o, más que la otra cara, su imagen, y su imagen intemporal”⁴³.

39. Por ejemplo, el bodeguero Honorio Barraquero cuyos restos descansan en un sencillo nicho, en otras ocasiones los monumentales panteones fueron precedidos por sencillas tumbas de suelo, con el tiempo se construía el panteón trasladando los restos al interior del mismo.

40. El panteón es un “Monumento funerario destinado al enterramiento de más de una persona, normalmente de la misma familia”. Ver: REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23ª ed., [versión 23.7 en línea]. <https://dle.rae.es> [26 de junio de 2023].

41. El sepulcro en forma de capilla, llamada capilla funeraria en el lenguaje cotidiano, no es una capilla, en su sentido católico, ya que su altar no está consagrado. En este sentido, sería más correcto hablar de un oratorio (un pequeño edificio donde uno se retira a rezar: a diferencia de la capilla, el oratorio no tiene un altar consagrado. Ver: DUHAU, Isabelle, GROUD, Guénola (dir.), (2020).

42. Proyecto de los arquitectos Gerardo Andía y Carlos Andía.

43. ARIES, Phillipe (1982), p. 50.



7. La ciudad de los muertos. Cementerio de la Ciudad de Mendoza en el año 1918 (La Semana, 1918).

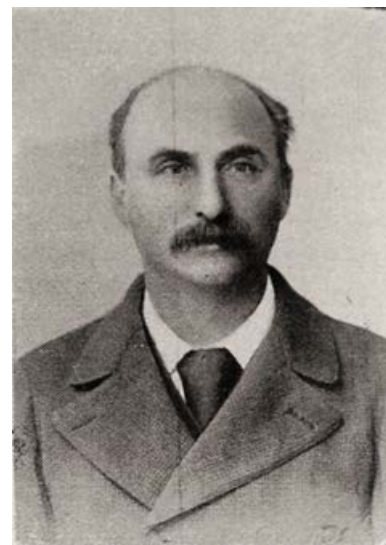


Por otra parte, es necesario comentar sobre el papel que tiene el comitente en el encargo de la obra. Se ha podido constatar que, como afirma la bibliografía especializada, el arte funerario es un “catálogo de intenciones”⁴⁴ de los deudos o de la familia que encarga la obra. Es de su exclusiva preocupación; las consideraciones de estilo, expresión y estética están completamente subyugadas al gusto y a la voluntad del comisionista. Como señala Fred Licht⁴⁵, el arte funerario vive más allá de los criterios académicos en boga; no está pensado para ser contemplado como un hecho estético. Por ello, se recurría más a artesanos o marmoleros, especialistas en este trabajo, que llevaban a cabo sus ideas, alejándose de los artistas o arquitectos con una visión propia por expresar.

Los ejemplos que se analizan a continuación constituyen casos paradigmáticos de las ideas expuestas: las sepulturas de la familia Tomba, el panteón importado de Rito Baquero y, por último, el suntuoso sepulcro de la familia Arizu.

Antonio Tomba y sus sepulturas

El 26 de noviembre de 1899, a primeras horas de la mañana, la comunidad de Valdgano (Vicenza - Región del Véneto en Italia) despidió con un funeral imponente y multitudinario a su compatriota Antonio Tomba. El 26 de noviembre de 1899, a primeras horas de la mañana, la comunidad de Valdgano (Vicenza - Región del Véneto en Italia) despidió con un funeral imponente y multitudinario a su compatriota Antonio Tomba. Unos días antes, según relata Antonio Stella, su hermano mayor Francesco escoltó desde Génova hasta su pueblo el corazón del difunto inmerso en alcohol, cerrado en una urna de vidrio, dentro de un cofre de plata de fino trabajo milanés, todo cubierto con un amplio paño de terciopelo con franjas de plata.



8. Antonio Tomba (Museo virtual de Godoy Cruz, 2024).

44. BOHINGAS, Oriol (1973), p. 56.

45. Fred Licht “Italian Funerary Sculpture after Canova” en: BERRESFORD, Sandra (2004).

Así cumplió su última voluntad, como lo había dispuesto antes de morir en altamar “en caso que su cuerpo debiera ser inmerso en el océano, se extraiga el corazón para enterrarlo en la tumba materna en Valdagno”⁴⁶. El ciclo vital completo se cerró volviendo al lugar de origen como hijo de esa tierra, su corazón vuelve a sus entrañas, al suelo natal, único lugar posible donde se produce la metamorfosis muerte-nacimiento, anhelo primigenio de la humanidad que toma fuerza y se expresa en la muerte de Antonio Tomba⁴⁷.

La crónica de la época comenta quiénes fueron los que participaron de las exequias en su país natal: familiares y amigos que lo habían asistido en el viaje a Italia, las autoridades civiles, las personalidades importantes del pueblo y una multitud de vecinos acompañaron a la procesión fúnebre⁴⁸. La ceremonia concluyó en el cementerio local donde lo esperaba un catafalco cubierto de flores, allí se desarrolló el último homenaje ante su tumba, con un total de siete discursos celebratorios. Finalmente, el corazón fue colocado junto a los restos de su madre en el sepulcro familiar, mientras el resto de su cuerpo se perdía entre las olas del mar. Así terminó, a los 50 años, la vida de un hombre que había vivido intensamente, en un continuo crescendo de afirmaciones personales y profesionales.

El Monumento fue realizado en mármol y bronce, está ubicado en uno de los nichos del patio porticado de la necrópolis, imponente obra que se expresa a través de un complejo lenguaje de símbolos y alegorías. Está compuesta por un alto zócalo coronado por una pilastra de mármol que contiene el retrato del difunto, un bajorrelieve a modo de medallón con claras reminiscencias de la antigua imago clipeata, de origen romano⁴⁹. Esta posición central de la imagen del fallecido, tomando incluso el lugar que antes tenía la cruz u otros símbolos religiosos, es característica de la escultura funeraria italiana de la época y tiene que ver con el deseo de los deudos de presentar algo concreto para recordar a sus seres queridos. Emanan de esta imagen la autoconfianza absoluta de quien es consciente de su propio valor; la burguesía se representa segura de su lugar en el paraíso, consecuencia de llevar una vida moral, y de dejar su marca en logros y virtudes en esta tierra⁵⁰.

46. SELLA, A. (1899, diciembre 8) citada en: TRIVELLI, Giorgio (2011), p. 83 y sig.

47. Ver: MORIN, Edgar (1994), p. 128 -129.

48. TRIVELLI, Giorgio (2011), p.101.

49. Imago Clipeata: retrato esculpido del difunto de origen romano, circunscrito en un marco generalmente circular o en forma de concha marina. Ver: PANOFKY, Erwin (1992), p. 55.

50. Para escultura funeraria italiana ver: BERRESFORD, Sandra (2004), p. 120 y sig.



9. Sepultura donde reposa el corazón de Antonio Tomba, Valdagno Italia (Municipio de Valdagno).

Debajo del retrato un extenso epitafio reafirma las lecturas que proponen las figuras alegóricas y los símbolos:

EN MEMORIA
DE ANTONIO TOMBA HIJO DE LUIGI
INGENIOSO
FUERTE TEMPLE DE HOMBRE DE CIUDADANO DE TRABAJADOR
EJEMPLO RARISIMO DE HONESTIDAD EN LOS NEGOCIOS
DE MODESTIA EN LAS RELACIONES SOCIALES
DE SABIA MODERACION EN EL GOBIERNO DE LA FAMILIA
A BORDO DEL PIRÓSCAFO REGINA MARGHERITA
ELEVADO A 50 AÑOS CON EL ANIMA EL 5 DE NOVIEMBRE DE 1899
DEL LA SOLEDAD DEL OCEANO
A UNIRSE ETERNAMENTE EN LA PAZ DEL ESPACIO
AL PADRE A LA MADRE AMADÍSIMA AL HERMANO A LA HIJA
LOS PARIENTES DESCONSOLADOS
DESCANSA

En el extenso texto tallado en mármol, como sostiene Trivelli, subsisten los rasgos ejemplares de Antonio Tomba como individuo, ciudadano y trabajador, expresando las cualidades que lo definían como “hombre ejemplar”⁵¹. En un relato moralizador, modélico grabado para las generaciones futuras que sintetiza los ideales de esta nueva burguesía y que subraya la figura del self-made-man. Desde esta óptica el emigrante que logró Hacerse l’America⁵², era identificado por sus logros y cualidades ante los negocios, por ser el padre y el fundador del linaje, ante cuyo recuerdo sus deudos están desconsolados.

La espontaneidad y vitalidad del retrato que expresa la actitud de un “hombre realizado” es la única nota de “realismo burgués”⁵³ del conjunto. El resto de las figuras tanto en su tratamiento formal como en su lectura iconográfica presentan una fuerte impronta clasicista. El escultor se aleja así de presentar la muerte y su dolor en su terrenalidad y la estetiza. Alejándola de su cotidianidad, se presenta un grupo de imágenes simbólicas intemporales, como la alegoría del comercio, al costado de la pilastra, representada a través del dios Mercurio⁵⁴ que acompaña en su melancolía el duelo de los deudos⁵⁵. Los monumentos de esta clase también servían para difundir el nombre y la actividad de la familia, en este caso la referencia a la empresa vitivinícola puede hallarse en el sarmiento de vid con los racimos de uvas en bronce.

51. TRIVELLI, Giorgio (2011), p. 102 y sig. (La traducción es de G. Trivelli).

52. “Hacerse l’America”: Expresión usada con el sentido de hacer fortuna en América.

53. Para un análisis del «realismo burgués» en la escultura funeraria italiana del siglo XIX ver: SBORGI, Franco (1997).

54. Mercurio, dios del panteón romano protector de los comerciantes. representado con sus atributos el caduceo y el petaso con alas. Ver: CARMONA, Juan (2008), p.35.

55. BERRESFORD, Sandra (2004).

10. Detalle de la
sepultura donde reposa
el corazón de Antonio
Tomba, Valdagno Italia
(Municipio de Valdagno).





11. Detalle de la sepultura donde reposa el corazón de Antonio Tomba, Valdagno Italia (Municipio de Valdagno).



12. Detalle de la sepultura donde reposa el corazón de Antonio Tomba, Valdagno Italia (Municipio de Valdagno).

En términos generales, la presencia de animales en contextos funerarios desempeña funciones secundarias, complementando significados de otros elementos, especialmente en composiciones complejas como ésta. Aunque las figuras de aves son comunes y simbolizan la volatilidad del alma y su elevación al más allá celestial, el águila tiene connotaciones significativas propias, asociadas al mundo funerario romano. Adquirió un papel central en el ritual de los emperadores, significando su apoteosis⁵⁶; es decir, la ascensión del alma al firmamento de la gloria. Esta connotación triunfal fue retomada en el transcurso del siglo XIX, especialmente en monumentos y tumbas de próceres o muertos en batalla⁵⁷. En este caso particular, con este símbolo, se busca glorificar y honrar la memoria de Antonio Tomba, el “ingenioso trabajador honesto”, cuya vida fue truncada en pleno apogeo de éxitos y logros.

Sobre el pedestal de mármol, culminando la escena, se encuentra una urna votiva que contiene el corazón de Antonio Tomba. Esta urna se remata con una pequeña lámpara que simboliza la luz de la vida eterna. Encima de ella, un ángel⁵⁸ rinde tributo al difunto derramando flores en un gesto laudatorio. Con su otra mano, señala el cielo, simbolizando la esperanza de salvación o la promesa de trascendencia a través del honor⁵⁹. La figura angelical es el único elemento de referencia cristiana en el conjunto. Sus gestos cumplen una doble función, siendo el ángel del acompañamiento⁶⁰ y, al mismo tiempo, el ángel de la gloria⁶¹.

En relación con esta última imagen, se enmarca dentro de un fenómeno característico de la sociedad burguesa finisecular, la cual busca recordar en la muerte los logros de la vida y otorga un mayor peso a la rememoración de las acciones realizadas. Es interesante notar que este espíritu angelical, al rendir homenaje al difunto, realiza un gesto similar al de la figura alegórica de la Victoria, descrita por Cesare Ripa, quien la personifica como una doncella alada que lleva en su mano un ramo de palma o laurel, atributos heredados de las diosas Nike griega o Victoria romana. Estas supervivencias del mundo de la antigüedad pagana sugieren que existe una coexistencia velada de iconografías religiosas y seculares superpuestas en las imágenes del arte funerario de fines del siglo XIX y principios del XX.

Por último, es posible percibir una cuidadosa elección de motivos que revela un predominio de la iconografía pagana en detrimento de los habituales contenidos cristianos, lo cual coincide con el pensamiento que Antonio Tomba manifestó a lo largo de su vida, siendo un representante del liberalismo laico y anticlerical, al que se mantuvo fiel hasta su último día. Sin duda, su familia, que actuó como comitente de la obra, quiso respetar esta decisión; la ausencia de la cruz, símbolo emblemático del cristianismo, parece reforzar esta idea. Como comenta Sandra Berresford⁶², la clase burguesa adinerada adoptó para sí las figuras alegóricas de tradición neoclásica, que anteriormente rendían homenaje a los héroes y ahora acompañarían a sus difuntos en la eternidad.

56. PANOFKY, Erwin (1992), p. 35.

57. Por ejemplo, se puede ver el águila que presenta el mausoleo del General Manuel Belgrano, héroe de la independencia de Argentina, realizado por el escultor Ettore Ximenes en 1903. Está ubicado en el atrio de la Basílica de Nuestra Señora del Rosario y Convento de Santo Domingo de la Ciudad de Buenos Aires.

58. Los tipos iconográficos angélicos en el contexto del arte funerario de los cementerios contemporáneos han sido desarrollados por: Régis Bertrand, Franco Sborgi y Bermejo Lorenzo entre otros.

59. El ancla que se ubica en el pedestal del conjunto escultórico, es un atributo de la alegoría de la Esperanza Cristiana, la misma estaría acompañando este simbolismo. Ver: GRAVELLOT, Hubert; COCHIN, Charles (1789-91).

60. El ángel del acompañamiento o del consuelo, se dirige directamente a los familiares, indicando mayoritariamente el cielo como lugar de un eminente reencuentro con el difunto. Para ampliar los distintos significados de los ángeles en el contexto funerario italiano se recomienda ver: Ver: SBORGI, Franco (1997).

61. El ángel de la gloria señala los logros del difunto en su vida terrenal, para ello, lleva en su mano una corona triunfal de hojas o esparce flores sobre la tumba. Ver: SBORGI, Franco (1997), p. 341



13. Fachada principal del Panteón de la familia Tomba en el Cementerio de Godoy Cruz (Fotografía de las autoras).

Aunque el monumento concebido para perpetuar la memoria de Antonio Tomba fue erigido en Valdagno, Italia, en Mendoza se realizaron varios homenajes y reconocimientos en los días posteriores a su fallecimiento, así como en el primer aniversario de su muerte. En esta última ocasión, en 1900, su hermano, Domingo Tomba, concluyó la construcción de un panteón familiar en el cementerio de la ciudad de Godoy Cruz⁶³.

A pesar de su estado de deterioro, esta sepultura privilegiada conserva aún la monumentalidad que le confiere su escala, ya que ocupa aproximadamente 20 m² y sigue siendo la tumba de mayor tamaño del cementerio. Su diseño incluye una nave rectangular con nichos superpuestos en diferentes niveles. Además, cuenta con una cámara subterránea a la que se accede mediante una abertura interior. Precediendo este espacio, hay una antesala de planta cuadrada que solía utilizarse como oratorio⁶⁴. La única puerta de acceso al panteón es de dos hojas de hierro calado, destacándose por su hábil ejecución. En cuanto a la cubierta, que hoy está perdida, se estima que la nave rectangular tenía un techo a dos aguas, mientras que el vestíbulo estaba cubierto por una bóveda de cuatro plementos con linterna⁶⁵.

La monumentalidad se reafirma al estar elevado sobre un pedestal almohadillado, ligeramente inclinado, y una escalinata importante que da acceso a la portada. La puerta adintelada está enmarcada por dos pilastras toscanas adosadas de fuste liso. Sobre los capiteles de estas pilastras se extiende un arquitrabe delgado y una cornisa, que remata en un frontón triangular. Las fachadas laterales están articuladas por vanos abiertos y ciegos dispuestos de forma alternada, rematados por arcos de medio punto.

El conjunto presenta una impronta clasicista, una opción historicista muy utilizada en el arte y la arquitectura funeraria, ya que conservaba cierta simbología inherente a su tono representativo de lo clásico como prestigioso. Incluso muchas familias lo preferían sobre el estilo neogótico, percibido como más religioso y afín al cristianismo.

Desde el punto de vista funcional y formal, resulta interesante la disposición de los nichos en el panteón, los cuales se distribuyen en distintos espacios. Por un lado, se encuentran aquellos ubicados en su interior, de carácter privado, destinados exclusivamente a los miembros de la familia. Estos conservan algunas lápidas, destacándose especialmente la que pertenece a María Fanchin de Tomba⁶⁶, cuya inscripción hace expresa referencia a sus creencias teosóficas, un caso particular y poco frecuente en los cementerios mendocinos.

62. BERRESFORD, Sandra (2004).

63. CAPELLO, Francesco. (1900), p. 194.

64. Agradecemos estos datos a la Sra. Estela Farías de Tomba. Entrevista realizada por Celia García: febrero 2018. Mendoza.

65. El panteón sufrió la caída de un rayo que provocó la destrucción de la cúpula y de la cubierta. No se ha podido precisar la fecha de este evento. Entrevista a Estela Farías de Tomba realizada por Celia García: febrero 2018. Mendoza.

66. María Fanchin de Tomba (1840-1925) fue la esposa de Francisco Tomba, (s/d-1905) hermano de Antonio Tomba. A través de la prensa de las dos primeras décadas del siglo XX se pudo constatar la presencia de la sociedad teosófica en Mendoza, mostrando una intensa actividad a través de conferencias, certámenes literarios, aniversarios o reuniones. Agradezco al Prof. Juan Carlos González por indicarme la existencia de esta lápida.



