

Es ya una tradición que las principales empresas vînicas estén ausentes del sponsoreo de la celebración

que tienen sede en la Capital Federal y que, lógicamente, no tienen idea del significado y la trascendencia del festejo. Los gerentes, a su vez, al no ser mendocinos, no pueden dimensionarlo ni entienden la forma en que los festejos vendimiales forman parte de la cultura de los mendocinos.

Pero esta lógica, que podría explicar la actualidad, no se compadece con la historia, porque en realidad los bodegueros nunca apoyaron la Fiesta de la Vendimia.

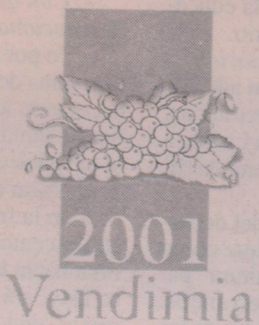
El único caso donde un bodeguero se comprometió abiertamente con el festejo fue en 1979, cuando la Bodega Arizu, perteneciente al empresario Héctor Greco, se hizo cargo del financiamiento de la Fiesta. Claro que sus detractores afirman que Greco no lo hizo por un compromiso con la sociedad sino porque perseguía un proyecto de poder.

Lo cierto es que el resto de los años, la única participación bodeguera que aparecía era la de Giol, empresa estatal a través de la cual el Gobierno gastaba recursos comerciales para hacer política.

Ya en épocas más cercanas, el apoyo venía de bancos, como el Buci y los ex estatales Mendoza y Previsión. En la época de las privatizaciones, apareció el apoyo de Fecunda, la frustrada AFJP regional, y luego el remozado Banco Mendoza, con Raúl Moneta a la cabeza, quien estraba los festejos vendimiales con Argentina en Mendoza más de un mes, y al cual también sus detractores le asignaban aspiraciones de poder. Por supuesto, nunca faltó la presencia de las bebidas gaseosas y la cerveza, pero el vino, en general, ausente.

Ciertos apoyos básicos dan algunas bodegas a los carros departamentales, pero cuando se suman éstos no alcanzan a ser significativos.

Cuando salimos a preguntarles a los actores de la industria, lo primero que percibimos fueron caras de sorpresa, como planteando que la misma no tenía respuesta, o lo que es lo mismo, nuestra conclusión del principio, "porque nunca lo hicimos".



Las AFJP, por ejemplo, sin tener una relación temática con los actos vendimiales tienen en éstos un importante protagonismo publicitario.

Argumentos a favor y en contra

El subsecretario de Cultura, Guillermo Romero, afirmó que "en realidad no puedo responder porque desconozco las causas, lo cierto es que nos resulta más fácil conseguir apoyo de cualquier otro sector, pero cuando recurrimos a las bodegas, encontramos muy poca respuesta". No obstante, Romero reconoció que recibió una propuesta desde

el Fondo Vitivinícola para apoyar de alguna manera ciertos actos.

Algunos conocedores de la industria argumentan que "actualmente, en Mendoza, la mayoría de los responsables de las bodegas son gerentes que no tienen atribuciones para este tipo de erogaciones. Tienen que pedir autorización a los gerentes de marketing, que están en Buenos Aires.

Esto es verificable en el mismísimo Centro de Bodegueros, donde la mayoría de sus directivos ya no son dueños de bodegas, sino gerentes que representan a grupos empresarios, cuyos dueños no viven en Mendoza y tienen concentrado el poder de decisión en la Capital Federal.

Desde otro sector empresario dispararon con munición gruesa hacia los bodegueros. "No puede ser que el Centro de Bodegueros reciba subsidio del Gobierno, comprándole un 40% de las tarjetas para el almuerzo vendimial y que después los bodegueros no apoyen la fiesta" dijeron.

En realidad, muy poca gente estuvo dispuesta a hablar claro dando su nombre y apellido. Es que tocar el tema pone nervioso a cualquiera. No obstante, algunos dieron sus argumentos.

María Inés González, a cargo de las Relaciones Institucionales de la Bodega Trapiche dijo que "si bien nosotros no ponemos plata directamente en la Fiesta, la apoyamos y apostamos a su difusión. Este año llevaremos periodistas del Interior del país, así como clientes y proveedo-

res, todo a nuestro cargo", explicó. La ejecutiva explicó que "siempre Peñaflor y Trapiche apoyaron la fiesta y hace varios años que traemos, incluso, invitados del exterior a nuestro costo para difundir la fiesta, tanto en el país como en el exterior".

Karen Vizental, a cargo de las relaciones institucionales de bodegas Chandon, por su parte, explicó que "nosotros tenemos acciones muy concretas de apoyo a Mendoza, tanto en este tipo de eventos como temas culturales, como han sido las bienales de arte". No obstante aclaró que "cada vez que nos han pedido apoyo para Vendimia, nos piden sumas de dinero muy grandes, que escapan a nuestros presupuestos, pero estamos trayendo periodistas nacionales y extranjeros y apoyamos muchos eventos aportando nuestros productos".

Consultadas otras empresas, dijeron que sus gerentes de marketing les habían contestado que Mendoza representa sólo el 2,5% de su venta y no justificaba ninguna inversión importante.

La pregunta sigue latente y la respuesta sigue siendo misteriosa. Lo cierto es que, este año, los bodegueros volverán a festejar su fiesta pagada por otros, es decir, los ciudadanos a través de sus impuestos. Estos mismos ciudadanos que sufragán la fiesta, después deben pagar entre 10 y 40 pesos para ver la fiesta central en el Anfiteatro. Evidentemente, algo funciona mal.



Las bodegas prefieren invertir en traer periodistas de afuera de Mendoza o invitados especiales, que apoyar directamente la tradicional celebración.