



Esos locos bajitos...

Si bien recuerdo, antes de comenzar a escribir de vinos hubieron varios detonantes encaminando las ganas, y uno en particular me repite el chasqueo, de cuando en una feria de vinos en Vitacura, escucho a una entendida decir que “se debe *proteger el carácter señorial del vino chileno*”. Explico esta frase en contexto 2007, ante la aparición de blogs de vinos en Chile. Habrá imaginado amenazas porque “*como pasa en Argentina, ahora cualquiera se pondrá a hablar de vinos, y no, debe ser gente especializada*”, agregó. Surgió un cuestionamiento casi inmediato, de cuál sería aquella institución o camarilla encargada de entregar derechos de especialización y comentarios. Ninguna.

Tres años después, un sitio web de vino chileno criticó severamente a un par de blogueros por ‘sus ondas’. Uno tachado de crítico (por decir que no le gustaban los vinos) y otro pajaroneado por reflexivo (por preguntarse más de lo debido). El sitio web terminaría adoptando ambos perfiles...o eso intentó. También les soplaron reclamos por escribir “*tan pésima y desniveladamente. Sobrecargados.*” Les encuentro toda la razón. Pero los críticas no surgieron por desajuste de cánones, de hecho ni siquiera se trataba del novatado y sus puntos de vista, sino más bien, se asomaron con el afán de enseñarles cuál es la diferencia de altura entre los que ya están, y quienes llegaban. Ridículo.

Hay morbo asociado a develar los nombres tras la historia (que es real), pero tan importante no sería cuando lo trascendente y anecdótico, es que desde la aparición del par de blogueros por 2008, no han ingresado nuevos escritores íntegramente a dedicarse al vino, sino más bien, prevalece el interés de redactar bajo intermitencia, forzosamente solicitado, y hasta por mero oportunismo. Redactar no sería lo mismo que escribir, y eso es tan claro como la diferencia entre orden y locura, explicaría Sergio Pitol.

Son distintas licencias y ambas apropiadas y sin embargo, la escritura es el único medio conducente a sistematizar algo de conocimiento, y no de repetir todo lo anterior.

En la siguiente página, la historia de un cronista que nos alentó a buscar otras fuentes narrativas.

A.T.

Editor
Álvaro Tello

Productor
Sebastián Alvear

Colaboradores
Escritores:

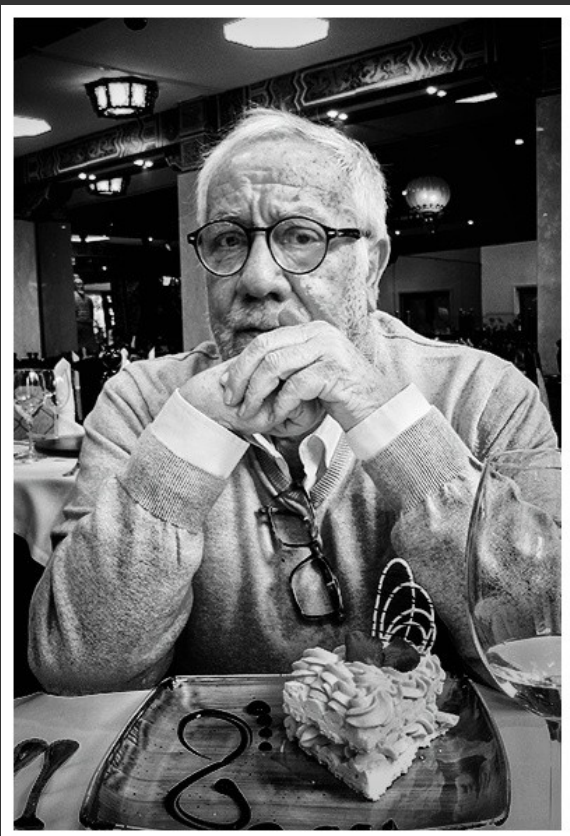
Rocío Alvarado
Guy Hooper
María Evgenia Zukhova
Sebastián Alvear

La fama, según Juan Antonio Eymin

Por Álvaro Tello

De un momento a otro en ruta hacia la vendimia de Ovalle, a un grupo le dio por contar chistes de dudosa gracia, simplones, bastante fomes. Y esto explicaría que las ganas de reírse de estos sería incomprensible. Cuestión que algunos hicieron.