14. Interior del Panteón de la familia Tomba. Cementerio de Godoy Cruz (Fotografía de las autoras).

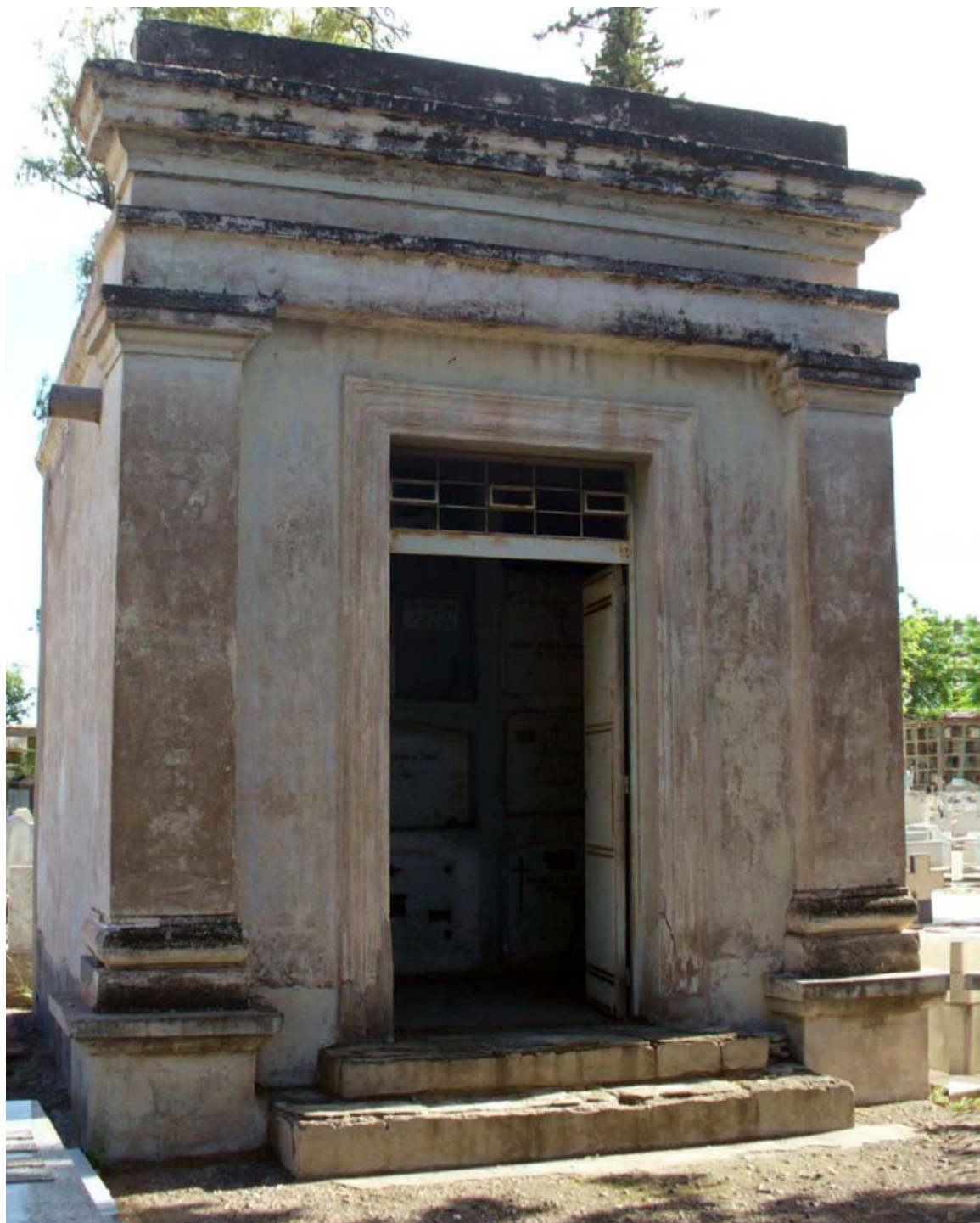
Por otro lado, en la base externa del edificio, hay una hilera de nichos que se orientan hacia el exterior del cementerio. ¿Estarían destinados a allegados, conocidos, o quizás a empleados? La suposición surge al observar la lápida que recuerda a Blanca W. Maure, quien trabajó en el hogar de Luis Tomba y se encargó del cuidado de los niños.



15. Interior del Panteón de la familia Tomba se aprecia el nicho de María Franchin V. Tomba. Cementerio de Godoy Cruz (Fotografía de las autoras).



16. Fachada posterior del Panteón de la familia Tomba se aprecia el nicho de Blanca W. Maure. Cementerio de Godoy Cruz (Fotografía de las autoras).



17. Fachada principal del Panteón de Olaya Pescara de Tomba en el Cementerio de Godoy Cruz (Fotografía de las autoras).

Estos panteones a perpetuidad de grandes familias mendocinas fueron proyectados para alojar a una gran cantidad de difuntos, como lugar de reunión post mortem de una memoria que debía permanecer estable. Sin embargo, los conflictos y pérdidas de herederos que se sucedieron luego de su concreción han convertido a muchos de ellos en espacios vacíos o abandonados.

En este caso, las disputas testamentarias iniciadas por Luis Tomba, hijo de Antonio, contra Domingo, su poderoso tío⁶⁸, implicaron el desmembramiento familiar y se generaron bandos en conflicto. Ante esta situación, Olaya Pescara, la viuda de Antonio Tomba, construyó su propio panteón, cercano al anterior pero separado, para fundar su lugar de sepultura y de sus sucesores⁶⁹. No deseaba reunir en la muerte lo que se había separado en la vida.



18. interior del Panteón de Olaya Pescara de Tomba en el Cementerio de Godoy Cruz. Lápida de Olaya Pescara de Tomba y de su hijo Luis Pablo Tomba. 2020 (Fotografías de las autoras).

67. En un nicho exterior se encuentra la lápida que recuerda a Blanca W. Maure A, quien trabajó en el hogar de Luis Tomba, y estuvo al cuidado de los niños. Entrevista a Estela Farías de Tomba. Febrero 2018. Mendoza.

68. El juicio que le iniciara Luis Tomba a su tío tuvo un largo y conflictivo desarrollo. Durante el mismo los miembros de la familia tomaron partido por uno u otro. Ver: BARRIO, Patricia (2006).

69. En el panteón de Olaya Pescara de Tomba (1857-1933) descansa ella, su hijo Luis (1888-1954) y sus descendientes.

Rito Baquero y su Panteón de ultramar

El panteón, encargado por Rito Baquero (Toledo 1862 - Mendoza 1939), es una pieza capital del arte funerario mendocino. Este bodeguero español fue un hombre de dos mundos; emigró a Mendoza para contraer nupcias con Naciancena Suárez Zapata⁷⁰ en el año 1881. Miembro de una antigua familia de viñateros, estableció junto con sus hermanos Ciriaco y Emérito la bodega llamada El Baquero. Sin embargo, su actividad no se limitó a la esfera comercial; jugó sin duda un importante papel en la colectividad española de la época, sobre todo a través de la beneficencia y de la promoción cultural de España.



19. Rito Baquero y su esposa en la Alhambra (Granada). (Archivo familia Baquero).

Fuertemente identificado con su patria, así lo presenta la prensa “D. Rito Baquero, un español que es todo patria, que es todo España, que es un continuador de la gran cadena afectiva entre la Madre Patria y nosotros; austero en sus costumbres, noble en su porte, recto en su trato de todas las cosas”⁷¹.

70. Rito Baquero (Toledo 1862 - Mendoza 1939) fue miembro de una antigua familia de viñateros en Castilla la Nueva (Toledo), de camino a Chile como conoció a quien sería su esposa Naciancena Suárez Zapata y por la cual se instaló en Mendoza.

71. La Palabra (1918, octubre 12).

Filántropo y poseedor de una amplia cultura fue comendador del rey Alfonso XIII de España. Recibió la condecoración de la Orden de Isabel la Católica en el grado de Encomienda por su labor al frente del Club Español, una distinción justa y merecidísima según palabras de Escalante Gómez. Baquero representa así el modelo burgués del luchador moderno, el que sabe armonizar los esfuerzos de su inteligencia con los de una actividad vigorosa⁷².

Su bisnieta⁷³ recuerda la anécdota que dio lugar a la construcción del panteón familiar. Según relata, en la primera década del siglo, Baquero, junto con otros compatriotas, evaluó la posibilidad de construir un panteón comunitario. Sin embargo, este benefactor, profundamente comprometido con la idea de recibir un “buen trato en vida y no después de la muerte”, abogó por la creación de un hospital. Su postura lo llevó a enfrentarse incluso a Balbino Arizu y Miguel Escorihuela, quienes lo acusaron de ateo. Finalmente, prevaleció su criterio; el proyecto del panteón comunitario no se llevó a cabo y los esfuerzos se encaminaron a la creación de lo que sería el futuro “Hospital Español”. Como resultado de esta decisión, cada uno de los principales benefactores construyó su propio y suntuoso panteón familiar⁷⁴.

Uno de los mejores exponentes de la arquitectura funeraria en Mendoza se encuentra en este enterramiento familiar⁷⁵. El edificio ocupa una amplia parcela del sector antiguo del cementerio de la ciudad. Es una construcción realizada en Barcelona y trasladada a Argentina, lo que le confiere un carácter excepcional. Probablemente, los fuertes lazos que Baquero mantuvo con España lo llevaron a elegir una firma catalana para encargarse de la construcción. Además, se debe tener presente la atracción que ejercía a nivel artístico Barcelona a principios del siglo XX. La acreditada Marmolería Ventura Hermanos, de Florencio Ventura Segurañas y Fernando Ventura Segurañas⁷⁶, fue la encargada del proyecto. Esta empresa, fundada en 1878, adquirió desde sus inicios una excelente reputación entre constructores, arquitectos y contratistas, tanto por la calidad de sus materiales como por “la perfección y arte que ha presidido su trabajo”⁷⁷. Prueba evidente de ello es que ya en su primera época se le confiaron destacadas obras monumentales.

72. Manuel Escalante Gómez (1878-1931) fue un periodista y escritor gaditano fundó y dirigió la revista quincenal Álbum Hispano Americano, durante 1900. Ver: ESCALANTE GÓMEZ, Manuel (1914), p.203.

73. Entrevista Griselda Baquero. 2001.

74. En el año 1920 se conformó la comisión prohospital, integrada por los presidentes y secretarios de todas las asociaciones españolas de Mendoza y presidida por Rito Baquero, titular de la Asociación de Socorros Mutuos. Posteriormente Balbino Arizu dispuso de una importante suma de dinero para el inicio de la construcción y Escorihuela donó el terreno necesario para su concreción. La empresa tuvo éxito y el mismo se inauguró en 1939. La placa conmemorativa en el Panteón lo recuerdan como su iniciador. Tanto Arizu como Escorihuela se construyeron sus propios y monumentales panteones familiares. Para el tema del Hospital Español ver: CREMASCHI, Verónica. (2021).

75. El cementerio capitalino no posee archivo histórico. Los descendientes del Sr. Rito Baquero no conservan ninguna documentación del panteón. Por ello el análisis se basa sobre todo en el trabajo de campo y brevísimos datos extraídos de fuentes periodísticas de la época. Queda abierto a futuros hallazgos documentales.

76. Tuvieron su establecimiento en la ciudad de Barcelona (calle Ronda de San Antonio, 112, Montaner, 6).

77. Barcelona artística e industrial (1916), p. 294.



20. Marmolería C. Ventura. Villarroel, 38 Barcelona. 1916 (Barcelona. artística e industrial).

La prensa de la época los enaltecía y comentaba sobre ellos: “Los señores Ventura no son como esos artífices que hacen lo que les han enseñado; sino que, ensanchando los límites de su profesión, buscan todos los adelantos, inventando instrumentos y no vacilando en realizar cuantos sacrificios sean necesarios para salir airosos con la idea que conciben”⁷⁸. Sin duda, estas capacidades les permitieron concretar complejos y variados proyectos, así como asumir las dificultades que implicaban el traslado y la posterior construcción del panteón Baquero.



21. Interior de la Marmolería C.Ventura (Barcelona. artística e industrial, 1916).

Realizaron obras muy diversas, desde trabajos sencillos, como tablas para mesas o diversos objetos de adorno, hasta lápidas sepulcrales y panteones⁷⁹. Colaboraron con relevantes arquitectos catalanes, disponiendo los mármoles en obras tan reconocidas como el Mercado de San Antonio (1872 y 1882) de Antonio Rovira y Trías⁸⁰, y el Palacio del Conde Güell (1886-1890) de Antonio Gaudí. En estas obras se advierte cómo lograron dar forma a las ideas del arquitecto, resolviendo sus diseños y sus formas plásticas a través del trabajo en piedra, desde el simple revestimiento de la estructura hasta los más pequeños detalles ornamentales⁸¹. Esta fama quedó consagrada en la Exposición Nacional de Mármoles, celebrada en 1881, en la cual obtuvieron siete menciones honoríficas, y su participación en la magna Exposición Universal de Barcelona de 1888, donde exhibieron mármoles labrados de diferentes clases y lograron una medalla de oro⁸².

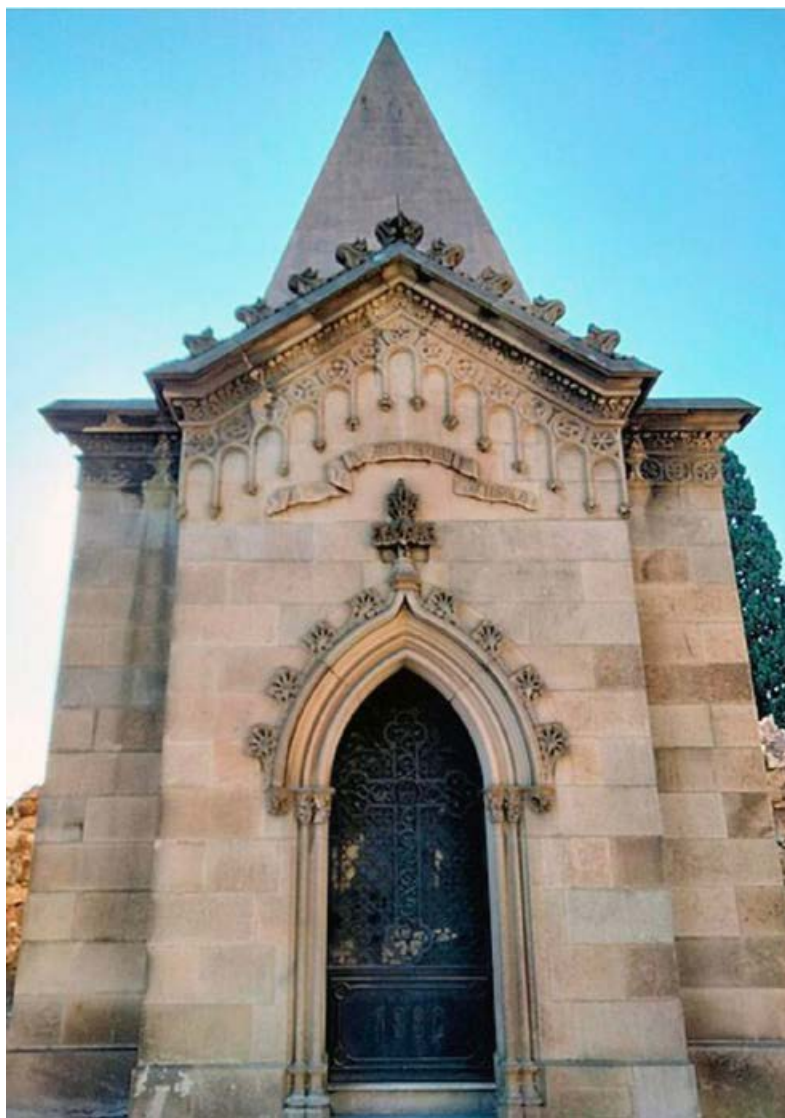
79. La Vanguardia (1882, octubre 29), p. 4-5.

80. Antonio Rovira y Trías (Barcelona, 1816 – 1889). Arquitecto y teórico. Se destacó, sobre todo, por las estructuras metálicas aplicadas en los mercados de Sants, la Barceloneta, la Concepció, Born y Sant Antoni de finales del siglo XIX.

81. Ver: GONZALEZ, Antoni y Otros (2001).

82. Catálogo de la Exposición Universal de Barcelona de 1888. (1888).

Según la historiadora Oliva Andrés, “el taller de los Hermanos Ventura fue el que más obras realizó para el cementerio de Montjuïc, Barcelona”⁸³. En los trabajos de gran envergadura, formaron equipo con arquitectos y escultores. Como ejemplo, se puede mencionar la capilla funeraria Codoñet, proyecto del arquitecto Antonio Rovira y Rabassa, o la de Agustín Goytsolo, también neogótica, proyectada por el arquitecto Pelayo de Miquelerena y Noriega con esculturas de los hermanos Juyol⁸⁴, ubicadas en dicha necrópolis.

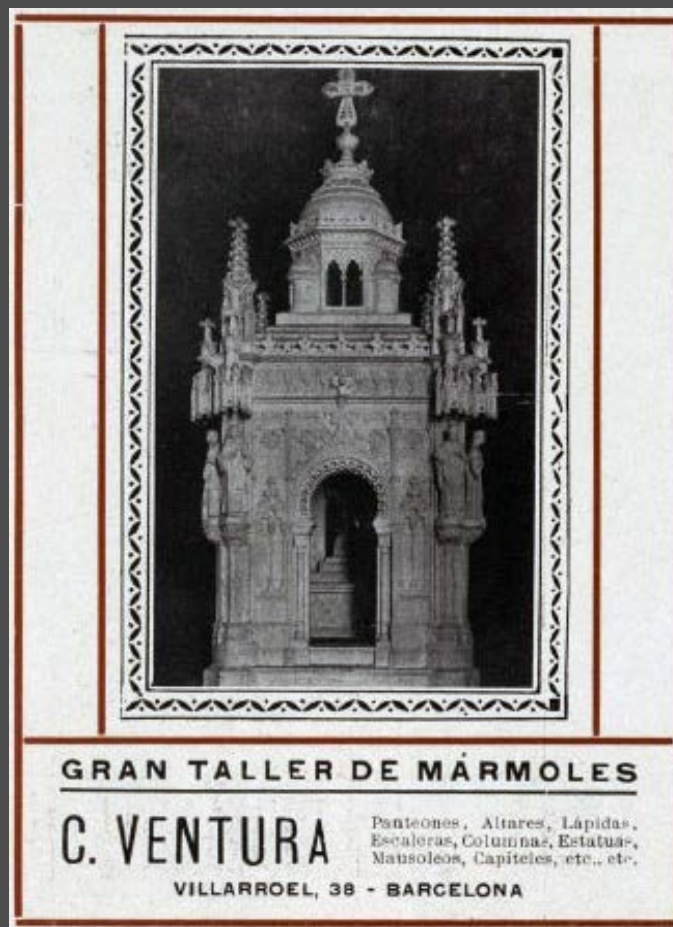


22. Panteón Goytsolo realizado por los hermanos Ventura. Cementerio de Montjuïc, Barcelona (Enric - Own work, CC BY 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=1456415>)



23. Publicidad de la casa C. Ventura con la maqueta del panteón Baquero y fotomontaje de fondo (Mercurio: Revista Comercial Iberoamericana. 1917).

