



El desafío cultural para la vitivinicultura chilena, por Alex Ibarra Peña

Posted on Agosto 2, 2025

Destacar la imagen de Chile como productora de vino ha sido un acierto de la industria centrada en el criterio comercial. Esta concepción vinculada exclusivamente a la oportunidad de negocios se fue forjando por una clase terrateniente que desde el siglo XIX propagó una visión modernista, capitalista y neoloconial exaltando valores de la cultura francesa, cuestión que fomentó un negacionismo criollo a la herencia cultural impuesta durante la Colonia.

La historia del vino chileno tiene su origen en la época colonial, el trabajo de la vid suele ser considerado como parte del quehacer de las congregaciones religiosas, entre las cuales destaca la orden jesuita. Una visión religiosa rescata la importancia de este producto en el acto ritual cristiano, sin embargo las extensiones de viñedos sugieren que desde muy temprano no estuvo ausente un uso comercial. No es extraño suponer que el desarrollo de este cultivo aparece también entre militares y utopistas que vinieron buscando la América como una oportunidad de prosperidad.

Estos relatos de origen histórico contribuyen a una construcción acerca del origen del vino que habitualmente se exhibe como datos que aún no son un sustento meditado para pensar nuestra cultura nacional. Los cuales, además se han ido borrando dadas las líneas trazadas por la industria que buscó ser

reflejo de otra europa considerada más sofisticada por la élite dominante que se apropió del proyecto de la instalación de la “república”.

La imagen comercial del vino, debería ser una causa de crecimiento económico, lamentablemente ese resultado excluyó a quienes trabajaban la tierra y sirvió al mayor enriquecimiento de las familias que ejercían poder político. Cuestión que sin duda, será un daño profundo para una concepción más popular y cotidiana, bajo la imposición de la creencia de que este producto pertenece a la élite con la aceptación de que los buenos mostos pertenecen al mercado externo.

Esta imagen comercial del vino se encuentra en crisis, en parte por una lógica del orden mundial y por otra que está relacionada a la desatención del mercado interno, cuestión que generó una distancia cultural con la consecuencia de la caída del consumo cotidiano en el espacio doméstico y social. Este declive de esta concepción del vino me parece consecuente no sólo por la deficiente estrategia comercial sino que también por el daño que la industria provocó con malas prácticas a la elaboración de vinos homogéneos, sobrecargados de elementos artificiales que atentaron en contra de un noble producto.

Por suerte tenemos otra historia paralela que podríamos considerar más subalterna la cual constituye otro mercado, basado en prácticas más respetuosas con la tierra, un amor fecundo por la vid y la sabiduría en el arte de hacer vinos. Este trabajo a favor de los vinos nobles, con arraigo a la tierra junto a un sentido de pertenencia al quehacer campesino merece una consideración cultural diferente. Esta vía es la que hoy testimonia de mejor manera ese valor cultural que representa el vino, una concepción agroecológica que se manifiesta como un modo de resistencia. Estamos en un excelente momento para consolidar una mejor imagen del vino chileno gracias a todos aquellos y aquellas que desde sus pasiones y convicciones son protagonistas de esta otra historia.

Por Alex Ibarra Peña. Doctor en Estudios Americanos.

El Maipo/Le Monde Diplomatique