Cuatro asientos más adelante en medio del cruce de cantinfleos lo más iluminado de la incómoda situación, ver a Juan Antonio Eymin hastiado e intercalando lectura entre libros y periódicos, lanzando tosidos simulando reclamos y los que también imagino, buscaban provocarle sordera. Rendido ante el mal humor, Eymin decidió consultar pensamientos con la ventanilla del bus. Esto último, intúyase como seña inefable de aquellos desprecios emitidos con la voz interna.



De aquel viaje en adelante, Eymin me pareció un viejo panki bien administrado, comprendiendo esto como un dosificador capaz de esparcir anarquismo cascarrabiento, conversaciones gastronómicas entonadas como generoso consejo, y la suma de inesperadas ironías proseguidas de silencio. Punto a parte, sus halagos ligeramente dulcificados.

Tomo el recuerdo de ver su rostro desapasionado de costumbre, escuchando cotorreos en su mesa para finalmente, inmiscuirse y marcar aceleradas correcciones. Una técnica frecuente para devolver el silencio a la mesa, revelaría.

Prestar oídos para confesiones de ese nivel no me convierten en su amigo. Procuré no serlo. No sé si colegas. Compañeros de tabaco, sí lo éramos.

Algunos dirían que Eymin era socio frecuente pero lo creo hasta cierto punto, porque un lector hambriento, patiperro fumador y reservado, no pierde tiempo en alabos y los amigos, pueden improvisarse. O por último, aparecerán en cualquier parte.

Veo no lo expliqué al comienzo; Eymin fue cronista gastronómico, y una nueva generación de letristas se mantuvo cercano a él. Lo curioso, fue que varios aprendimos bastante de sus consejos y silencios ininterrumpidos, pero no así de lo que escribía. Una situación extrañísima, pero que puede explicarse de la siguiente manera: si Fredes fue el crítico referencial y de pachotadas, Ruperto De Nola el conservador etéreo, y Gambetti uno cercano por su soberana simpatía, Eymin figuraba como el cronista de la presencia; observar el oficio ubicándose frente a uno y jamás presumiendo de la ganancia de sus funciones. Ante lo mismo, no se vio en necesidad de abrazar dobleces, como sería convertirse en un cronista personificado. Esa cuestión no le iba.

En nuestra última reunión, manifestó preocupación al ver un entorno vencido ante imágenes y textos despellejados al ritmo de las redes sociales, con la vara conscientemente baja, acicalando lectores, o como si estos necesitasen arrullos y no palabras.

Exceptuando a Carlos Reyes, a quien mencionaba como el verdadero cronista gastronómico de este tiempo.

Para mi, la invitación era explorar un nuevo espacio o plataforma para escribir, persuadiéndome a no escuchar los ecos de viejas crónicas u observar las redes sociales bajo miedo referencial, sino más bien, inmiscuirse y aturdir las con la fortaleza de todo aquello descubierto en la práctica de una voz propia.

Propuso una contracorriente de letras en torno al vino y la culinaria, inspirado en los aires de periódicos neoyorkinos y españoles, que comenzaron a reflotar de una larga crisis en parte gracias a crónicas abiertas a nuevas y hasta extensas formas narrativas, disponibles para algo más que generalidades o anécdotas descomprimidas de apuntes. Para aquel revés, sugiere permitir jodas fuera de rigor.

Esto último quedó zanjado, aunque y según sus palabras, medianamente, porque todavía su 'joda' carecía de la sustancia estimada. Eymin habría publicado así las aventuras del villano social Exequiel Quintanilla, Don Exe, una especie de alter ego cuya villanía se confeccionó en el otro siglo, diría.