24. Publicidad de la casa C. Ventura con la maqueta del panteón (Mercurio: Revista Comercial Iberoamericana. 1916).



Alrededor del año 1916, la Casa pasó a llamarse C. Ventura⁸⁵. Durante este periodo la firma participó en la lujosa publicación: *Barcelona artística e industrial* (1916)⁸⁶, muestra del excepcional interés y la popularidad del artesanado y las artes industriales catalanas, que aspiraba a difundir un retrato dinámico y prestigioso de la ciudad. Es destacable que en dicha publicación se citara “el mausoleo de los acaudalados señores Baquero”⁸⁷ como una de las obras más notables encargadas a la marmolería, cuya maqueta, fotografiada y en fotomontaje, fue la imagen para la publicidad de la firma en la revista comercial iberoamericana *El Mercurio*⁸⁸.

85. En esta etapa la casa C. Ventura se ubica en la calle Villarroel, 38.

86. *Barcelona artística e industrial* (1916).

87. *Barcelona artística e industrial* (1916), pp. 294-295.

88. Se han podido ubicar las publicaciones del año 1916 y 1917.



25. Panteón de la familia Baquero en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza (Fotografía de las autoras).

Posiblemente, el encargo de Rito Baquero se realizó antes de la Primera Guerra Mundial. Considerando los inconvenientes que implicó el conflicto, el traslado de las piezas se realizó luego de la guerra, aunque para 1919 ya estaba concluido⁸⁹. Pero aún se desconoce quién diseñó el proyecto. Ante la falta de documentación y la complejidad que implica la autoría en el ámbito del arte funerario, no se puede afirmar si el diseño corresponde a la marmolería o si falta el nombre del arquitecto. Lo mismo se puede decir sobre la autoría de las diversas esculturas. En las fotografías publicadas del interior del taller, se aprecian una gran cantidad de operarios, ya que indudablemente la construcción de un panteón implicaba la labor de un grupo: maestros de obras, arquitectos, escultores, herreros, marmolistas y vidrieros. En algunas ocasiones trabajaban sobre diseños propios, en otras realizaban copias o reinterpretaciones de otras obras, o elaboraban proyectos a partir de los pedidos del cliente⁹⁰.

Desde el punto de vista formal, el edificio adopta la forma de una capilla funeraria de planta cuadrada, con cabecera plana y cripta para la ubicación de ataúdes. Se eleva sobre un basamento de mármol gris, mientras que el resto de la construcción es de piedra tallada de las canteras de Montjuic. Posee columnas pareadas y adosadas en sus cuatro ángulos, sobre las cuales se ubican ocho esculturas de santos bajo doseletes calados de estilo gótico. Las figuras, un tanto estereotipadas y posiblemente resueltas como una serie, presentan un tratamiento de ropajes y expresiones faciales que parece ajustarse a un modelo con leves variaciones de atributos, muy alejadas de las coetáneas propuestas modernistas. No obstante, el conjunto resulta interesante en cuanto a su programa iconográfico, que responde al pedido expreso de Baquero de ubicar en el panteón las imágenes de los santos patronos de los miembros de su familia⁹¹.

Se destaca el trabajo de los capiteles. Es propio del modernismo catalán la reinención de motivos medievales y la utilización intensa de elementos vegetales, florales y antropomorfos en la escultura aplicada a la arquitectura. La influencia de escultores como Alfonso Juyol, Eusebi Arnau y Bechini⁹² resulta evidente en esta propuesta. Las formas se someten a un lenguaje fluido y libre del modernismo, con un delicado cuidado en todos los detalles. Ángeles, cápsulas de adormideras y dragones sin alas entre hojas de acanto nutren esta exuberante decoración.

89. Entrevista a Griselda Baquero realizada por Celia García: marzo 2001. Mendoza. Según sus recuerdos, la marmolería envió a dos operarios catalanes para su armado, pero en Mendoza la rotura de una pieza demoró también la finalización, ya que implicó la realización de una nueva y su envío. La primera referencia en la prensa sobre el mismo es una foto publicada en el diario Los Andes el 3 de noviembre de 1919.

90. Para ampliar el tema ver: ALABERN, GÓMEZ, Mercè. (23 de julio de 2022). Talleres marmolistas como constructores de obras funerarias. ¿industriales o escultores? Fenix-art. <https://fenix-art.com/2022/07/23/talleres-marmolistas-como-constructores-de-obras-funerarias-industriales-o-escultores/>

91. En general el santo patrono de cada persona es el santo que lleva su mismo nombre. Entrevista Griselda Baquero realizada por Celia García: marzo, 2001.

92. Alfons Juyol (1860-1917), es escultor modelista barcelonés especializado en obras arquitectónicas y escultóricas en piedra, mármol y terracota. Trabajó con los hermanos Ventura en el Panteón de Agustín Goytisolo, cuyos capiteles recuerden a los del Panteón Baquero. Eusebi Arnau Mascort (1863-1933) fue el autor más destacado en escultura decorativa aplicada a la arquitectura. Agradecemos esta observación a la historiadora Montserrat Oliva Andrés, quien nos señala también que los hermanos Ventura aparecen como escultores en obras funerarias de cementerios catalanes.

La cubierta presenta estilizados pináculos en cada uno de sus ángulos; dichos elementos se conectan mediante una ornamentada crestería neogótica, aunque se aleja de los típicos coronamientos agudos y en punta de dicho estilo, como agujas o chapiteles. En su lugar, presenta un núcleo central coronado por un complejo remate de cúpula articulada con bandas horizontales, apuntada sobre un tambor octogonal perforado por vanos geminados de arcos polilobulados y pequeñas semicúpulas esféricas que culminan en una imponente cruz de hierro y esmalte. La falta del impulso ascensional característico del gótico, generalmente presente en los panteones neogóticos, convierte esta original propuesta en una excepcionalidad.



26. Capitel. Panteón de la familia Baquero en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza (Fotografía de las autoras).



27. Fachada principal del Panteón de la familia Baquero en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza (Fotografía de las autoras).

La fachada principal se destaca por la libertad de interpretación de elementos de diversas procedencias. El vano de la puerta está flanqueado por dos originales columnas de mármol con capiteles nazaríes⁹³ que sostienen un arco de herradura, muy utilizado en el arte hispanomusulmán. El alfiz se transforma en un arco ojival, y una puerta montada en dicho vano se cierra con hojas de bronce de esmeradísima factura. Otros elementos ornamentales neogóticos enriquecen la fachada y se extienden por el frente hasta la altura de la cornisa, que está precedida por una guarda tallada de arcos ciegos y un bajo relieve que recuerda a las yeserías andalusíes. A diferencia de lo habitual, no se tuvo en cuenta el apellido familiar para presentarlo en la entrada; en su lugar, se ubica una cartela con el salmo responsorial “Credo videre bona Domini in terra viventium” (Espero gozar de la dicha del Señor en el país de la vida)⁹⁴.

Desde el punto de vista del estilo arquitectónico, propone un imaginativo eclecticismo⁹⁵ de tono muy singular, en el que se utilizan los recuerdos románticos del repertorio estilístico gótico, así como otros elementos exóticos, especialmente del arte islámico. Según Oriol Bohigas, este revival de diversos estilos, se combina “con el intento de ser fiel a las formas originales, pero sin lograr disimular toda una nueva manera de configurar el diseño”⁹⁶. A pesar de su limitante historicismo, este tipo de propuestas representan una subversión de los sistemas clásicos no solo en el aspecto formal, sino, sobre todo, en lo que el autor denomina “la formulación de sus símbolos”, donde los estilos expresan los valores de representatividad que buscan formular una burguesía cada vez más afianzada.

Este sincretismo mantiene sus rasgos formales góticos en la medida en que se asocia con una supervivencia de símbolos cristianos. Como dice Bohigas: “el comerciante enriquecido, ejemplo de virtud indiscutible, tenía que acabar su vida expresando en su tumba el premio eterno a tantas excelencias. Ya que todavía no podía proclamarse santo, se envolvía con una arquitectura- la gótica (...) que conservaba un prestigio religioso: la capilla o el altar que en su nueva felicidad eterna correspondían a la eficacia y la calidad de la fábrica o la tienda que había sabido pilotar en vida”⁹⁷. La sociedad burguesa estaba ya lo suficientemente afianzada para dejar de recurrir a la austeridad formal clasicista.

Dentro de la gran variedad y mezcla estilística de la época, la evocación de la “espiritualidad” convirtió al neogótico en el estilo religioso y cristiano por excelencia. De hecho, en 1894 existió un proyecto del arquitecto Barbier para construir la capilla del cementerio en dicho estilo⁹⁸. Por otra parte, invita a reflexionar sobre la posible significación de las opciones de motivos y elementos de la arquitectura hispanomusulmana presentes, que aparecen casi como citas textuales.

93. El arte nazarí es el estilo artístico desarrollado durante el Reino Nazarí de Granada (1238-1492), el último estado musulmán en la península ibérica. Entre sus características destacan el uso de la cerámica vidriada, la madera tallada, el yeso esculpido y la caligrafía árabe ornamental. La Alhambra de Granada es el ejemplo más destacado de este estilo, con sus intrincadas decoraciones geométricas y vegetales, patios, fuentes y estancias que reflejan la sofisticación y el esplendor de la corte nazarí. Los capiteles del Panteón tienen como referencia este último palacio.

94. El diseño de la fachada se asemeja a la del Hipogeo Rifa en el cementerio de Montjuïc, incluso comparten los mismos capiteles, pero lamentablemente se desconoce a los autores del mismo.

95. Aunque el término ecléctico en arquitectura puede tener diversos matices, en este trabajo está referido a la que se configura con diversos estilos del pasado. Los arquitectos, dueños de un vastísimo repertorio temático, mezclan, manejan y transforman motivos de varios estilos históricos para configurar obras que en poco los recuerda.

96. BOHIGAS, Oriol (1973), p. 63. Este artículo constituyó un estudio fundamental para el arte funerario catalán, y ha permitido ubicar el Panteón Baquero en el contexto artístico de su gestación.

97. BOHIGAS, Oriol (1973), p. 58.

98. Proyecto que finalmente no se concretó. Agradecemos este dato al Lic. Nicolás García.

Es cierto que la incorporación de elementos propios de la arquitectura islámica andalusí no se consideraba apropiada en un contexto funerario, no solo por su carácter no cristiano, sino porque se prefería para la resolución de quioscos, cafés y otras edificaciones de esparcimiento⁹⁹. No obstante, hubo excepciones que, en el contexto hispanoamericano, según señala Gutiérrez Viñuales, estuvieron asociadas “con lo hispano” y su identidad. Las colectividades españolas se apropiaron de estos elementos arquitectónicos, reivindicando así sus ancestros de Al-Ándalus, lo que les permitió distinguirse del resto de los europeos afincados en ciudades de marcado cosmopolitismo, como Mendoza, donde una amplia variedad de colectividades convivía en diferentes espacios de representación. Los arcos de herradura y los capiteles alhambrinos aparecían en las fiestas de la comunidad española local, así como también en sus carros alegóricos¹⁰⁰.



28. Elementos de la arquitectura hispanomusulmana en el quiosco de las verbenas para juntar fondos para el Hospital Español de Mendoza (Colección Elvira Gadea).

Toda una serie de referencias a la arquitectura hispanomusulmana distingue la arquitectura efímera de esta comunidad de emigrantes, que, como el Panteón de la familia Baquero, buscaba la diferenciación y exponer su “hispanidad” a través de elementos arquitectónicos asumidos como símbolos alegóricos.

99. Ver: GUTIÉRREZ VIÑUALES, Rodrigo (2006), en: GONZÁLEZ ALCANTUD, J. A. (ed.). Aunque se encontraron excepciones importantes, sobre todo asociado a tumbas de colectividades españolas o sirio-libanesas, un tema que está poco investigado.

100. Los arcos de herradura y los capiteles alhambrinos aparecen en las fiestas de la comunidad española local, por ejemplo, en carros alegóricos, como el del festejo del 12 de octubre de 1918, y en los Quioscos de las verbenas. Agradecemos a la Dra. Verónica Cremaschi el haber compartido información. Ver: Museo virtual de Godoy Cruz”. 20 de julio de 2024. <https://museovirtual.godoycruz.gob.ar/coleccion-manuel-diez/>

Balbino Arizu y la magnificencia del liberty

Al final de la vía principal del antiguo cementerio de la ciudad de Mendoza se yergue el imponente mausoleo que el bodeguero Balbino Arizu (Unzué 1858 - Mendoza 1936) hizo erigir para acoger los restos mortales de su familia.



29. Balbino Arizu (Álbum del centenario).

La capilla-panteón contrasta fuertemente con las construcciones funerarias que la envuelven. De planta cuadrangular y cripta subterránea, está revestida exteriormente de suntuoso mármol negro. Asentado sobre un sólido basamento, presenta arcos de medio punto en los cuatro lados. El opuesto al de la fachada, de menor visibilidad, presenta un arco ciego y los tres restantes enmarcan relieves de bronce. Sin divisiones entre la base y la parte superior, el liso paramento es interrumpido por cuatro óculos ubicados en la fachada principal y en las laterales, ornamentados con coronas y guirnalda en bronce de fuerte plasticidad, mientras que finas molduras rompen la continuidad del plano. Estos muros concluyen en una compleja cubierta inclinada rematada por una cruz.

El Panteón Arizu es parte de un fenómeno mayor y más amplio que se instauró a fines del siglo XIX y se prolongó durante las primeras décadas del siglo XX, implicando la difusión de la escultura y la arquitectura funeraria italiana en el ámbito internacional. El arte italiano, referente indiscutido durante siglos, renovó los motivos y los modelos funerarios establecidos, convirtiéndose en un paradigma insoslayable, especialmente con la difusión del estilo liberty y del simbolismo. Esta situación destacó el gusto internacional por ciertos cementerios peninsulares, como el Monumental de Milán y el Staglieno de Génova, cuyas propuestas formales y tipológicas fueron requeridas por clientes incluso en escenarios tan periféricos como el de Mendoza.



30. Panteón de la familia Arizu en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza (Fotografías de las autoras).



31. Antigua postal del cementerio monumental de Milán (Archivo particular).



32. Camposanto di Genova 40 Vedute. 1930, Cementerio de Staglieno (Archivo particular).

El papel de la burguesía en este fenómeno expandido y complejo de circulación de imágenes, artífices y materiales fue estudiado por Franco Sborgi¹⁰¹. Él explica que se observa la formación de un lenguaje común en la escultura y arquitectura funeraria que, aunque a veces puede tener características locales, suele encontrar una referencia más general en los gustos y la identidad de una clientela que comparte valores representativos comunes. Esto indica que el comportamiento y las prácticas de la burguesía desempeñaron un papel importante en la difusión de este fenómeno, probablemente actuando como un factor unificador para la propagación a nivel internacional de la escultura funeraria italiana.

Dos fueron los principales canales para obtener las obras: la importación desde Italia y la producción local por parte de escultores y artífices italianos que asimilaban modelos de la península. Además, es necesario referirse a la amplia circulación de imágenes reproducidas en catálogos,

101. SBORGİ, Franco (2000); SBORGİ, Franco. (2005).

tarjetas postales¹⁰² y revistas de arquitectura como *L'Architettura Italiana* (Torino 1905-1934), en la que solían aparecer con bastante periodicidad propuestas de obras funerarias de las que parten varios proyectos localizados en cementerios argentinos. Gracias a la divulgación de este material gráfico y visual, arquitectos, maestros artesanos o escultores lograron disponer de un variado muestrario de modelos para satisfacer a una clientela ávida de estos repertorios, que abarcan no solo los grandes panteones-capillas, sino también una variada tipología, desde la tumba de suelo a monumentos funerarios, a los que se suele sumar la utilización de programas iconográficos para los relieves y esculturas que completan los proyectos.

En este caso, el proyecto del panteón Arizu fue encargado al marmolista toscano Ernesto Mazzini (Aulla 1877-Mendoza 1936), quien emigró a Mendoza en busca de nuevos horizontes siendo muy joven y habiendo aprendido el oficio de lapidario de su padre¹⁰³. Aunque no se conoce la fecha exacta de su llegada, se puede situar en los primeros años del siglo XX¹⁰⁴. A pesar de no tener formación académica, Mazzini se destacó como constructor de panteones para las principales familias de Mendoza y realizó una prolífica producción funeraria. En las obras de mayor envergadura, requería la colaboración del ingeniero Francisco Gabrielli¹⁰⁵, quien firmaba sus proyectos, y en caso de que la edificación incorporara un programa escultórico, lo adquiría en Buenos Aires, ya sea contratando escultores o comprando en diversas marmolerías¹⁰⁶. En 1928, fue contratado por Balbino Arizu para construir el panteón, que se finalizó en octubre de 1929 después de un año de construcción¹⁰⁷.