Don Exe sudaba historias desprendidas de trasnochos o situaciones medio picarescas, algunas con imaginadas vulgaridades que parecen reconfortarlo.

No menor su atrevimiento, el de ir escribiendo galanuras sexuadas, o donde el hambre se cruza con la oportunidad de comer. Es otra gastronomía.

De interesantes a incomprendidas, se debe reconocer en ellas la gracia inigualable de un cronista alternando narrativas.

Como última motivación, Eymin propuso crear una publicación que le permitiese concertar un plan: sabotear la fama de lo simple, zafar de la brevedad para desajustarse y escribir bajo libertad de extensión y forma, hasta vaciarse, restando presión a aquel ente imaginario conocido como 'la gente', y su correlativa relación con el número de visiones aprobadas.

Para esa larga lista sugiere crear un pasquín que recomendó titularlo El Vino Ilustrado, ofreciéndose a participar tan sólo un año. No alcanzó a ver el primer ejemplar. Apareció bajo otro nombre, incluso.

Tardíamente, en esta cuarta edición homenajeamos a Juan Antonio Eymin y su comprendidísimo plan: atenderse primero a uno mismo, lo real, antes que a un supuesto público.



Pipeño

Por Rocío Alvarado



Entendemos por historia como la re-construcción del pasado y a su vez al pasado como un constructo mental. Por lo tanto, la conciencia del pasado y de la paseidad del pasado posibilita distintas construcciones historiográficas. Básicamente: no hay una sola manera canónica de hacer historia. Sin embargo; hubo un tiempo en que se usaba hacer historia mediante métodos que los positivistas se afanaban proclamar como críticos y científicos. Se vincula la historia con la ciencia y de esta última se pretendía tomar criterios que validaran e hicieran posible el trabajo del historiador.

Esta forma de hacer historia es en realidad, una entre muchas. No la única legítima o válida, ni necesariamente la mejor. Tanto en ésta como en otras cuestiones el etnocentrismo siempre está al acecho, y nuestra historia vitivinícola no está exenta de este tipo de padecimientos.

Cuando me propuse hacer mi trabajo de investigación para la Escuela de Sommelier acerca del vino pipeño, me encontré ante la imposibilidad de poder reconstruir un relato histórico o historiográfico de éste, puesto que, la manera en que se fue construyendo la historia del vino en Chile, está dada bajo las lógicas mencionadas anteriormente, donde los criterios estaban puestos principalmente en el desarrollo técnico y científico del vino.

Estos criterios responden a ese espacio canónico y hegemónico de la producción en esa época dominada por la influencia francesa en el valle central, desestimando la producción vitícola que se daba en las zonas rurales con cepas criollas y de manera artesanal, ajenas de cualquier norma academicista.

Este problema ya ha sido señalado por otros historiadores destacados en este ámbito, como Pablo Lacoste y Gonzalo Rojas. Pero la pregunta persistía en mí: ¿qué es el pipeño?

Volviéndose más profunda aún cuando por esas casualidades de la vida pude conocer el trabajo y la historia de productores destacados en la elaboración de estos vinos, grandes inspiradores, como Mauricio González y Caci que Maravilla, en la figura de Manuel Moraga y su hermosa familia. Fue a través de ellos que pude y quise adentrarme en el mundo del pipeño.

Existen hoy distintos relatos o conjeturas con respecto a este tipo de vino. Como no tenemos el dato específico del origen del término y las únicas referencias escriturales que aparecen de pipeño son a mediados del siglo XIX, en la literatura poética de Neruda y Rohka entre otros, estos no nos entregan un conocimiento exacto de qué es, cómo se produce, o dónde se produce. Tras la revisión de estas conjeturas y antecedentes históricos, es que hago el intento de aunar las diferentes teorías.

Podemos decir que el pipeño es un vino del año, un vino joven hecho con variedades criollas, principalmente de uva país para los tintos y moscateles para los blancos, en su minoría.

De viticultura de secano, fermentado en lagares abiertos y que se guardaba, transportaba y comercializaba en pipas de alerce o raulí (roble chileno) y es de la pipa que recibe este nombre. Era el término que surge de manera identitaria para denominar ese vino producido desde la colonia en el sur de Chile entre las ciudades de Talca y Concepción (valles de Maule al Biobío) para diferenciarlo del vino francés que se comenzó a producir en Chile a mediados del siglo XIX. Es un vino relacional ya que no tiene un método específico de producción sino más bien, es una forma de hacer vino por oralidad y no por una fórmula de laboratorio, por eso que se da desde la herencia de un “saber hacer”, que es transmisible sólo por la tradición de generación en generación.

Es un vino de territorio, puesto que es distinto en cada zona, y esto comprende desde los métodos a las cepas con los que se elabora. Es un producto asociado al imaginario de campo, considerado por las comunidades rurales como vino tradicional chileno. Comercializado y consumido en los asentamientos urbanos, que respondía a la estética de los ramales y chinganas, el vino que se consumía en tugurios y grandes faenas industriales, ya que el vino, el pipeño, se vendía al litreado, por aquellos distribuidores que compraban las pipas contenedoras de vino.

Ahora bien, vale defender el pipeño como un estilo o tipo de vino que debiese ser patrimonial, porque desde su método de elaboración y producto final, comprende todas esas instancias para poder considerarlo dentro de nuestro patrimonio vitivinícola. Tampoco busco hacer una apología del pipeño. Pues es cierto, seguramente para la academia y los enólogos de la época el pipeño era considerado un vino de mala calidad y en efecto, para historiadores como Gonzalo Rojas, no encontramos mucha información del pipeño en los textos o en el mundo de la enología, porque el interés por estos vinos tiene otro valor, un valor histórico y antropológico, pero no enológico, y de seguro la calidad de los pipeños de antes dista mucho de los que encontramos hoy.

Para la enología el pipeño era más bien parte del folclor nacional, por eso grandes poetas escribieron acerca de este vino asociado al mundo de las picadas populares; interesante a nivel etnográfico pero no enológico. Sin embargo, desde hace unos diez años atrás hemos podido observar una revalorización y resurgimiento del pipeño dentro la viticultura nacional. Está también entre medio el fenómeno del “copete nacional”, el terremoto, que lleva por base pipeño y se volvió en uno de los estandartes de la gastronomía del 18 de septiembre junto con la empanada y el anticucho.

Me refiero por revalorización al trabajo de viticultores que han demostrado que se puede hacer del pipeño un vino de gran calidad, como Manuel Moraga, Mauricio González en Biobío, a Gustavo Riffo o la Travesía del Pipeño, Leonardo Erazo en Itata y González Bastías en Maule, que son productores que han dado a conocer el pipeño en el mundo y lo han consolidado en los mercados internacionales, sacando todo el potencial de calidad a este tipo de vinos.

De todas maneras, cada productor tiene una idea y produce el pipeño de distintas maneras y por supuesto, utilizando los recursos con los que cada uno dispone. Por ejemplo las pipas de raulí; ya casi no hay raulí en las bodegas puesto que la tonelería es un oficio que ha ido desapareciendo al no haber recambio generacional. El inox es el principal contenedor, etc... Entonces tampoco podríamos decir con exactitud qué es lo que debiese ser el pipeño, ya que más bien acontece no como un concepto, sino que como una idea.

Finalmente, y es que cuando tenemos fenómenos culturales como el pipeño que pese a que adquieren una forma, una materialidad y una estética, es imposible de conceptualizar, ya que se convierte en una idea de la cual no podemos aprehender la cosa en sí, no podemos reducirlo a un concepto e intentar definirlo, porque desde un punto de vista kantiano, se convierte en una totalidad, incondicionada de todas las condiciones, ya que el pipeño se circunscribe a una idea con orígenes en las tradiciones y métodos de cada lugar y cada productor tiene una idea diferente del pipeño.

Quizá la manera de eliminar esa condición suprasensible, sea mediante la creación de una futura denominación de origen, para no tan sólo normar su producción, sino que también para resguardarlo y construir una nueva historia, donde sí sea considerado como un vino de calidad y parte del patrimonio cultural chileno.