La propuesta de Mazzini presenta un diseño semejante, aunque con variaciones, al panteón de la familia Peduzzi, construido entre 1910 y 1911 en el cementerio Monumental de Milán por el escultor Enrico Cassi¹⁰⁸ con la asistencia del ingeniero Urbano Marzoli. Junto con otros modelos paradigmáticos, aparecía frecuentemente publicado en diversos catálogos y guías del cementerio Monumental, como por ejemplo en *Arte Funeraria Italiana*¹⁰⁹ de gran difusión. Posiblemente estas imágenes fueron referentes para el marmolista local. Con respecto al estilo, es posible considerarlo un ejemplo tardío del estilo liberty¹¹⁰ italiano que, a pesar de los años transcurridos, conserva su aura de prestigio.

102. Desde el medio del siglo XIX, las guías ilustradas y las tarjetas postales de los principales cementerios europeos, se habían multiplicado. Se utilizaban para acompañar a los turistas y curiosos en su visita de lugares que, por el carácter espectacular de sus monumentos, se hicieron muy popular.

103. MAZZINI, Oreste (1997), p. 14.

104. Datos aportados por Nerio Mazzini. Entrevista telefónica realizada por Celia García: marzo. 2018. Mendoza.

105. MAZZINI, Oreste (1997), pp. 25.

106. Datos extraídos de los relevamientos llevados a cabo en el Cementerio de la ciudad de Mendoza. Un estudio más profundo de su producción nos permitiría llegar a mayores conclusiones.

107. Los Andes, (1929, noviembre 3), p. 6.

108. Enrico Cassi (1863-1913) fue un escultor italiano. Estudió en la Academia de Brera (Milán) con Francesco Barzaghi y Enrico Butti. Obtuvo gran éxito en importantes concursos y exposiciones. También es conocido por sus esculturas en el cementerio Monumental de Milán.

109. *Arte Funeraria Italiana* 30 Tavole. (1920).

110. "Liberty" se utilizó en Italia para referirse al movimiento Art Nouveau debido a la famosa tienda departamental londinense "Liberty & Co", que tenía una gran influencia en el diseño de la época. La tienda vendía objetos exóticos y de alta calidad, muchos de ellos de origen oriental, que eran muy populares entre los artistas y diseñadores de la época. Estos objetos se convirtieron en una fuente de inspiración para los artistas italianos que estaban trabajando en el estilo Art Nouveau, y el nombre "Liberty" se convirtió en sinónimo del estilo en Italia.



J. CADENAZZI É HIJOS
BOMPLAND 2349
MARMOL-PIEDRA
= GRANITOS =

Sculpt. ENRICO CASSI

33. Panteón de la familia Peduzzi en el catálogo "Arte Funeraria Italiana". Fuente: Red Iberoamericana de Cementerios Patrimoniales 20 de julio de 2024. <http://redcementeriospatrimoniales.blogspot.com/>



34: Panteón de la familia Peduzzi (Urbano Marzoli (ingeniero), Enrico Cassi (escultor). Cementerio Monumental de Milán (Cimitero Monumentale. 2024, <https://monumentale.comune.milano.it/monumenti/edicola-peduzzi>).



35. Fachada principal del Panteón de la familia Arizu en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza (Fotografía de las autoras).

Al igual que su contraparte italiana, este panteón transmite la preferencia de la arquitectura funeraria de Milán por volúmenes compactos de estructuras tronco-piramidales que se asemejan a los templos indios e indonesios¹¹¹. El panteón Peduzzi es un ejemplo del éxito de este tipo de resoluciones formales que responden al gusto orientalista de la burguesía finisecular¹¹².

Los relieves adquieren un evidente protagonismo. Fueron realizados por el escultor italiano radicado en

111. La impronta de la arquitectura oriental, se ubica dentro del orientalismo de entre siglos. Ver: Curl, J.S. (1980), especialmente caps.5 pp. 135 y sig.

112. GIUSTI, María Adriana (1999), p. 73.

113. Escultor italiano radicado en Buenos Aires. (1888 ¿?) Es autor de varios bustos de San Martín ubicados en la ciudad de Buenos Aires, por ejemplo, en el Parque Centenario. Placas y esculturas en los cementerios de la Recoleta y Chacarita. Se carece de otros datos biográficos sobre su trabajo escultórico y formación. Ver también: <http://patrimonio.com.ar/monumentos/detalle/plaza-grand-bourg-conjunto-de-bustos-y-estatuas/12>



36. Enrico Cassi. Relieve. Fachada principal del Panteón Peduzzi. Cementerio Monumental de Milán (Fotografía de Verónica Nanei).

Buenos Aires, Juan Patrizi¹¹³. Las imágenes de la fachada principal presentan un parentesco formal e iconográfico con la obra del escultor Enrico Cassi realizada para el panteón Peduzzi. En cuanto a su resolución formal, ambas figuras se alejan de la línea serpentina típicamente liberty y se acercan a la geometrización del estilo Art Decó, afín a los recursos formales del período de entreguerras. Por otro lado, el componente sensual, fuertemente acentuado, de la figura femenina de Milán se ve acá atemperado; Patrizi, probablemente por petición del comitente, procedió a cubrir la ostentosa desnudez envolviendo en un drapeado la parte superior del cuerpo de la joven.



37. Juan Patrizi. Relieve. Fachada oeste. Panteón Arizu. Cementerio de la ciudad de Mendoza (Foto de las autoras).



38. . Juan Patrizi. Relieve (detalle). Fachada oeste. Panteón Arizu. Cementerio de la ciudad de Mendoza (Fotografía de las autoras).

Con respecto a la temática, hay que considerar que la iconografía funeraria recibió un nuevo ímpetu con el advenimiento del movimiento simbolista¹¹⁴. El principal responsable de tales cambios, aunque no el único, fue el llamado “Poeta de la Muerte”, el artista italiano Leonardo Bistolfi¹¹⁵. El abordaje de algunos aspectos de su obra es necesario para adentrarse en los temas que presenta tanto la obra de Cassi como los relieves del panteón Arizu. Este polifacético escultor creó toda una nueva gama de temas y alegorías en la iconografía funeraria.

En líneas generales, los nuevos contenidos giran en torno a la idea de la muerte como misterio, como el posible vacío posterior a la existencia. Exponente de las ideas positivistas, que habían desafiado a la fe religiosa, de repente no hubo certeza de la otra vida y la muerte se envolvió de misterio. Sus temas y símbolos giran en torno a la redención, pero a través del amor, ya sea universal o humano; la metamorfosis y la regeneración natural con tintes del espiritualismo oriental que también están presentes¹¹⁶.

El relieve que se despliega en la fachada del mausoleo presenta simétricamente la yuxtaposición de dos figuras, una masculina y la otra femenina. Esta pareja constituye un tema expresivo y simbólico que parte de la obra de Bistolfi y es común a otros escultores contemporáneos, como Cassi¹¹⁷. Expresan la idea de la salvación a través del amor; no se trata del amor divino, sino del amor humano, el amor de pareja. El amor como sentimiento humano llenó convenientemente el vacío dejado por la minada fe religiosa. Es posible observar cómo la masculinidad exaltada contrasta con la feminidad flexible de la joven doncella. La mirada intensa del hombre hacia su amada no es correspondida por la joven, que, con gesto introspectivo, sostiene unas rosas, símbolo de la mujer amada y emblema de la diosa del amor, Venus¹¹⁸. El simbolismo preferirá estas composiciones de sensuales amantes a las dramáticas imágenes de vida y muerte, ya que son más concordes en expresar, con la melancolía que les invade, la ineluctabilidad del destino.

En los relieves laterales, Patrizzi se aleja de los temas que presenta su modelo, optando por otros que probablemente también tengan sus referentes italianos¹¹⁹. El relieve de la fachada oeste alude a la “lamentación ante la muerte”. Las dolientes, ataviadas con túnicas largas y drapeadas, portadoras de cirios, recuerdan al tipo femenino bistolfiano: cuellos alargados, hombros y espalda desnuda, codos flexionados y cabello suelto son signos fácilmente reconocibles de su influencia¹²⁰. La fuerte composición dramática

114. Hay que tener en cuenta que Liberty y simbolismo no son sinónimos, como lo aclara Sandra Berresford: El simbolismo y el liberty son términos que a veces se usan indistintamente. Sin embargo, el simbolismo era fundamentalmente una idea, no un estilo, aunque esta idea a menudo encontraba expresión en el estilo Liberty. Como pauta general, se podría considerar la escultura funeraria “Liberty” cuando es puramente decorativa, sin ningún objetivo superior o ideal más profundo. El simbolismo, inspirado en fuentes literarias, tiene una mayor ambición y un lado más oscuro: quiere decir algo significativo sobre la muerte. Ver: BERRESFORD, Sandra (2004), p. 76.

115. Leonardo Bistolfi. (Casale Monferrato 1859-La Loggia 1933). Reconocido por sus contemporáneos como el principal escultor simbolista italiano, gozó de reputación internacional. Artista polifacético (ilustrador, pintor, medallista, crítico, músico, orador y poeta) iba a influir en generaciones de escultores a pesar de que nunca enseñó en una academia. Para un análisis de esta obra, ver: VAN DEURS, Adriana y RENARD, Marcelo (2001); BERRESFORD, Sandra (2004).

116. Para la obra funeraria de Bistolfi ver: BERRESFORD, Sandra (2004).

117. Sandra Berresford expresa esta comunicación de ideas y formas que sobre Cassi ejerció Bistolfi. Ver. BERRESFORD, Sandra (2004), p. 97.

118. CIRLOT, Juan (2004), p. 392.

119. No se han encontrado los modelos de los que parte el escultor, pero seguramente existen. Algunas figuras presentan imágenes semejantes en diversas esculturas del cementerio de la Chacarita y la Recoleta de Buenos Aires.

120. Bistolfismo: según Adriana Van Deurs y Marcelo Renard, “consiste en la reproducción distorsionada de los aspectos más superficiales de su estilo”. Ver: VAN DEURS, Adriana y RENARD, Marcelo (2001), p. 106.



39. Juan Patrizi. Relieve. Fachada oeste. Panteón Arizu. Cementerio de la ciudad de Mendoza (Fotografía de las autoras).

de la escena sitúa al espectador frente al trágico misterio de la muerte, sin mensaje de consuelo alguno, sin figuras angélicas, las plañideras asisten al tránsito solamente con su tangible dolor.

Una variante del tema se presenta en el relieve opuesto, que también está invadido de melancolía. De un modo casi elegíaco, atenúa la carga dramática a través del amor. El abrazo con el cual el hombre parece retener a su amada y el amor filial de la madre, que sigue con su mirada la figura de un ángel de la consolación, quien se dirige directamente al espectador indicándole el cielo como lugar de futura reunión con el difunto.

Consideraciones finales

En Mendoza, durante el siglo XIX e inicios del XX, a partir del surgimiento de los cementerios públicos como sitios de enterramiento, comenzaron a modificarse y a surgir nuevas costumbres fúnebres. Estas prácticas variaban de acuerdo con el sector socioeconómico al que pertenecía el difunto y su familia. Así, la burguesía vitivinícola se ubicaba en la cima, y estas se caracterizaban por el boato, la suntuosidad y la monumentalidad.

A través de las diferentes instancias de los funerales, se enaltecía a los sujetos pertenecientes a la burguesía mendocina. Los velorios, los cortejos, los homenajes y los entierros formaban parte de estas ceremonias cívicas y religiosas, las cuales buscaban transformar al difunto en antepasado. En los casos analizados, se destacaban las virtudes y los valores de los actores pertenecientes a dicho grupo social, construyéndolos como referentes del desarrollo y apogeo de la actividad vitivinícola en tierras mendocinas. Además, esto generaba un sentido de pertenencia del individuo y su familia a la burguesía y, de este modo, un sentimiento de legitimización con el sector al cual pertenecían.

En el cementerio, la sepultura, el mausoleo o el panteón familiar cumplían la función de distinción social. Con sus diversas opciones estilísticas y repertorios formales, expresaban el “imaginario burgués de la muerte”, que le permitía a la burguesía demostrar su propia concepción de la realidad y los valores en los que creían, y que los sostenían como grupo, más allá de las particularidades que este proceso tuvo a nivel local. Se advierte a lo largo del trabajo que preferían utilizar repertorios y estilos probados en otros contextos funerarios, con un prestigio asegurado. Pero los mismos fueron muy diferentes, tal como se aprecian en los tres casos seleccionados.

La sepultura se presenta como un punto nodal de encuentro y representación tanto de la voluntad de supervivencia de los valores que constituyeron la certeza de la vida, como de su propia relatividad.

La tradición neoclásica, con su reelaboración de alegorías y formas del repertorio de la antigüedad, otorgaba a la muerte un significado heroico. Sin embargo, la heroicidad para la nueva sociedad burguesa era la del hombre realizado, como es el caso de Antonio Tomba, el “ingenioso trabajador honesto”. Los signos de una eternidad serena se presentan en la sobriedad del estilo clásico de la capilla funeraria de Godoy Cruz.

La espiritualidad del neogótico, presente en el panteón Baquero, sustituyó estas referencias clasicistas de una manera más intimista. Los resurgimientos de estilos del pasado, concretados en eclecticismos, permitieron a la burguesía mostrarse afianzada en sus propios valores e ideologías. El panteón proclama el triunfo que representa alcanzar la eternidad celestial mediante una vida virtuosa.

Por último, en el caso del panteón de Arizu, la arquitectura se aleja de las referencias históricas, y el estilo “Liberty” irrumpe no solo como una nueva estética, sino también reformulando el imaginario en torno a la muerte, los relieves del mausoleo abandonan ese tono y se limitan a llorar la pérdida de una vida, manteniendo una huella de recuerdo.

bibl.



Bibliografía

Bibliografía General

- ACADEMIA NACIONAL DE BELLAS ARTES. *Historia General del Arte en la Argentina*. Buenos Aires, Vol. I a IX.
- AGUERREGARAY CASTIGLIONE, Rosana (2016). *Representaciones y prácticas de la muerte de la elite mendocina: proyectos disciplinadores y modalidades de secularización (1887-1935)*. Tesis doctoral. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
- BALDASARRE, María I.; DOLINKO, Silvia (eds.). (2011-2012). *Travesías de la Imagen. Historia de las Artes visuales en la Argentina*. Buenos Aires, CAIA-EDUNTREF, 2 vol.
- BARRIO, Patricia (2010). *Hacer vino: empresarios vitivinícolas y Estado en Mendoza: 1900-1912*. Rosario, Prohistoria Ediciones.
- BENJAMIN, Walter (2003; ed. or. 1936). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México, Itaca.
- CIRVINI, Silvia y MANZINI MARCHESI, Lorena (2012). "El paisaje vitivinícola: identificación y caracterización", en: *Revista de Historia Americana y Argentina*. N° 47, Mendoza, FFYL-UNCUYO, pp. 101-131.
- CUETO Adolfo (dir.) (2009). *Historia de la vitivinicultura a través de sus protagonistas*. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
- DUSSEL, Pilar y PIAZZE, Laura (2017). "Buenos Aires a vuelo de pájaro". III Congreso Internacional Nuevos Horizontes de Iberoamérica. Libro de resúmenes. Mendoza, UNCUYO.
- DUSSEL, Enrique (2000). "Europa, modernidad y eurocentrismo", en: *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires, CLACSO.
- FAVRE, Patricia (2010). "Arte, Patriotismo e Identidad en el Centenario. Las instituciones oficiales en Mendoza". *Revista de Historia Americana y Argentina*. N° 45, FFYL-UNCUYO, Mendoza.
- FAVRE, Patricia (2015). *El Fader en el Eca. Artistas Mendocinos: la tradición como vanguardia*. Catálogo. Mendoza, Gob. de Mendoza y Universidad Champagnat.
- FREEDBERG, David. (1992). *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*. Madrid, Cátedra.
- GARCIA, Celia (2021), *Arte Funerario en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza. Artistas, arquitectos y otros artífices*. Beca a la creación- Individual, Fondo Nacional de las Artes (Inédito)
- GIRINI, Liliana (2014). *La revolución vitivinícola en Mendoza 1885-1910: las transformaciones en el territorio*,

bibl.

- el paisaje y la arquitectura*. Mendoza, Idearium.
- GRILLI, Daniel. (2019). *Uva en carro, vino en vagones. Espacio y vitivinicultura: el ferrocarril como agente transformador de la vitivinicultura en el oasis norte de la provincia de Mendoza, 1900-1912*. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
 - GRUZINSKI, Serge (1994). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*. México, FCE.
 - GUTIERREZ VIÑUALES; Rodrigo y GUTIÉRREZ, Ramón (dir.). (1997). *Pintura, Escultura y Fotografía en Iberoamérica. Siglos XIX y XX*. Madrid, Cátedra.
 - LACOSTE, Pablo (2008). *La mujer y el vino. Entre el reino de Chile y el Virreinato del Río de la Plata, 1561-1810*. Mendoza, Caviar Blue.
 - LACOSTE, Pablo (2013). *Vinos de capa y espada. 300 años de vitivinicultura, sociedad y economía en Mendoza y San Juan (1561-1861)*. Mendoza, Antucura Editorial.
 - LACOSTE, Pablo (2019). *La vid y el vino en el cono sur de América. Argentina y Chile (1545-2019)*. Mendoza, Argentina, Ed. del Autor.
 - MALOSETTI COSTA, Laura; GENÉ, Marcela (comp.) (2013). *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*. Buenos Aires, Edhasa.
 - MANZINI MARCHESI, Lorena (2012). *Las bodegas vitivinícolas en Mendoza, Argentina. (1850 – 1950). Un aporte histórico arquitectónico para la lectura del significado cultural del patrimonio vitivinícola americano*. Alemania, Editorial Académica Española.
 - MATEU, Ana María y STEIN, Steve (comp.) (2008). *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina*. Mendoza, Ediunc.
 - MIRZOEFF, Nicolhas (2016). *Cómo ver el mundo. Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.
 - MITCHELL, William J. T. (2003, noviembre). "Mostrando el ver. Una crítica de la cultura visual". *Estudios Visuales*, n° 1.
 - MITCHELL, William. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayo sobre representación verbal y visual*. Madrid, Akal.
 - MORETTI-BALDÍN, Graciela (2008). "Historia, historiografía y gestión cultural del patrimonio vitivinícola de Mendoza". *Apuntes. Argentina*, Vol. 21, N° 1, pp. 114-135.
 - PÉREZ ROMAGNOLI y RICHARD-JORBA (1994). "Una aproximación a la Geografía del vino en Mendoza: distribución y difusión de las bodegas en los comienzos de la etapa industrial", *Revista de Estudios Regionales*, N° 11. CEIDER, FFYL-UNCUYO.
 - PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2008). *Los guardianes de Baco. Artesanos toneleros e industrias de recipientes de vino en Mendoza y San Juan, Argentina (1885-1930)*. Rosario, Prohistoria ediciones.
 - PIAZZE, Laura (2018). "Imágenes para el recuerdo. Postales mendocinas en la construcción de la memoria".