Viñedos Cacique Maravilla, Yumbel

Galería



Pintura en acuarela

Olga Serra, Sao Paulo

Presentada en Clos Santa Ana, sábado 10 de diciembre

The Menu

Ignorar a todo lo antes creado

Por Álvaro Tello

Advertencia: contiene spoilers

Cuando el género documental descubre algo conocido como 'alta' gastronomía, hubo ansiedad inmediata por revelar quiénes eran los genios enfáticos tras la cocina. Una actividad que hasta un par de décadas, era apenas vitoreada, salvo por contados casos mediáticos que siempre causan simpatía.

Entrado un nuevo siglo, parte de la gastronomía se acerca a las industrias creativas, con características similares a las firmas de diseño que destacan la personalidad del autor.

Los documentales fueron a la par de esos cambios. Se observa en piezas como *El Bulli* (2010), *Serving Up* Paul Liebrandt (2011) y *Entre Les Bras* (2012) por citar algunos ejemplos. Puntos de inflexión marca la difusión del documental *Jiro Dreams of Sushi* (2011 y 2014), cuya contribución fue abrir la trastienda alimenticia, nutrida de sinsabores y aspectos emocionales no cubiertos en la cuenta o propaganda de una estrella Michelin.

Por el lado del drama cinematográfico, películas como *Burnt* (2015), *Kirin no Shita no Kioku* (2017), y la reciente *Toscana* (2022), retratan la cocina conceptual como parte de una cultura blanda, o de méritos por prestigio, y esta, remitida a un solo estereotipo: cocineros arrogantes pero extremadamente frágiles.

Versiones como *Burnt*, tomó pulso a varias adicciones, bajo riesgo de creer que se trata de un contexto único o personalidades inequívocas. Un cliché que de tan repetido y señalado, propone acercarse a alguna realidad.

Para alguien que no atiende esos detalles y alimentarse es a lo básico rutina y necesidad, podría ser de una comicidad única observar un chef monologando con ínfula de artista; ver platillos con escaso relieve que parece jamás podrán alimentar; críticos gastronómicos sujetos a una retórica cursi,

abrazados por legiones de fanáticos cuyo principio del placer, yace en la confirmación fotográfica. Viendo tal disponibilidad de clichés cruzando la gastronomía, tanto para el director como guionistas en *The Menu*, recolectar ingredientes no fue tarea difícil; lo que si otorga méritos, es el esfuerzo por contextualizarlos para servirlos con los dispositivos clásicos de un género, la comedia negra.

Más que dispositivos, son características, lo que implica dominar tópicos del género, como detenerse en protagonistas faltos de poder e incapaces de tomar decisiones; obsesión y pesimismo; burla a una institución o a quienes estriban en torno a ella; trampas rompiendo con la lógica de la sorpresa.

El humor no necesariamente tiene un efecto risible, como en el caso de la sátira o parodia, porque es parte de un subtexto ubicado capas más abajo. En el caso de *The Menu*, se observa en una cocina militarizada y sacerdotal, pero ahí el director nos brinda accesos para explicarnos que algunos ritos que pintan de exagerados, son reales.

Lo cómico no risible también sucede cuando transcurre un cambio en lo habitual, o se toma distancia de lo previsible. Los comensales en *The Menu* ostentan de un poder revenido o casi inmejorable, pero serán despojados de su influencia al estar bajo yugo del chef Julian Slowick (Ralph Fiennes), quien tiene un plan para reducir a sus clientes; o modelos casi perfectos, representados en un fanático de la gastronomía, un trío de nuevos ricos, empresarios, críticos y editores culinarios, y un actor en decadencia invitado por supuesta añadidura. Personas que tentativamente, pueden molestarnos.

El absurdo es un hilo fino atado de cabo a rabo, visto incluso en las sucesivas referencias a la gastronomía como arte.



¿Quién pensaría que cocinar es un arte? Como explicamos, director como guionistas sacan provecho de lo dicho y observado, y si es o no un arte, la película no lo cuestiona ni propone reflexiones.

La consideración de la gastronomía como un arte depende de una extensa evaluación y acuerdo entre sociedades y culturas que, para el caso de esta joven postulante, aún no se recopilan suficientes derechos de credibilidad.

Entonces, *The Menu* propone un juego de roles en el cual el chef asegura que cocinar es más que una habilidad para construir experiencias. Un ejemplo, ver a Slowick juzgando a un actor por su mediocridad y haber perdido su propósito. Eso es parte del redoble de intenciones: asegurar que es arte, sólo porque algunos diestros de la cocina lo piensan y promueven para sí mismos.

The Menu se dirige a estas y otras fronteras como señalar que debemos reprender a quienes nos han causado molestias (cualquiera podría pensarlo en algún momento). Lo diferente es el cometido, acorralarlos entre comedores y una cocina cuyos pilares forman una cruz, en medio de una isla, dispuesta para un desfile de platillos que encuentran resonancia. No es simple maquetería. Colaboran Dominique Creen, del restaurante de tres estrellas Michelin, Atelier Creen; Kendall Gensler, estilista de alimentos, y Grant Achatz, el célebre chef que alguna vez homenajeó al pintor Jackson Pollock, con un postre buscando la colorida tensión de sus cuadros. Sí, la cuestión del arte nuevamente.

Sobrarían más guiños y cortesías, aunque a este paso no puede dejar de mencionarse el papel de Anya Tylor Joy como Margot, una prostituta que se abre al campo de la sobrevivencia, una *final girl* homenajeando a películas del género de terror *slasher*. Pero algo más importante, su personaje es el único vínculo con lo ordinario. Alguien corriente que por casualidad se tropieza e inmiscuye para desvestir la catedral, ignorando todas las pasiones que circulan alrededor.

Con un personaje no perteneciente al 1%, indiferente e incapaz de comprender lo que sucede, *The Menu* declara el mejor de los principios, señalar con sutil desprecio, a todo lo antes creado.



Experiencias

Hoops

El viaje de amor y pasión de la familia Hooper Herreros

Por Guy Hooper

Mi nombre es Guy Hooper, o simplemente “Hoops”, como me llamaban en el colegio. Soy inglés nacido y criado y a los 25 años, compré un pasaje de ida y retorno hacia Chile, buscando trabajo en el mundo del vino. Nunca usé el pasaje de vuelta. Chile fue mi destino; en el Valle del Maipo, para ser más preciso.

Desde muy joven fui amante del mundo hispano, de hecho aprendí “castellano” en el colegio y en la universidad. Desde esas mismas épocas me convertí en un amante del vino, y tuve la posibilidad de probarlos de todo el mundo.

Pero jamás pensé que iba a hacer mi propio vino. Siempre había trabajado en el lado comercial, ya sea en ventas y marketing, pero producirlo uno mismo nunca me entró en la cabeza. Hice una vendimia en un chateau de Bordeaux hace treinta años, pero eso fue todo.

Cuando compramos una parcela en Talagante, hace unos veinte años y después de construir nuestra casa familiar y hacer el jardín, nos sobraban metros cuadrados, y dije “ufff, ¿qué podemos hacer acá?”. Obvio, con la familia decidimos plantar un viñedo, y allí empezó la verdadera aventura.

Plantamos en 2007 y producimos la primera cosecha de Hoops en 2010, hace 13 años. Y es impresionante pensar que fuimos parte o uno de los tantos pioneros en hacer un vino natural, artesanal y casero, reconocidos en la época moderna por lo menos. Somos un vino de jardín, en un estricto sentido de la palabra. Hacemos una o dos barricas al año y nada más y pienso, que es una labor que se hace con mucho amor.

Siempre he pensado que nuestra etiqueta rompió algunos paradigmas del vino chileno. Cuando decidimos ponerle etiqueta queríamos hacer algo distinto, algo que reflejaba quienes somos y que hay adentro de la botella.