- VI Congreso Interoceánico de Estudios Latinoamericanos. Libro de resúmenes. Mendoza, UNCUIYO.
- PONTE, Jorge (2008). *Mendoza, aquella ciudad de barro. Ilustrado: historia de una ciudad andina desde el siglo XVI hasta nuestros días*. Buenos Aires, CONICET.
 - PREMAT, Estela (2007). "La bodega mendocina de los siglos XVII y XVIII". *Revista Universum*, N° 22, Vol. 1, Universidad de Talca, pp. 118-135.
 - RICHARD-JORBA, R.; PÉREZ ROMAGNOLI, E. (1994). "El proceso de modernización de la bodega mendocina (1860-1915)". *Revista Ciclos*, Año IV, N° 7, 119-155.
 - RICHARD-JORBA, Rodolfo (2000). "Modelos vitivinícolas en Mendoza (Argentina): desarrollo y transformaciones en un período secular, 1870-2000". *Historia económica & historia de empresas*, Año III, N° 1, pp. 111-148.
 - RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, Florencia (2013). "Educación y Vitivinicultura. Formación de recursos humanos y generación de conocimientos técnicos en Mendoza (1890 - 1920)". *Prohistoria ediciones*, Rosario.
 - ROIG, Arturo y Otros (2004). *Mendoza a través de su historia*. 2 vol. Mendoza, Caviar Blue.
 - SONTAG, Susan (2006). *Sobre la Fotografía*. México, Alfaguara
 - TELL, Verónica (2017). *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*. Buenos Aires, UNSAM Edita.
 - YEPES, Rubén (2020). "Arte y política. La perspectiva latinoamericana de los Estudios Visuales". *Revista de Artes. El ornitorrinco*, n° 10, México.

Diccionarios y obras de referencia

- CARMONA, Juan (2008). *Iconografía Clásica. Guía Básica para estudiantes*. Madrid, Akal.
- CIRLOT, Juan (2004). *Diccionario de símbolos*. España, Siruela.
- DEL CARRIL, Bonifacio (1964). *Monumenta Iconographica. Paisajes, ciudades, tipos, usos y costumbres de la Argentina (1536-1860)*. 2 vol. Buenos Aires, Emecé.
- GIAMPORTONE, Teresa (2006). *Viajeros ingleses en Mendoza*. Vol. 1. Mendoza, FFYL-UNCUIYO.
- GIAMPORTONE, Teresa (2007). *Viajeros ingleses en Mendoza*. Vol. 2. Mendoza, Ministerio de Turismo y Cultura, Gobierno de Mendoza.
- GÓMEZ de RODRÍGUEZ BRITOS, Marta (2008). *Mendoza y su arte en la década del 10*. Mendoza, EDIFYL-UNCUIYO.
- GÓMEZ de RODRÍGUEZ BRITOS, Marta (2001). *Mendoza y su arte en la década del 30*. Mendoza, EDIFYL-UNCUIYO.
- GÓMEZ de RODRÍGUEZ BRITOS, Marta (1999). *Mendoza y su arte en la década del 20*. Mendoza, EDIFYL-UNCUIYO.

bibl.

- GRAVELOT, Hubert y COCHIN, Charles (1791-91). *Iconologie par figures. ou Traité complet des Allégories, Emblèmes &c. Paris, [Migneret or Clousier for] Latré, 4 vol.*
- LIERNUR, Jorge Francisco y ALIATA, Fernando (comp.) (2004). *Diccionario de Arquitectura en la Argentina Estilos, obras, biografías, instituciones, ciudades U-Z*. Buenos Aires, Instituto de Arte Americano (FADU-UBA), vol. VI.
- MERLINO, Adrián (1954). *Diccionario de artistas plásticos de la Argentina, Siglos XVIII, XIX, XX*. Buenos Aires, edición de autor.
- MEYER, Franz S. (1994). *Manual de ornamentación*. México, Gustavo Gili.
- RUIZ, María Cristina (comp.) (2001). *Bienes Patrimoniales*. Mendoza, Ediciones Culturales de Mendoza.
- SANTÁNGELO, Marcelo R. y Otros (2015). *Diccionario de las Artes Plásticas en Mendoza 1900-1995*. Mendoza, Ministerio de Cultura de Mendoza y Universidad Champagnat.
- VILLAFUERTE, Carlos (1984). *Diccionario de árboles, arbustos y yuyos en el folklore argentino*. Temas Argentinos, Plus Ultra.

Bibliografía específica del capítulo 1

- ARUANI, Susana María (1981). "Aspectos de la inmigración en Mendoza: (1895-1914)". *Revista de Historia Americana y Argentina*, FFYL-UNCUYO, Año XI, n° 21 y 22.
- BARRIO DE VILLANUEVA, Patricia (2009). "Caracterización del boom vitivinícola en Mendoza (Argentina), 1904-1912". *Mundo Agrario*, Año 9, n° 18.
- BARRIO DE VILLANUEVA, Patricia (dir.) (2010). *Crisis y transformación en la vitivinicultura mendocina. 1890-1955*. Mendoza, Zeta y FFYL -UNCUYO.
- BARRIO DE VILLANUEVA, Patricia (2010). "Hacer vino. Empresarios vitivinícolas y Estado en Mendoza (1900 - 1912)". *Prohistoria*, Rosario.
- BURKE, Peter (2001). *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Crítica.
- CAVIGLIA, M. J., BIANCALANA, M. M., & MARINSALTA, C. (1999). "Perspectivas ideológicas de la 'cuestión femenina' en la Inglaterra victoriana". Departamento de Humanidades – UNSUR.
- CERDÁ, Juan Manuel (2006, enero/junio). "Mercado de trabajo y condiciones de vida en Mendoza a comienzos del siglo XX". *Mundo Agrario*, v. 6, n° 12, La Plata.
- CUETO, Adolfo (1985). "La inmigración y la economía en Mendoza: (1880-1900). *El italiano*". *Revista de Historia Americana y Argentina*, FFYL-UNCUYO, Año XIII, n° 25 y 26.
- CUETO, Adolfo (dir.) (2009). *Historia de la vitivinicultura a través de sus protagonistas*. Mendoza, FFYL-

UNCUYO.

- GIRBAL DE BLACHA, Noemí (1987). "Ajustes de una economía regional. Inserción de la vitivinicultura cuyana en la argentina agroexportadora, 1885-1914". *Investigaciones y Ensayos*, n° 35.
- GRILLI, Daniel (2005). "La fotografía de familia una herramienta de construcción de la historia social", en: *Cuartas Jornadas Imagen, Cultura y Tecnología*, Madrid, Universidad Carlos III.
- GRILLI, Daniel (2019) *Uva en carro, vino en vagones. Espacio y vitivinicultura: el ferrocarril como agente transformador de la vitivinicultura en el oasis norte de la provincia de Mendoza, 1900-1912*. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
- GRILLI, Daniel (2022). *Historias y recuerdos de Kilómetro 11*. Mendoza, Glifo.
- GRILLI, Daniel (2024). *Tierra promisorio: Coquimbito de ayer y hoy*. Mendoza, Glifo.
- MARIANETTI, Benito (1947). *Problemas de Cuyo*. Buenos Aires, Lautaro.
- MATEU, Ana María. (2002) "La vitivinicultura mendocina: ¿una opción dura y no demorada en la periferia de la periferia? (1870-1920)". *XVIII Jornadas de Historia Económica*, Mendoza.
- PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo Emilio (2010). "Principios de la especialización vitivinícola e industrias derivadas en Mendoza: productores autónomos de alcohol y licores (1885-1914)". *Travesía*, n° 12, Tucumán, UNT.
- PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2012). "Toneleros y tonelerías en San Juan (Argentina): Inmigrantes y artesanos locales en las primeras décadas de la especialización vitivinícola (1885-1930)". *Estudios Socioterritoriales*, CONICET, pp. 15-35.
- PERROT, M. (1995). "Escribir la historia de las mujeres: Una experiencia francesa", en: G. Gómez-Ferrer Morant (coord.). *Las relaciones de género. Ayer*, n° 17.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo (2003). "El mercado de trabajo vitivinícola en la provincia de Mendoza y los nuevos actores. El 'contratista de viña': una aproximación a un complejo sistema de empresarios y trabajadores, 1880-1910". *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, n° 1.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo (2005). "Inmigración, mercado de trabajo y vitivinicultura. Mendoza y San Juan (Argentina), 1869-1914". *4° Jornadas de Interdisciplinarias de Estudios agrarios y agroindustriales*, Buenos Aires.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo; PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (1992). "La década de 1870 en Mendoza: etapa de reorientación de la economía y del espacio hacia el dominio vitivinícola". *Boletín de Estudios Geográficos*, n° 18.
- SALVATORE, Ricardo (1986). "Control del trabajo y discriminación: el sistema de contratistas en Mendoza, Argentina, 1880-1920". *Desarrollo Económico*, vol. 26, n° 102.

bibl.

- TORRADO, Susana (1999). "Transición de la familia en la Argentina, 1870-1995". *Desarrollo Económico*, vol. 39, n° 154.
- VÁSQUEZ, Gabriela (2014). "Mujeres y vitivinicultura en Mendoza (Argentina) a principios del siglo XX. El caso de Annie Jane Fraser de Innes". *RIVAR*, IDEA-USACH.

Bibliografía específica del Capítulo 2

- AGUADO, JOSÉ CARLOS; PORTAL, MARÍA ANA (1991). "Tiempo, espacio e identidad social", en: *Alteridades*, México, UNAM-Iztapalapa, vol. 1, núm. 2, pp. 31-41.
- ALBERDI SOTO, Begoña. (2015). "Escribir la imagen: la literatura a través de la éccffrasis", en: *Literatura y Lingüística*, N° 33, pp. 17 - 38
- BALCOMB, Anthony (2022). "El encuentro de cosmovisiones: premoderna, moderna y postmoderna". *Vida Y Pensamiento*. 28, 1, pp. 7-24.
- CREMASCHI, Verónica (2012). "Debates sobre arquitectura (1930 – 1943). Las voces de tres arquitectos de Mendoza". *Bitácora*, n° 21, Argentina, pp. 35-44
- DEVOTO, Fernando y MADERO, Marta (1999). *Historia de la Vida Privada en la Argentina*. Buenos Aires, Taurus. 3 vol.
- DILTHEY, Wilhelm (1974). *Teoría de las concepciones del mundo*, Madrid, Revista de Occidente.
- ELIZONDO MARTÍNEZ Jesús Octavio y Otros (2015). *Cultura visual y sistemas de significación: dando sentido a los algoritmos, los medios y la creatividad en el espacio de la comunicación*. México, UNAM, Cuajimalpa.
- GUITART, Moisés y Otros (2017). "Más allá de la palabra escrita. La utilización de recursos visuales como estrategia metodológica en ciencias sociales y de la educación". *Revista electrónica de Metodología aplicada*, vol. 22, n° 1, pp. 1-22.
- FOUCAULT, Michel (1992). *Microfísica del poder*. Madrid, Editorial La Piqueta.
- FUSCO, Giannina (2009, enero-junio). "La investigación histórica, evolución y metodología". *Revista Mañongo*, n° 32, vol. XVII.
- GIAMPORTONE, Teresa (1998). "Mendoza a través de los viajeros 1820 – 1850", en: CUETO, Adolfo; CEVERINO, Viviana (comp.), *Los hombres y las ideas en la Historia de Cuyo*. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
- GIRINI, Liliana (2004). *Arquitectura, Industria y progreso. Las bodegas vitivinícolas de Mendoza en el Centenario*. Tesis doctoral, Tomo I y II, Mendoza.

- GIRINI, Liliana (2006). *La Enoteca: Patrimonio de la Tierra del vino*. Mendoza, Fondo Vitivinícola Mendoza.
- KRAUSS, Rosalind (2002). *Lo fotográfico. Por una teoría de los desplazamientos*. España, G. Gili.
- LÓPEZ AUSTIN, Alfredo (2003). "Difrasismos, cosmovisión e iconografía". *Revista Española de Antropología Americana*, vol. Extraordinario, pp. 143-160.
- MANZINI MARCHESI, Lorena (2018). "Momentos críticos en la conformación del territorio que influyeron en la degradación del paisaje vitivinícola del área metropolitana de Mendoza: (1880-2010)". *Boletín de Estudios Geográficos*, n° 109.
- MANZINI MARCHESI, Lorena y Otros (2018). "Claves de lectura para la datación de las fotografías históricas. Una Propuesta metodológica". *Archivos fotográficos: reflexiones sobre su abordaje archivístico*. Córdoba, Redes, pp. 54 – 90.
- MARTÍNEZ PERONI, José Luis (2002). "El orden político 'liberal conservador' en la Argentina de la generación del '80". *Millcayac*, Año 1, n° 1, Mendoza, Argentina.
- MERLEAU-PONTY, Maurice (1975). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona, Península.
- MUÑOZ-PEDRERO, Andrés (2017, jan-mar). "El Paisaje Visual: Un Recurso Importante y Pobremente Conservado". *Ambiente & Sociedade*. V. XX, n° 1, São Paulo, pp. 167-186.
- NOGUÉ, Joan (1992). "Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio". *Estudios Turísticos*, n.º 115, pp. 45-54.
- ORTEGA Y GASSET, José. (2007). *Historia como sistema*. España, Biblioteca Nueva.
- PERÉX AGORRETA, María Jesús (Coord.) (2012). *Métodos Y Técnicas de Investigación Histórica*. España, UNED.
- RAMOS MEJÍA, José María (1934). *Las multitudes argentinas*. Buenos Aires, Rosso.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo y Otros (2006). *La región vitivinícola argentina: transformaciones del territorio, la economía y la sociedad, 1870 – 1914*. Buenos Aires, Universidad N. de Quilmes.
- RODRÍGUEZ MALDONADO, Tatiana (2006, junio-diciembre). "Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas Semana y Cambio, 1998-2004". *Signo y Pensamiento*, Vol. XXV, n° 49, pp. 144-159.
- HORA, Roy (2014, diciembre). "La elite económica argentina, 1810-1914". *Revista de Sociología e Política*. Vol. 22, n° 52, pp. 27-46, Curitiba.
- TAGG, John (2005). *El peso de la representación. Ensayos sobre fotografías e historias*. España, G. Gili.
- URBANO FERRER, Santos (1981). "Filosofía y Cosmovisión". *Anuario Filosófico*, n° 14, pp. 173-182.
- VARGAS MELGAREJO, Luz María (1994). "Sobre el concepto de percepción". *Alteridades*, vol. 4, n° 8, pp. 47-53, México, UNAM.

bibl.

- VEGA CEDEÑO, Bladimir (2012, abril). *Lenguaje Visual Publicitario como el Sistema de Comunicación en el Street Art: Creación y Dufusión*. Tesis doctoral. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.
- ZUBELZU MÍNGUEZ, Sergio y ALLENDE ÁLVAREZ, Fernando (2015, enero-junio). "El concepto de paisaje y sus elementos constituyentes: requisitos para la adecuada gestión del recurso y adaptación de los instrumentos legales en España". *Cuadernos de Geografía*. Vol. 24, nº 1, Bogotá, Colombia, pp. 29-42

Bibliografía específica del Capítulo 3

- ADES, Down (1989). *Arte en Iberoamérica 1820-1980*, España, Turner.
- ALPERS, Svetlana (2016). *El arte de describir. El arte holandés del siglo XVII*. Buenos Aires, Ampersand.
- ARÉS, Fabio (comp.) (2018). *En torno a la imprenta de Buenos Aires (1780-1940)*. Buenos Aires, Dirección General Patrimonio, Museos y Casco Histórico.
- BARRIO, Patricia (2005). "Crisis económica y estrategias empresariales. Bodegueros mendocinos a principios del siglo XX". *Cuadernos de Historia*, Serie Ec. y Soc., N° 7, CIFYF-UNC, Córdoba, pp. 31-69.
- BUTERA, Alejandro (2012). "Pioneros del Tabaco. Los Fabricantes de Cigarrillos en la Argentina 1880-1920". Río Negro, Argentina.
- CERUTTI, María Josefina (2011). *Montagne di Vini Lontani. Etichette per botti. Argentina 1900-1950*. Catálogo. Torino. Collezioni del Museo Nazionale della Montagna.
- CIRICI NARVÁEZ, Juan Ramón (2002). "Aspectos artísticos de las bodegas del Marco del Jerez". *DOURO- Estudos & Documentos*, vol. VII (14), pp. 99-107.
- COFRE, Carolina; NÚÑEZ, Emiliano; MUJICA, Fernando y LACOSTE, Pablo (2016, abril). "La guerra del pisco a través del estudio de los marbetes". *Idesia*, Arica, vol.34, N° 2.
- CONTI, Alfredo (2012). "Paisajes culturales, la interacción entre el hombre y la naturaleza". Ponencia presentada en las Jornadas sobre Paisajes Culturales en Argentina y Chile, Río Gallegos.
- CRESTO, Juan José (2004). *140 años de Registros de Progreso: patentes y marcas*. Buenos Aires, Ed. Rossi.
- DABAS, Dominique y ORSINI, André (2005). "De la bouteille bordelaise", en: *Verre*, vol 11, 1e Partie y 2e PARTIE.
- DE RUEDA, María de los Ángeles y Otras (coord.) (2021). *Reescrituras y detalles, Artes y cultura visual en el siglo XIX desde Historia del Arte VII*. La Plata, EDULP.
- DEL CARRIL, Bonifacio (1984). "El grabado y la Litografía". *Historia del Arte en la Argentina*, Academia Nacional de Bellas Artes, Tomo III, pp. 353-404.

- EGUIZÁBAL, Raúl (2011). *Historia de la Publicidad*. Madrid, Ed. Fragua.
- EISENSTEIN, Elizabeth (2010). *La imprenta como agente de cambio*, México, FCE.
- FAVRE, Patricia; HERRERA, Marcela (2012). "De autodidactas a académicos. La lucha por la institucionalización (Mendoza y San Juan, 1900-1950)", en: BALDASARRE, María I. y DOLINKO, Silvia (eds.), vol. 2.
- FAVRE, Patricia (2013). "Academias y campo artístico de autonomía relativa en Mendoza (1897-1938)". *Estampa 11, Revista Digital de Gráfica Artística*. Parte 1, N° 3-4, pp. 10-30, y Parte 2, N° 5-6, pp. 30-52.
- FERNÁNDEZ POYATOS, María Dolores; FELIU GARCÍA, Emilio (2012). "Avisos, anuncios, reclamos y publicidad en España. Siglos XVIII y XIX". *Ámbitos*, N° 21, Universidad de Sevilla, España, pp. 315-332
- GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (1999). "El flamenco en el etiquetado vinatero del Marco de Jerez". *Revista Flamencología*, n° 10, Jerez de la Frontera.
- GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (2003). "Vinos de oporto y madeira. Antigua iconografía publicitaria emitida por bodegueros de jerez". *Douro - Estudos & Documentos*, vol. VIII (15), pp. 43-59.
- GÓMEZ DÍAZ-FRANZÓN, Ana (2005). "La tauromaquia en la antigua publicidad de vinos, aguardientes y licores del puerto de Santa María". *Revista de Historia de El Puerto*, n° 35, pp. 53-98.
- IVINS, William. M. (1975). *Imagen impresa y conocimiento. Análisis de la imagen prefotográfica*. Barcelona, Gustavo Gili.
- JEANNERET, Yves; SOUCHIER, Emmanuël (1999). "L'étiquette des vins: analyse d'un objet ordinaire". *Communication et langages*, n° 121, Dossier: *L'université d'été de la communication*. pp. 72-85.
- JOSEPH, Robert (1988). *Art of the wine label*. Londres, Chartwell Books, Inc.
- LACOSTE, Pablo (2003). *El vino del inmigrante. Los inmigrantes europeos y la industria vitivinícola argentina. Su incidencia en la incorporación, difusión y estandarización del uso de topónimos europeos*. Mendoza, Consejo Empresario Mendocino.
- LLUCH, Andrea (2013). "Marca registrada... Reflexiones sobre el uso de las marcas comerciales, el consumo y la comercialización de bienes en el mundo rural argentino (1900-1930)". *Mundo Agrario*, vol. 13, N° 26.
- MALDONADO ROSSO, Javier (2012). "Cambios de consumo y de gusto de los vinos de jerez en el Reino Unido y sus consecuencias en la zona de producción entre mediados de los siglos XVIII y XIX". *Historia Contemporánea*, n° 48, pp. 117-140.
- MALOSETTI COSTA, Laura; GENÉ, Marcela (comp.) (2009). *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires, Edhasa.
- MONTES LAFUENTE, Jorge (2014). *Carteles publicitarios de vinos y licores en La Rioja, 1890-1950*. Tesis

- doctoral, Universidad de La Rioja, España.
- MORALES GUIÑAZÚ, Fernando (1943). *Historia de la cultura mendocina*. Mendoza, Biblioteca de la J.E.H.M.
 - MOSER, Roland (2014). "Las viejas etiquetas del vino de Alsacia". *Revue d'Alsace*, nº 137, pp. 109-134.
 - PAGANI, Estela y Otros. (2013). Viñetas. *Imágenes gráficas, estampas y tipografía en técnicas del pasado 1858-1958*. Buenos Aires, Dirección General de Patrimonio e Instituto Histórico.
 - PAS, Hernán F. (2011). "La seducción de las imágenes. El ingreso de la litografía y los nuevos modos de publicidad en Latinoamérica". *Caracol* (2), pp. 11-41.
 - PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2005). "Artesanos, trabajadores metalúrgicos y vitivinicultura moderna en Mendoza, Argentina (1885-1930)". *Boletín Geográfico*, nº 27, pp. 73-90.
 - PESSI, María Soledad (2010). "La publicidad: un motor en la vida para la prensa gráfica argentina de fines del siglo XIX y principios del siglo XX". *Revista Question*, La Plata, UNLP.
 - PLA VIVAS, Vicente (2010). *La ilustración gráfica del siglo XIX. Funciones y disfunciones*. España, Universitat de Valencia.
 - RAMOS PÉREZ, Rosario (2002). "Introducción", en: *Ephemera: la vida sobre papel*. Madrid, Colección de la Biblioteca Nacional.
 - RAMOS SANTANA, Alberto (2018). "Iconografía de etiquetas antiguas del vino del Marco de Jerez, Xérès, Sherry". *RIVAR*, Vol. 5, nº 14, pp. 201-222.
 - RICHARD-JORBA, Rodolfo (2009). "El mundo del trabajo vitivinícola en Mendoza (Argentina) durante la modernización capitalista (1880-1914)". *Mundo Agrario*, Vol. 9, nº 18, p. s/n, UNLP.
 - ROCCHI, Fernando (2016). "A la vanguardia de la modernización: la incipiente formación de un campo publicitario en la Argentina durante la década de 1920". *E.I.A.L.*, nº 2, Buenos Aires, Universidad Torcuato Di Tella, pp. 47-76.
 - RODRÍGUEZ MARTÍN, Nuria (2007). "La imagen de la mujer en la publicidad gráfica en España en el primer tercio del siglo XX". *Quintas Jornadas: Imagen y cultura, Universidad Complutense de Madrid*.
 - SALDAÑA TRIGO, José; REPETO PRIETO, Juan (2009). *La imagen del vino de Jerez. Historia gráfica de las bodegas de Jerez de la Frontera. Siglos XIX y XX*. España, Junta de Andalucía.
 - SATUÉ, Enric (2012). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza.

Bibliografía específica del Capítulo 4

- ABRAHAM, Raúl Andrés (2019). "Un abogado al frente de la 'policía del vino'. La gestión de Francisco José Trianes". *Revista de Estudios Sociales Contemporáneos*, pp. 19-39.
- ANDERMANN, Jens (2013). "Contienda de valores: Argentina y Brasil en la era de las exposiciones". *Cuadernos de Literatura*, Pontificia Universidad Javeriana-Bogotá DC- Colombia.
- BARRIO, Patricia y RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, Florencia (2018). "Conocimientos y técnicas en una economía regional: Instituciones formativas para la vitivinicultura mendocina". *Vitivinicultura y celebraciones vendimiales*. Mendoza, INCIHUSA-CONICET.
- BARRIO, Patricia y RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, Florencia (2016 junio). "Instituciones, saberes y expertos para un Estado provincial: Leopoldo Suárez, de agrónomo a funcionario itinerante del lencinismo, Mendoza, 1918-1930". *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, n° 44, Buenos Aires.
- BELEJ, Cecilia (2011, abril). "Entre el panamericanismo y el nacionalismo. Alfredo Guido y su mural para el automóvil club argentino. Buenos Aires". *IDAES, Papeles de Trabajo*, Año 4, n° 7, pp. 93-113.
- BURTON, Benedict y Otros (1983). *The Anthropology of world 's fairs, San Francisco 's Panama Pacific International Exposition of 1915*. The Lowie Museum Anthropology, University of California, Sclar Press, London and Berkeley.
- BRUNO, Paula y SCHUSTER, Sven (dir.) (2023). *Mapamundis culturales. América Latina y las Exposiciones Universales, 1867-1939*. Rosario, Prohistoria Ediciones.
- BUSCCHIAZZO, Mario J. (1963). "El Pabellón Argentino". *Cuadernos de Historia del Arte*. N°3. Mendoza, FFYL-UNCUYO, pp. 9-18.
- CIRVINI, Silvia (2011, enero-junio). "Escuelas Argentinas. Discurso técnico y tipologías arquitectónicas: el caso de Mendoza 1861-1916". *Revista de Historia de América*, n° 144, pp. 71-121.
- CORREAS, Jaime (1992). *Historias de familias*. Mendoza, Primera Fila.
- CRISPIANI, Alejandro (1993). "Alejandro Christophersen, el historicismo y la búsqueda de un estilo nuevo", *Seminario de Crítica*, n° 36, Instituto de Arte Americano e investigaciones estéticas "Mario Buschiazzo", UBA.
- DI LISCIA, María Silvia y LLUCH, Andrea (2009). Argentina en exposición. *Ferias y exhibiciones durante los siglos XIX y XX*. Editorial CSIC, vol. 4.
- FADER, Rosa María y KINTÁ, María Cristina (1985). "El rostro de dos pueblos a través de la presencia de Fernando Fader en la Exposición Universal de San Francisco, California 1915" (inédito, ponencia).

bibl.

- FAVRE, Patricia (2010). *Deudas históricas, reparaciones escultóricas: el programa conmemorativo monumental en la construcción de la identidad* (Mendoza, 1887-1917). Mendoza, EDIUNC.
- FAVRE, Patricia (2017). *Itinerarios monumentales. Catálogo de escultura pública en Mendoza*. Mendoza, EDIFYL y Ediciones Culturales de Mendoza.
- FERNÁNDEZ BRAVO, Álvaro (2006). "Celebraciones centenarias: nacionalismo y cosmopolitismo en las conmemoraciones de la independencia. Buenos Aires, 1910-Río de Janeiro, 1922", en: ANDERMANN, Jens y GONZÁLEZ STEPHAN, Beatriz (eds.), *Galerías del progreso: Museos, exposiciones y cultura visual en América latina*. Rosario, Beatriz Viterbo, pp. 331-372.
- GARGIULO, Julieta (2017). "Los Trianes y su aporte a la vitivinicultura argentina; 80 vendimias, historia y pioneros (1936-1916)". *Revista de la Academia*, n° 1, Mendoza, JEHM, pp. 9-16.
- GIAMPORITONE, Teresa Alicia (2014, mayo). "Gobierno y vitivinicultura en la provincia de Mendoza (Argentina) a través del Álbum Argentino Gloriandus". *RIVAR*, vol. 1, n° 2, IDEA-USACH, Santiago de Chile, pp. 103-125.
- GUTIÉRREZ, Ramón y Otros (2004). *Italianos en la arquitectura argentina*. Presidencia de la Nación Argentina, CEDODAL, IILA y Fundación Tecnología y Humanismo.
- GUTIERREZ, Ramón (2006). "Las celebraciones del centenario de las independencias". *Apuntes*. Vol. 19, n° 2, Universidad Javeriana, Colombia, pp. 176-183.
- GUTIÉRREZ, Ramón (2010). "La arquitectura en torno al Centenario". *Temas de la Academia 8: Las artes en torno al Centenario. Estado de la cuestión* (1905-1915). Buenos Aires, Academia Nacional de Bellas Artes, pp. 91-99.
- GUTIÉRREZ, Ramón (2014). "Persistencia y cambio en la arquitectura simbólica. Los pabellones argentinos en las exposiciones 1915-1940". *Temas de la Academia 12: Cambios y persistencias en tiempos de transición*. Buenos Aires: Academia Nacional de Bellas Artes, pp. 51-71.
- GUTMAN, Margarita (editora) (1999). *Buenos Aires 1910: memoria del porvenir*. CABA, FAU-UBA.
- GUTMAN, Margarita y HARDOY, Jorge Enrique (2007). *Buenos Aires 1536-2006*. Buenos Aires, Ediciones Infinito.
- HERRERA, María José (2014). *100 años de arte argentino*. Buenos Aires, Biblos/Fundación OSDE.
- LOIS, CARLA (2010). "El mapa del Centenario o un espectáculo de la modernidad argentina en 1910". *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*. Vol. 12, n° 24, Universidad de Sevilla, Sevilla, España, pp. 176-196.
- LÓPEZ OCÓN, Leoncio (2002). "La América Latina en el escenario de las exposiciones universales del siglo XIX". *Procesos, Revista Ecuatoriana de Historia*, n°18, pp. 103-126.

- MALOSETTI COSTA, Laura (2021). *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*. Buenos Aires, FCE.
- MALOSETTI COSTA, Laura y OTROS (2006). *Collivadino*. Buenos Aires, El Ateneo.
- MANZINI, Lorena (2012, enero-junio). "La casa patronal vitivinícola, un modelo identitario en tiempos del modernismo en la Región de Cuyo, Argentina (1885-1910)". *Revista de Historia de América*. N° 146.
- MANZINI, Lorena (2012). "El establecimiento vitivinícola (1850-1950). Un conjunto edilicio de soporte para el funcionamiento de la bodega en Mendoza". *Argus-a Artes & Humanidades*. Los Ángeles (EEUU) y Buenos Aires.
- MATEU, Ana y Gimena IRIART GABRIELLI (2018). "¿Intervencionismo estatal o liberalismo en la vitivinicultura de Mendoza de entreguerras? Leopoldo Suárez y Francisco Trianes, expertos y militantes lencinistas". *Revista Iberoamericana de Viticultura Agroindustria y Ruralidad*. Vol. 5. Universidad de Santiago de Chile, Chile, n° 13., pp. 8-33.
- MATEU, Ana María e IRIART GABRIELLI, Gimena (2018). "¿Intervencionismo estatal o liberalismo en la vitivinicultura de Mendoza de entreguerras? Leopoldo Suárez y Francisco Trianes, expertos y militantes lencinistas". En *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad (RIVAR)*; Santiago de Chile; Año: 2018 vol. XIII.
- MÉNDEZ, Patricia (2010). "Las imágenes de una fiesta centenaria. Aspectos de la fotografía entre 1904 y 1914". *Temas de la Academia 8, Las artes en torno al Centenario. Estado de la cuestión (1905-1915)*. Buenos Aires, Academia Nacional de Bellas Artes, pp. 101-112.
- MORETTI, Graciela (2011, abril). "Historia, arquitectura y paisajes del vino en Mendoza (Argentina). Intervenciones en los conjuntos vitivinícolas a partir de la valoración del patrimonio natural y cultural", en: MARTÍNEZ VALLE, Asunción (coord.). *Paisajes Culturales del vino y de otras bebidas psicotrópicas*. España, pp. 85-94.
- NOVICK, Alicia (1998), "Planes y proyectos para Buenos Aires, siglo XX". *Seminario de Crítica*. N° 94, Buenos Aires, Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas, FADU UBA.
- PACHECO, Mónica (2003). "Nacimiento de la Fiesta Nacional de la Vendimia. Polifonía de lo popular y lo culto". *Huellas*, n°3, pp. 125-138.
- PASTORIZA, Elisa (2011). *La conquista de las vacaciones: Breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires, Edhasa.
- PENHOS, Marta (2009). "Saint Louis 1904. Argentina en escena", en: DI LISCIA, María y LLUCH, Andrea (ed.). *Argentina en exposición. Ferias y exhibiciones durante los siglos XIX y XX*. Colección Universos Americanos, pp. 59-84.

bibl.

- PENHOS, Marta (1999). "Nativos en el Salón. Artes plásticas e identidad en la primera mitad del siglo XX", en: PENHOS, Marta y WECHSLER, Diana (coords.). *Tras los pasos de la norma, Salones Nacionales de Bellas Artes (1911-1989)*. Buenos Aires, Ediciones del Jilguero, pp. 111-152.
- PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (2012, julio-diciembre). "Toneleros y tonelerías en San Juan (Argentina): inmigrantes y artesanos locales en las primeras décadas de la especialización vitivinícola (1885-1930)". *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, vol. 12; Tandil, pp. 15-35.
- PÉREZ ROMAGNOLI, Eduardo (1996). "Contribuciones para una geografía histórica de Mendoza: Industrias inducidas por la fabricación de vino entre 1880-1930". *Revista de Estudios Regionales*, n° 15-16, Mendoza, pp. 53-88.
- PIAZZE, Laura y DUSSEL, Pilar (2016). "Tiempos de estrategias: escenas argentinas en la Exposición Internacional de San Francisco" (EEUU- 1915). VIII Simposio ADEISE, Europa: la guerra y la paz en perspectiva mundial. Libro de resúmenes. Mendoza, UNCUIYO.
- PIAZZE, Laura y DUSSEL, Pilar (2016). "Postales de un itinerario: Los dioramas argentinos en la Exposición Internacional de San Francisco". Congreso Internacional Rubén Darío (1867-1916). Libro de resúmenes. Mendoza, UNCUIYO.
- PIÑEIRO, Alberto y Otros (2017). Buenos Aires a vista de pájaro: *Jean Désiré Dulin (1839-1919). Imágenes y Lecturas III*. Buenos Aires, Ministerio de Cultura, Museo Histórico de Buenos Aires Cornelio de Saavedra.
- PODGORNÝ, Irina y María Margaret LOPES (2014). *El Desierto en una Vitrina. Museos e historia natural en la Argentina*. Rosario, Argentina, Prohistoria.
- RAFFA, Cecilia (2011). "Acerca de la celebración y difusión de los festejos del Centenario de la Revolución de Mayo en Mendoza (1910)". *Revista de Historia Americana y Argentina*. N° 45, FFYL-UNCUIYO, pp. 267-294.
- RICHARD-JORBA y otros. (2006). *La Región Vitivinícola Argentina: transformaciones del territorio, la economía y la sociedad (1870-1914)*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo (2006). "Formación, crisis y reorientación de la vitivinicultura en Mendoza y San Juan, 1870-2000. Aportes para el estudio del sector en la Argentina". *Boletín Geográfico*, n° 28, pp. 79-122.
- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, Florencia y BARRIO, Patricia (2014). "Agencias estatales, técnicos y economía vitivinícola en Mendoza (Argentina): el caso de Leopoldo Suárez (1905-1923)", en: CONICET, *Investigaciones Socio-Históricas Regionales; Estudios de ISHIR*, pp. 80-109.
- ROVIRA, Alberto (1957). *Historia de la Avenida San Martín*. Mendoza, Asociación de Amigos de la Avenida San Martín.