O sea, un proyecto de familia, entretenido y alegre, serio, pero con sentido de humor. Mi señora, María José, encapsuló todo perfecto con su ilustración y diseño de etiqueta.

Cuando nos invitaron a ser parte de Chanchos Deslenguados, nos llenó de orgullo y alegría. Siempre quise ser parte de un movimiento distinto del vino chileno. Vinos sin tabú. El lado B del vino chileno. Es alucinante ver cómo ha crecido el grupo de viñateros, que hacen vino con carácter y personalidad, con identidad, y en cada uno su impronta. No son vinos perfectos, no son vinos para todo el mundo, pero esto es lo que me encanta y siempre lo digo, no se puede complacer a todos.

Realmente creo que Chanchos Deslenguados ha sido un aporte importante al vino chileno en la última década, y la historia lo dirá en unos años más. Los mismos años en que el vino chileno ha avanzado muy rápido, y estoy muy orgulloso de haber sido parte de esa historia. Se ve en la cara de los nuevos consumidores de vino chileno.

Chanchos está aquí para quedarse, y ojalá Hoops puede ser una parte integral en el futuro. Ahora tenemos que llevar el nombre de Chanchos Deslenguados al mundo. Tenemos mucho que ofrecer y la gente quiere escuchar nuestras historias. Quieren degustar estos vinos hecho por viñateros o personas que aman y establecen un relación intensa entre la tierra y el vino.

Por eso, ¡salud al vino chileno, salud a los Chanchos Deslenguados, y salud a Hoops!



COPYCATS

Por María Evgenia Zhukova

Como era de esperarse, cuando China revive su industria automotriz a comienzos del siglo XXI, lo hizo fabricando copias de otros modelos. A nadie sorprendió, por la sabia práctica de actualizar imitaciones con picadillos de ingeniería. Para incorregibles cometidos de esa naturaleza existe un anglicismo, *copycat*, referido no a una evocación o similitud, sino a grotescas imitaciones que hasta pueden ser hechas de la misma manera.

Lo inesperado, fue que en un poco más de diez años, con ayuda de oficinas de diseño británicas y alemanas, y por último diseñadores chinos especializándose en europa, las automotrices chinas aceleraron al siguiente nivel, evolucionando a un diseño de lenguaje propio, recurriendo a pretenciosos ángulos que al recorrerlos fracturan superficies; frontales paramétricos y agresivos; habitáculos desplazados y sobrecargados de tecnología, que se consigue por menos del valor de mercado. Es un interesante cambio de relación y tal es su importancia, que industrias francesas, alemanas, y de oriente próximo, abren ojos ante la propuesta china, al extremo de galardonarlos y ver a celebridades como Kevin Rice (ex Mazda y BMW), declarar que ya era tiempo de copiarles a ellos.

Dicho esto, Rice terminaría trabajando para una automotriz china.

El panorama revelado es un buen ejemplo para intercambiar la función automóvil por vino. No es pretensión o delirio, ya que la aproximación en detalle fue presentada en la Sociedad del Vino en Cambridge, y un seminario de sociología aplicada a la vitivinicultura.

El modélico ejemplo sirvió de apoyo para preguntas y declaraciones, como que el vino es resultado de un *copycat* sucesivo en el cual se repiten habilidades y discursos a fin de obtener utilidades, pero llegado el momento, son más que habilidades las que permiten que regiones o países vitivinícolas, puedan diferenciarse, a pesar de estar produciendo lo mismo.

Es el encuentro de la singularidad, que en este caso se acciona mediante un fenómeno conocido como *flexión cultural*, que es el cálculo de valores e identidades propias volcadas a una originalidad meditada. El automóvil no es de autoría China, como tampoco lo es el desarrollo del diseño automotriz, pero han encontrado en su propio entresijo, una forma inédita de representar elementos.

Resolviendo, la exposición dejó en claro que cualquiera sea la flexión cultural que se configure en un país o región vitivinícola, son características muy precisas que cruzan por tradición o modernidad propia, las que facilitan su exposición cultural, fomentando la articulación de relatos de continua credibilidad. Acto seguido, se ordenan sinónimos que van actuando como referencias.