- SCHLÜTER, Regina (2003). *Turismo en la Argentina. Del Balneario al campo*. Buenos Aires, CIET.
- TRIANES, Francisco (1943). *La Fiesta de la Vendimia en la obra de José Trianes Díaz*. Mendoza, ECO.
- TRIANES, Francisco (1938). *La viña bajo la tormenta*. Buenos Aires, El Ateneo.

Bibliografía específica del Capítulo 5

- AGUERREGARAY, Rosana (2016, julio). "Continuidades y transformaciones en las prácticas funerarias de la élite mendocina (fines del siglo XIX y principios del XX)". *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, n° 49, pp. 217-248
- AGUERREGARAY, Rosana y GARCIA, Celia. (2017). "Muerte y política: en el ámbito público mendocino (fines del siglo XIX y principios del XX)". *Libro de Resúmenes III Congreso Internacional: Nuevos Horizontes de Iberoamérica*. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
- ARIÉS, Philippe (2000). *Historia de la muerte en Occidente*. Barcelona, El Acantilado.
- ARNAIZ GÓMEZ, Ana (1995). *La memoria evocada: Vista Alegre, un cementerio para Bilbao*. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- AYROLO, Valentina (2009, agosto). "Reflexiones sobre el proceso de secularización a través del morir y ser enterrado. Córdoba del Tucumán en el siglo XIX". *Dimensión Antropológica*, n° 46., pp. 109-140.
- BARRIO, Patricia (2006, diciembre). "Entre el poder y el infortunio. Tomba: historia de la empresa vitivinícola más poderosa de la República Argentina". *Mediterránea, Ricerche Storiche*, n° 8, pp. 539-568
- BARRIO, Patricia, (2008). "Debate y proceso de conformación de la política vitivinícola durante el comienzo de una nueva crisis. Mendoza, 1913-1914". Ponencia presentada en *XXI Jornadas de Historia Económica*. Buenos Aires, UNTREF.
- BERRESFORD, Sandra (2004). *Italian memorial sculpture 1820-1940. A legacy of love*. Lincoln, Londres.
- BOHINGAS, Oriol (1973, enero-febrero). "Los cementerios como catálogo de arquitectura". *CAU: construcción, arquitectura, urbanismo*.
- CATROGA, Fernando (1999). *O céu da memória. O cemitério romântico e o culto dos mortos*. Coimbra, Minerva.
- CREMASCHI, Verónica (2021, julio-diciembre). "El estilo neocolonial en Mendoza, Argentina en la primera mitad del siglo XX. Obras e ideas sobre la arquitectura de tendencia hispánica". *Revista de historia americana y argentina*. N° 56 (2), pp.139-166.

bibl.

- CURL, James (1980). *A Celebration of Death. An introduction to some of the buildings, monuments and settings of funerary architecture in the Western European tradition*. London, Constable.
- DAL CASTELLO, David (2007). *La ciudad circular. Espacios y territorios de la muerte en Buenos Aires, 1868-1903*. Tesis de Maestría, Buenos Aires, FAU-UBA.
- DÉCHAUX, Jean-Hugues (1997). *Le souvenir des morts. Essai sur le lieu de filiation*. París, Ed. PUF.
- DI STEFANO, Roberto (2011). "Por una historia de la secularización y de la laicización en la Argentina". *Quinto Sol*. Vol. 15, n° 1, La Pampa.
- DIEGUEZ PATAO, Sofía, GIMENEZ SERRANO, Carmen (Ed.) (2000). *Arte y arquitectura funeraria. Dublín, Génova, Madrid (XIX-XX)*. Madrid, Comisión Europea y Electa.
- DUHAU, Isabelle, GROUD, Guénola (dir.), (2020). *Cimetières et patrimoine funéraire. Étude, protection, valorisation*. Paris, Ministère de la Culture.
- GAYOL, Sandra (2009). "La construcción del recuerdo de las elites argentinas en el cementerio de La recoleta: el miedo al olvido y a la invisibilidad social, 1880- 1920". En: SPECKA, E. y Otros. *Los miedos en la historia*, México, El Colegio de México-UNAM.
- GAYOL, Sandra (2012, Julio/diciembre). "La celebración de los grandes hombres: funerales gloriosos y carreras post mortem en Argentina". *Quinto Sol*. Vol. 16, n° 2.
- GIUSTI, Maria Adriana; GODOLI, Ezio (1999). *L'orientalismo nell'architettura italiana tra Ottocento e Novecento*. Siena, Maschietto & Musolino.
- GONZALEZ, Antoni y Otros (2001). *El Palacio Güell*. Barcelona, Ed. Diputación Barcelona.
- GUTIERREZ VIÑUALES, Rodrigo. (2006). "El orientalismo en el imaginario urbano de Iberoamérica. Exotismo, fascinación e identidad", en: GONZALEZ ALCANTUD, J. A. (ed.). *El orientalismo desde el sur*. Barcelona, Anthropos.
- LEÓN LEÓN, Marco Antonio (2017). *Sepultura sagrada, tumba profana: los espacios de la muerte en Santiago de Chile, 1883-1932*. Chile, Colección Sociedad y Cultura.
- MAZZINI, Oreste (1997). *Vida y obra de un carpintero*. Mendoza, Ed. Canto Rodado.
- MORÍN, Edgar (1994). *El hombre y la muerte*. Barcelona, Kairós.
- OLIVA, Montserrat (2019, noviembre). "Redescubriendo el Cementerio de Montjuïc. Obras olvidadas de grandes escultores catalanes". *XX Encuentro Iberoamericano de Valorización y Gestión de Cementerios Patrimoniales. Los cementerios como recurso cultural, educativo y turístico*. Málaga (España).
- PANOFKY, Erwin (1992). *Tomb Sculpture*. London, Phaidon.
- PONTE, Jorge Ricardo (2005). *El Carmen. Hospital de la filantropía. 1895-2005*. Mendoza, Ed. Ciudad

- y Territorio, INCIHUSA-CONICET.
- SBORGI, Franco (1997). *Staglieno e la scultura funeraria ligure tra Ottocento e Novecento*. Turín, Artema.
 - SBORGI, Franco (2000). "Difusión de la escultura italiana en Iberoamérica". En: GUTIÉRREZ, Ramón y GUTIÉRREZ VIÑUALES, Rodrigo (Coords.). *Historia del arte Iberoamericano*. Barcelona, Lunweg.
 - SBORGI, Franco. (2005). "La diffusione della scultura italiana nei paesi andini e in Iberoamerica fra il XIX e il XX secolo". *Il patrimonio culturale nei paesi andini: prospettive a livello regionale e di cooperazione*. Roma.
 - SOSA Emilce (2015). *Vida y muerte en Mendoza: 1787-1923: el sincretismo cultural a través de la funebria mendocina Mendoza*. Mendoza, FFYL-UNCUYO.
 - TRIVELLE, Giorgio (2011). *Antonio Tomba. Un emigrante valdagnese a la conquista de la Argentina*. Mendoza, Municipalidad de Godoy Cruz.
 - VAN DEURS, Adriana y RENARD, Marcelo (2001). *La escultura italiana del Museo Nacional de Bellas Artes*. Buenos Aires, Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes.
 - VAN GENNEP, Arnold (2013). *Los ritos de paso*. Madrid, Alianza.
 - VAN DEURS, Adriana y RENARD, Marcelo (2001). *La escultura italiana del Museo Nacional de Bellas Artes*. Buenos Aires, Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes.
 - VAN GENNEP, Arnold (2013). *Los ritos de paso*. Madrid, Alianza.



fuentes

FUENTES

Álbumes, memorias y publicaciones oficiales

- *Álbum fotográfico de las Vistas del Pabellón Argentino y Secciones Argentinas en la Exposición Internacional de San Francisco de California* (Pillado, Ricardo, 1915).
- ALEXANDER, Abel (s/f). Catálogo de Exposición de “La exposición internacional de San Francisco de 1915. Fotografías del Pabellón Argentino”. CABA, Argentina, Ed. Fototeca B. Panunzi, Biblioteca Nacional Mariano Moreno.
- *Arte Funeraria Italiana 30 Tavole*. (1920). Serie Seconda, Milano, Editrice D'Arte Bestetti & Tumminelli.
- *Barcelona artística e industrial: lujoso álbum de fotografías con un resumen histórico de la ciudad* (1916). Gráf. Thomas, Anuario de las empresas y comercios de la ciudad, ilustrado con un gran número de fotografías de sus principales edificios, calles y plazas.
- BIALET MASSÉ, Juan (1985). *Informe sobre el estado de la clase obrera*. Buenos Aires, Hispanoamérica.
- BLANCO, Eusebio (1870). *Manual del viñatero en Mendoza*. Buenos Aires, Imprenta Americana.
- BOLETÍN OFICIAL de la Provincia de Mendoza
- BOLETÍN OFICIAL de la República Argentina
- CAMPBELL, Scarlett (1957). *Viajes por América. A través de las pampas y los Andes, desde Buenos Aires al Istmo de Panamá*. Buenos Aires.
- *Catálogo de la Exposición Universal de Barcelona de 1888*. (1888) Barcelona, Imprenta de los Sucesores de N. Ramírez y C^a.
- CAPELLO, Francesco (1900). *Antonio Tomba de Valdagno. Cenni biografici*. Buenos Aires.
- CENTRO VITIVINÍCOLA NACIONAL (1910). *La Vitivinicultura argentina en 1910*. Buenos Aires, Emilio Coll e hijos.
- CONI, Emilio R. (1898). *Saneamiento de la provincia de Mendoza*. Buenos Aires, República Argentina.
- *Escritos del Bicentenario. Mendoza en el siglo de la Revolución*. (2010). Gobierno de Mendoza y Diario Uno. Suplementos N° 1 a 14.
- ESCALANTE GÓMEZ, Manuel (1914). *Mundo hispano americano: bosquejos crítico-biográficos.*, París. [s.n.]
- GOBIERNO DE MENDOZA (1910). *Álbum del Centenario*, Provincia de Mendoza.
- GOBIERNO DE REPUBLICA ARGENTINA. *Estadística Gráfica. Progreso de la República Argentina en la Exposición de Chicago, 1892*.
- HAIGH, Samuel (1918). *Bosquejo de Buenos Aires, Chile y Perú*. Buenos Aires, Biblioteca de la Nación.
- HEAD, Francis Bond (1986). *Las Pampas y los Andes. Notas de Viaje*. Buenos Aires.

fuentes

- HOSKOLD, Henry D. (1894). *Informe General Sobre la Exposición de Chicago de 1893*. Buenos Aires, Ministerio de Agricultura.
- LEMOS, Abraham (1888). *Mendoza: memoria descriptiva de la provincia*. Mendoza, Tipografía Los Andes.
- LLOYD, Reginald (dir.), (1911). *Impresiones de la República Argentina en el Siglo XX. Su Historia, Gente, Comercio, Industria y Riqueza*. Lloyd's Greater Britain Publishing Company. Ltd.
- LOS ANDES (1921). *Vistazo retrospectivo a la región de Cuyo, al cerrar el año 1920*. Mendoza, Edición extraordinaria.
- LOS ANDES (1932). *1882- Cincuentenario -1932 (conocido como Álbum de las Bodas de Oro)*, Mendoza.
- LOS ANDES (1935). *Publicación extraordinaria. 1° de enero de 1935*. Mendoza.
- *Memoria del Segundo Congreso Nacional de Comercio e Industrias celebrado en Mendoza del 5 al 13 de abril de 1913* (1914). Publicación oficial, Manuel Vélez Guillén, Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco.
- MOLINS, Jaime; DANTIL, Jorge (1922). *La República Argentina. La Región de Cuyo: San Juan, Mendoza, San Luis*. Buenos Aires, Talleres Océano,
- MOREY, Ramón (Ed), (1939), *Álbum de Mendoza*. Reseña Geográfica, Política, Cultural, Histórica, Comercial e Industrial, Mendoza, s/e.
- PROVINCIA DE MENDOZA (1910). *Álbum Argentino "Gloriandus". Provincia de Mendoza: su vida, su trabajo y su progreso*. Mendoza.
- SARMIENTO Domingo Faustino (2010). *Facundo o Civilización y Barbarie*. Buenos Aires. Libertador. Publicación primera edición 1845

Diarios

- *El Debate* (Mendoza)
- *La Argentina*
- *La Gaceta de Buenos Aires* (Buenos Aires)
- *La Industria* (Mendoza)
- *La Nación* (Buenos Aires)
- *La Palabra* (Buenos Aires)
- *La Razón*

- *La Revista*
- *La Tarde* (Mendoza)
- *La Vanguardia* (Barcelona)
- *La Vida Moderna*
- *La Voz de Cuyo*
- *Los Andes* (Mendoza)
- *Noticias* (Mendoza)
- *San Francisco Chronicle*
- *The San Francisco Examiner*
- *Tribuna*
- *Última Hora*

Revistas y publicaciones periódicas

- *BAP. Revista mensual. Una publicación del ferrocarril Buenos Aires al Pacífico. Agricultura, Ganadería, Comercio e Industrias.*
- *Boletín del Centro Viti-vinícola. Revista de Agricultura Industria y Comercio* (Buenos Aires)
- *Caras y Caretas* (Buenos Aires)
- *Fray Mocho. Semanario festivo, literario, artístico y de actualidad.*
- *La Ilustración Sud Americana. Revista quincenal ilustrada de las Repúblicas Sud Americanas* (Buenos Aires)
- *La Quincena Social* (Mendoza)
- *La Viticultura Argentina*
- *Lugares. Edición Especial, Buenos Aires del Centenario*
- *Mundo Argentino. Semanario Popular Ilustrado*
- *Revista de Agricultura Industria y Comercio. Órgano del Centro Vitivinícola Nacional* (Buenos Aires)
- *Revista de Arquitectura* (Buenos Aires)
- *Revista Vitivinícola Argentina* (Mendoza)
- *Vida Moderna*

img.



Índice de imágenes

Imágenes del Capítulo 1

1. Familia Sanmartino. Pozo en finca de Alto Verde	p. 21
2. Rafael Sanmartino conduciendo una maquinaria agrícola	p. 22
3: Propietarios. Juan Pi	p. 24
4. Familia Streich	p. 25
5. Cayetano Piccione y Miguel Sanmartino, detalle	p. 26
6. Miguel Sanmartino	p. 28
7. Niño en corralito	p. 29
8: Imelda Piccione	p. 30
9: El chalet y la entrada a la bodega de la Familia Piccione	p. 31
10. Fachada de la casa habitación de la Familia Piccione	p. 32
11. Bodega Argumedo	p. 33
12. Obreros arando	p. 36
13. Un alto en el momento de la cosecha	p. 37
14. La Tonelería	p. 38
15. Clasificación de uva	p. 39
16. La molienda	p. 40
17. Bodega Don Pancho	p. 42
18: La Comercialización	p. 43
19: El contratista	p. 44
20. Isabel Pilón, empuñando el arado	p. 45
21. Vendimia familiar	p. 47
22. Cosecha	p. 49
23. Cosecha	p. 50
24. Cosecha	p. 51
25. Colono italiano y su familia	p. 54

26. Mujeres italianas cosechando	p. 55
27. Cosecha con vagonetas	p. 56

Imágenes del Capítulo 2

1. Paisaje (A) y estancia (B) de Tomba en Tupungato	p. 67
2. Establecimiento Bodegas y viñedos Panquehua	p. 68
3. Lámina de la exposición de París en 1889	p. 72
4. Tapa del álbum argentino en la Exposición de Chicago de 1892	p. 73
5. Lámina ilustrada de Emiliano Torres para la Exposición de Chicago, 1893	p. 75
6. Lámina ilustrada de Honorio Barraquero para la Exposición de Chicago, 1893	p. 76
7. Tópicos conceptuales en lámina ilustrada de Carlos González en la Exposición de Chicago, 1893	p. 78
8. Casa Patronal del establecimiento Bodegas y Viñedos Panquehua	p. 79
9. Bodega Panquehua, cuerpos de bodega de 1856 y 1902	p. 79
10. Bodegueros y propietarios destacados de 1911	p. 84
11. Tópicos conceptuales en los recursos visuales. Establecimiento vitivinícola de Ángel Chini, 1910	p. 85
12. Chalet de José Dutto e hijos	p. 86
13. Establecimiento Vitivinícola de Luis Baudrón, 1910	p. 87
14. Establecimiento “La Colina de Oro” de Giol y Gargantini, 1910	p. 88
15. Cosecha en el viñedo de la viuda de Guiñazú, Bodega Guiñazú	p. 89
16. Bodega Tapiz en Maipú, 2022	p. 90
17. Casona patronal, 1910	p. 92
18. Casona patronal (Actual Villa Constanza) 2022	p. 93

Imágenes del Capítulo 3

1. Bordelesas con etiquetas de vino La rural	p. 100
2. Antiguo camión con bordelesas de vino El vazquito	p. 100
3. Vista general de la Bodega Tomba en 1910, con el patio de expedición lleno de bordelesas	p. 102

4. Etiqueta de vino Surgen con los circuitos de distribución y venta	p. 103
5. Bordelesas con marcas grabadas directamente sobre la tapa, en la película Tiempos Modernos	p. 106
6. Vinos de Jerez de la Frontera	p. 106
7. Piedra litográfica de la antigua Cromo-Litografía Ítalo-Platense Colombatti	p. 107
8. Marcas de vinos de Bodega Giol: etiquetas de vino Toro, La Florida y una propaganda de 1917	p. 109
9. Publicidades de vinos de Bodega Arizu	p. 109
10. Membrete de papelería comercial de Litografía Kraft	p. 112
11. Antigua fotografía de Litografía Kraft con trabajadores en diversas tareas	p. 113
12. Publicidad de Cromo-litografía Colombati & Cía.	p. 114
13. Motivos para impresión del Catálogo de Curt Berger y Cía.	p. 114
14. Cambios en la etiqueta de vino La Granadina del Est. Vit. de J. Pelegrina	p. 147
15. Cambios en la etiqueta de vino La marchigiana de Bodega de N. Catena	p. 148
16. Modificaciones de la etiqueta de vino Elefante, del Est. Vit. de B. Martínez	p. 149
17. Modificaciones de la etiqueta de vino Girafa de la Bodega J. Malnis	p. 149
18. Publicidad del Est. Vit. de B. Martínez hacia 1920	p. 151
19. Publicidad del Est. Vit. Armando hacia 1920	p. 151
20. Papelería comercial del Est. Vit. Passera	p. 152
21. Publicidad de Bodega Mosso exhibiendo bordelesas en el patio	p. 153
22. Publicidad del Est. Vit. de J. Pelegrina característica de la década de 1920	p. 154
23. Marca de vino El Aragonés de Est. Vit. Escorihuela presente en etiquetas y medallones	p. 155
24. Principales bodegas de Mendoza en 1932, Anuario Kraft	p. 156