Un ejemplo es la distinción obtenida por Francia, que actúa bajo macrosinónimos asociados a tradiciones y maniobras históricas que estimularon el ansia por lo perfectible. Cada región vitivinícola francesa gravita en torno a aquel imaginario, incluso antes de comprometerse con principios climáticos y territoriales.

Argentina en cambio, expone su relación cultural con el vino argumentando que es una forma de vida trazada a ras de cordillera. Interesante combinación, viendo que productores europeos por el contrario, abandonan la idea de ver el paisaje como rasgo eminente, centrándose en el principal agente articulador de cambios, el ser humano.

Lo cierto es que Chile país de vinos, en varios sentidos continúa mostrando su quimérico aspecto: es un desprendido *copycat* europeo que aglomera el mayor concierto de aventuras empresariales.

Entonces ¿cuáles son las características culturales reconocibles en los vinos chilenos? Es complicado aventurarse, al no disponer de referencias claras o sinónimos aplicando reconocimiento. Un prueba, es tratar de responder la pregunta anterior, pero sin incluir términos como precio, calidad o paisaje.

Ayudar a Itata

Al recorrer la carretera hacia el sur se advierte una repetitiva aparición de negocios bajo auspicio. Un recorrido saturado por la publicidad del nombre santo que elabora cecinas, otros de una cerveza verde iluminada, y una bebida cola que lleva medio siglo sin medirse con otra alternativa. Además, participan empresas a borde de carretera dando aviso de su cercanía a varios kilómetros. Este embate de auspicios y carteles resulta en una secuencia criminal de lo *kitsch*, de ver tanto vinilo colorido luminiscente y horribles banderines marcando frecuencia.

Como si no bastase con el embrutecimiento aplicado a la arquitectura y naturaleza de los pueblos sureños. No existe valor ni espacio sustituto para resolver algo de belleza, y a las empresas en cuestión, se les olvida que estética y convivencia, tienen un fuerte componente moral.

Durante el tramo los carteles cesan dando paso a una masa boscosa extendida desde Maule a Biobío. Por años se me ha explicado que las plantaciones de pinos no son distintas al cartelero auspiciado. “Financiamos, plantamos y olvidamos”, es el anuncio pretendido por quienes trajinan cerros y planicies. Algunos ceden por desesperación. Es un tema peliagudo y cuya discusión despierta con frecuencia la tentación de ofrecer respuestas poco meditadas, aunque siempre despiertas a situaciones conocidas, como que las forestales, llevan largo tiempo concediendo ayudas y convenios sin lustre.

Por otro lado, se ventila un pésimo ánimo de cohabitancia con los vecinos viñateros, y cualquier acercamiento ya antes de comenzar, se declara disuelto por el temor a lo previsto, el abrazo del fuego. Esto último, ni siquiera es evitable asumiendo un grado de acuerdo, menos repartiendo parches cruzados y comprometidos como ‘ayudas bajo políticas de responsabilidad social’.

Este texto llega tarde sobre hechos consumados. Muy tarde, en alto grado de inutilidad. Sin embargo, el llamado es a que la gratitud no se atenúe y se vuelva imperecedera: Itata ha auspiciado y levantado carreras de sommeliers, nombres de cronistas, viajes de todos ellos, alojamientos, comidas, vinos, idas y retornos que son el sostén y relleno para consabidas novedades, y no menos poesía y brotes de exasperación. Por lo pronto y ante la pérdida de viñedos y bodegas, ahora toca extender la mano y compensar la deuda, sin esperar siquiera un agradecimiento o reflejo de exposición.

Feria de vinos en ayuda al Valle de Itata

#todosporitata



#todosporitata 🇨🇱 N

\$15.000~DESDE 13:00-20:00

SABADO 11

FEBRERO 2023-HOTEL NOVOTEL

Bebemos por solidaridad,
tú aporte irá en ayuda de
pequeños productores y
sus familias

NOVOTEL

Más información:

@vainaooo
@_aadoolf