Etiquetas de bordelesas según su clasificación iconográfica:

a) La Imagen corporativa	p. 118 / 119
b) El Paisaje	p. 120 / 125
c) Figuras y escenas costumbristas	p. 126 / 129
d) La mujer como alegoría de la Vendimia	p. 130 / 133
e) Mitología e historia antigua	p. 134 / 135
f) Heráldica	p. 136 / 137
g) Historia política y cultural	p. 138 / 139

h) Religión	p. 140 / 141
i) Animales	p. 142 / 143
j) Objetos diversos	p. 144 / 145

Imágenes del Capítulo 4

1. El pabellón de Mendoza. Su inauguración	p. 168
2. El teatro de la Exposición Industrial	p. 169
3. El Pabellón de Mendoza en construcción	p. 170
4. El pabellón de Mendoza	p. 170
5. Exposición Industrial, El Pabellón de Mendoza	p. 172
6. Plano del Pabellón de Mendoza	p. 173
7. Proyecto de la fuente a ubicarse en el centro del pabellón	p. 175
8. Parte Central del Pabellón de Mendoza	p. 176
9. Vista de las columnas interiores	p. 176
10-a. Inauguración del pabellón de Mendoza. Detrás el tonel expuesto por la Bodega Escorihuela	p. 177
10-b. Tonel de la Bodega Escorihuela en la actualidad	p. 177
11-a. Tonel de la Bodega Giol según fotografía de 1939	p. 178
11-b. Tonel de la Bodega Giol en la actualidad	p. 178
12. Publicidad del vino moscatel rosado de la bodega Palencia	p. 179
13. Estantería de la Escuela Nacional de Vitivinicultura en el Pabellón Mendoza	p. 180
14. Vista del centro del pabellón	p. 180
15. Vista tomada a la derecha del Pabellón	p. 180
16. Vista tomada desde la entrada	p. 180
17. Concurrentes a la sesión inaugural del II Congreso Comercio e Industrias, 1914	p. 188
18. Visita a Viñedos y Bodegas Domingo Tomba	p. 188
19. Congresales llegando al establecimiento Viñedos y Bodegas Giol	p. 188
20. Llegada de congresales al establecimiento Viñedos y Bodegas Giol	p. 188
21. En Cacheuta, un grupo de delegados	p.

189

22. El presidente de la comisión, señor Vélez y los delegados de Rosario	p. 189
23. Visita de los congresales a la toma de agua del Río Mendoza	p. 189
24. Corso de gala en el Parque General San Martín	p. 189
25. Heraldos y habitantes primitivos	p. 194
26. Carro Carabela introductor de la vid	p. 194
27. Los vendimiadores que acompañaron el corso	p. 195
28. La columna de jinetes de Guaymallén	p. 195
29. La prensa antigua	p. 195
30. Explanada de la Exposición Universal de San Francisco, 1915	p. 199
31. Vista del Pabellón Argentino	p. 201
32. Vista lateral del Pabellón Argentino	p. 202
33. Vista interior de la Biblioteca mostrando el vitreaux artístico de Fader	p. 202
34. Público en la entrada del Pabellón Argentino el día de la inauguración oficial	p. 202
35. Vista del vitreaux artístico de Fader en el interior de la Biblioteca del Pabellón Argentino	p. 203
36. Vista del Interior del hall del Pabellón con las decoraciones murales de Atilio Terragni	p. 204
37. Vista del Teatro del Pabellón argentino	p. 204
38. "Mendoza y San Juan", mural de Pío Collivadino	p. 206
39. Arte americano	p. 207
40. Escenario del Teatro y Dioramas en el Pabellón argentino	p. 209
41. Fernando Fader fotografiado mientras pinta el diorama	p. 211
42. Contrato celebrado entre Cupertino del Campo y Fernando Fader	p. 213
43. Estado de la construcción del Pabellón Argentino	p. 216
44. Dibujo del frente principal-cuerpo central	p. 216
45. Lateral del Pabellón Argentino sobre la Av. Rio Branco	p. 216
46. Fachada principal del Pabellón Argentino	p. 217
47. El frontón central durante la construcción	p. 218
48. Fuente ornamental en el lateral del edificio	p. 219
49. Planta principal	p. 220
50. Plantas del Pabellón Argentino	p. 221

51. Llamado a concurso para diseño del pabellón provincial	p. 222
52. Bases para el concurso de selección de productos	p. 222
53. Vista principal del proyecto del Pabellón de Mendoza	p. 223
54. Detalle del proyecto del Pabellón de Mendoza	p. 224
55. Vista izquierda de la primera planta del Pabellón Argentino	p. 227
56. Pabellón Argentino, sección de Agricultura	p. 227
57. Vinos de San Juan y Mendoza	p. 228
58. Sección vitivinícola. Una columna y un ángulo de la pérgola	p. 229
59. Vitrina de exposición de fruta fresca	p. 229

Imágenes del Capítulo 5

1. Capilla ardiente en la vivienda de Carlos W. Lencinas	p. 237
2. Funeral de Antonio Tomba en el transatlántico Regina Margherita	p. 240
3. Necrológica de Tiburcio Benegas	p. 243
4. Cortejo fúnebre de Elías Villanueva	p. 244
5. Cortejo de Rufino Ortega en la calle San Martín	p. 244
6. Sepelio de Balbino Arizu	p. 245
7. La ciudad de los muertos. Cementerio de la Ciudad de Mendoza en el año 1918	p. 249
8. Antonio Tomba	p. 250
9. Sepultura donde reposa el corazón de Antonio Tomba, Valdagno Italia	p. 252
10. Detalle de la sepultura de Antonio Tomba, Valdagno Italia	p. 254
11. Detalle de la sepultura de Antonio Tomba, Valdagno Italia	p. 255
12. Detalle de la sepultura de Antonio Tomba, Valdagno Italia	p. 255
13. Fachada principal del Panteón de la familia Tomba en el Cementerio de Godoy Cruz	p. 257
14. Interior del Panteón de la familia Tomba	p. 259
15. Interior del Panteón de la familia Tomba	p. 259
16. Fachada posterior del Panteón de la familia Tomba	p. 259
17. Fachada principal del Panteón de Olaya Pescara de Tomba en el Cementerio de Godoy Cruz	p. 260

18. interior del Panteón de Olaya Pescara de Tomba en el Cementerio de Godoy Cruz	p. 261
19. Rito Baquero y su esposa en la Alhambra, Granada	p. 262
20. Marmolería C. Ventura. Villarroel, 38 Barcelona. 1916	p. 264
21. Interior de la Marmolería C. Ventura	p. 265
22. Panteón Goytsolo realizado por los hermanos Ventura. Cementerio de Montjuïc, Barcelona	p. 266
23. Publicidad de la casa C. Ventura con la maqueta del panteón Baquero y fotomontaje de fondo	p. 267
24. Publicidad de la casa C. Ventura con la maqueta del panteón	p. 267
25. Panteón de la familia Baquero en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza	p. 268
26. Capitel. Panteón de la familia Baquero	p. 270
27. Fachada principal del Panteón de la familia Baquero	p. 271
28. Elementos de la arquitectura hispanomusulmana en el quiosco de las verbenas	p. 273
29. Balbino Arizu	p. 274
30. Panteón de la familia Arizu en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza	p. 275
31. Antigua postal del cementerio monumental de Milán	p. 276
32. Camposanto di Genova 40 Vedute. 1930, Cementerio de Staglieno	p. 276
33. Panteón de la familia Peduzzi en el catálogo "Arte Funeraria Italiana"	p. 278
34. Panteón de la familia Peduzzi, Cementerio Monumental de Milán	p. 279
35. Fachada principal del Panteón de la familia Arizu en el Cementerio de la Ciudad de Mendoza	p. 280
36. Enrico Cassi. Relieve. Fachada principal del Panteón Peduzzi. Cementerio Monumental de Milán ..	p. 280
37. Juan Patrizi. Relieve. Fachada oeste. Panteón Arizu. Cementerio de la ciudad de Mendoza	p. 282
38. Juan Patrizi. Relieve (detalle). Fachada oeste. Panteón Arizu	p. 283
39. Juan Patrizi. Relieve. Fachada	p. 285



Índice

Introducción. Patricia Favre

..... p. 07

Capítulo 1: Con la cámara a cuestas por la viña. Iconografía de patrones y trabajadores en la vitivinicultura mendocina. Daniel Grilli p. 14

Introducción p. 17

Cambios sociales p. 18

"Fare l'america". Las imágenes de un sector vitivinícola: "los patrones" p. 20

"De sol a sol". Las imágenes de los trabajadores de la vitivinicultura mendocina p. 34

"A jugar entre los surcos". Las fotos de niños y niñas en la vitivinicultura mendocina p. 46

"Con el niño a cuestas". La imagen de la mujer en la vitivinicultura mendocina p. 52

La concepción de la función de la mujer p. 52

Situación socio-económica de la población mendocina p. 53

Imágenes de la mujer en vitivinicultura p. 53

Consideraciones finales p. 57

Capítulo 2: La conformación del paisaje productivo de la primera modernización a través de imágenes y relatos. Lorena Manzini Marchesi p. 60

Introducción p. 63

El paisaje productivo proto-industrial hispano-criollo y la gestación de los tópicos conceptuales modernos

..... p. 65

La idea de riqueza, progreso y civilización de la República Argentina promovida en la Exposición de Chicago de 1893 p. 71

Las ideas de avance y logros de la Argentina en el Centenario de la Independencia de 1910 p. 80

Consideraciones finales p. 94

Capítulo 3: Etiquetas de bordelesas. Arte, industria y publicidad en la vitivinicultura mendocina. Patricia Favre p. 96

Introducción p. 99

La producción, el envasado y la distribución del vino p. 101

La identificación del vino: la marca y el etiquetado p. 105

Diseño, ilustración e impresión de etiquetas p. 110

La cultura visual de la vitivinicultura mendocina p. 117

a) La imagen corporativa p. 118

 b) El paisaje p. 120

 -El paisaje vitivinícola mendocino p. 120

 - Paisajes de la inmigración europea p. 124

c) Figuras y escenas costumbristas p. 126

 - Figuras y escenas de costumbres locales y nacionales p. 126

 - Figuras costumbristas de la inmigración europea p. 128

d) La mujer como alegoría de Vendimia p. 130

e) Mitología e historia antigua p. 134

f) Heráldica p. 136

g) Historia política y cultural p. 138

h) Religión p. 140

i) Animales p. 142

j) Objetos diversos p. 144

La publicidad gráfica del vino mendocino p. 150

Consideraciones finales p. 158

Capítulo 4: Tiempos de estrategias. Mendoza en congresos y exposiciones durante las primeras décadas del siglo XX. Pilar Dussel y Laura Piazze p. 160

Introducción	p. 163
Mendoza, un punto en el mapa	p. 165
El Pabellón de Mendoza en la Exposición del Centenario, Buenos Aires 1910	p. 166
Expectativas y demoras en la inauguración del pabellón mendocino	p. 168
Una construcción efímera para un proyecto perdurable	p. 170
La vitivinicultura se presenta	p. 177
Opiniones de la prensa escrita	p. 184
El II Congreso del Comercio y la Industria, Mendoza 1913	p. 186
Visitas, paseos y celebraciones	p. 190
El corso vendimial como primera “Fiesta de la Vendimia”	p. 191
La Exposición Universal Panamá-Pacífico de San Francisco, Estados Unidos 1915.....	p. 197
El Pabellón Nacional: objetivos y características	p. 200
Imágenes de Provincia y el programa iconográfico nacionalista	p. 205
Espacios remotos y espacios ilusorios	p. 208
La bodega y el viñedo. El diorama de Fader	p. 210
La Exposición Internacional de Rio de Janeiro, Brasil 1922	p. 214
Diseño y arquitectura, estrategias para darse a conocer	p. 215
El original proyecto de pabellón de Mendoza	p. 222
Consideraciones finales	p. 230

Capítulo 5: Tumbas y prácticas funerarias de la burguesía vitivinícola en Mendoza durante las primeras décadas del siglo XX. Celia García y Rosana Aguerregaray Castiglione p. 232

Introducción	p. 235
--------------------	--------

La puesta en escena de la muerte y la construcción de la memoria p. 236

Las prácticas funerarias: velorio, cortejo y homenajes p. 237

Las Tumbas de la burguesía vitivinícola: los panteones de las familias Tomba, Baquero y Arizu p. 247

 Antonio Tomba y sus sepulturas p. 250

 Rito Baquero y su Panteón de ultramar p. 262

 Balbino Arizu y la magnificencia del liberty p. 274

Consideraciones finales p. 286

BIBLIOGRAFÍA p. 288

Bibliografía General p. 289

Bibliografía específica del capítulo 1 p. 292

Bibliografía específica del capítulo 2 p. 294

Bibliografía específica del Capítulo 3 p. 296

Bibliografía específica del Capítulo 4 p. 298

Bibliografía específica del Capítulo 5 p. 302

FUENTES p. 306

INDICE DE LÁMINAS p. 310

ÍNDICE p. 318

AUTORES p. 324





PATRICIA FAVRE
favrepatria@gmail.com

Licenciada en Historia del Arte, Magíster en Arte Latinoamericano por la FAD-UNCUYO y Doctora en Historia y Teorías de las Artes de la UBA. Desarrolla investigación como directora de proyectos centrados en la producción y circulación de las imágenes en Mendoza y Argentina en el marco de la SIIP-UNCUYO desde 2011. Es miembro del comité de Investigación y Posgrado de la FAD-UNCUYO, del IHAyA-FFyL-UNCUYO, del CAIA-Argentina y del GEAPL. Se desempeña como docente titular en Historia del Arte Moderno y Metodología de la Investigación en la FAD-UNCUYO.



DANIEL G. GRILLI
danielgrilli@gmail.com

Licenciado en Historia por la FFyL-UNCUYO y Doctor en Historia por la FFyL-UNCUYO. Ha realizado una diplomatura en Educación, Imágenes y Medios en Flacso y otra en Investigación y Conservación Fotográfica Documental en la UBA. Desarrolla investigación en proyectos acreditados de la SIIP-UNCUYO en temas de historia y fotografía documental. Es director del Archivo de Fotografía Histórica de la FFyL-UNCUYO y profesor titular en Historia de Mendoza en la misma institución.



LORENA MANZINI MARCHESI
Lorena.manzii@gmail.com

Arquitecta y Doctora en Arquitectura por la Universidad Mendoza. Diplomada en Historia por la Universidad de Congreso. Investigadora del CONICET, INCIHUSA (Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales), CCT CONICET - Mendoza. Responsable técnico por parte de CONICET del "Observatorio Laboratorio Patrimonial del Paisaje Cultural de los Valles Andinos Centrales argentinos", CONICET - FAUD UNSJ.



PILAR DUSSEL
pilardusset@gmail.com

Licenciada en Historia por la FFyL-UNCUYO. Desarrolla investigación en Programas de Incentivos de la SIIP-UNCUYO desde 2000, en proyectos vinculados al arte y la cultura visual en Mendoza, con lugar de trabajo en el IHAyA- FFyL, UNCUYO. Es miembro del Consejo de Patrimonio Cultural de la Provincia de Mendoza y de la Junta de Historia Eclesiástica Nacional. Ha realizado cursos y carreras de posgrado en Arte y Cultura Argentina y Latinoamericana.



LAURA PIAZZE
laura.piazze@ffyl.uncu.edu.ar

Licenciada en Antropología Social por la UNLP (FCNyM). Posee una Maestría en Museología y una Especialización Museográfica por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (ENCRyM) de México, y una diplomatura en Investigación y Conservación Fotográfica Documental de la UBA. Es docente en Antropología Social y Cultural en las FCPyS y FCM de la UNCUIYO. Desarrolla investigación en el campo museológico y patrimonial en proyectos acreditados de la UNCUIYO. Se desempeña como profesional en el Museo "Prof. Salvador Canals Frau" (FFyL-UNCUIYO).



CELIA GARCÍA
celiagarcia@gm.fad.uncu.edu.ar

Licenciada en Historia del Arte por la FAD-UNCUIYO. Obtuvo el Diploma de Estudios Avanzados en Patrimonio y Ciudad por la Universidad de Granada, España. Fue Becaria de la Agencia Española de Cooperación Internacional y del Fondo Nacional de las Artes. Desarrolla investigación sobre cultura visual y patrimonio funerario en proyectos aprobados y financiados por la SIIP-UNCUIYO. Es profesora titular de Historia del Arte Medieval y de Historia de la Arquitectura III en la UNCUIYO.



ROSANA AGUERREGARAY
CASTIGLIONE
rosanaaguerregaray@gmail.com

Licenciada y profesora en Historia del Arte por la FAD-UNCUIYO, Doctora en Historia por la FFyL-UNCUIYO. Fue becaria doctoral y posdoctoral del CONICET. Ha desarrollado investigación como integrante y directora en proyectos interdisciplinarios financiados por la UNCUIYO y el CONICET. Ha presentado sus trabajos en numerosos eventos provinciales, nacionales e internacionales, y ha publicado artículos en revistas científicas y capítulos en libros relacionados con la temática de estudio. Es docente de Historia del Arte Americano y Argentino I en la FAD-UNCUIYO.

Imágenes & Vitivinicultura

Cartografías, narrativas y cultura visual
de la vid y el vino de Mendoza

ARGENTINA



INSTITUTO DE HISTORIA
AMERICANA Y ARGENTINA
Dr. Edberto O. Acevedo

Colección Híbridos

EDIFYL

ISBN 978-950-774-448-8



9 789507 744488

00
03
99

