

# **SE COMPRARON EL MODELO**

CONSUMO, UVA Y LA DINÁMICA TRANSNACIONAL:  
ESTADOS UNIDOS Y CHILE DURANTE LA GUERRA FRÍA

### **Se compraron el modelo**

Consumo, uva y la dinámica transnacional:  
Estados Unidos y Chile durante la Guerra Fría

Heidi Tinsman

Traducción: Ana María Velasco

Ediciones Universidad Alberto Hurtado  
Alameda 1869– Santiago de Chile  
mgarciam@uahurtado.cl – 56-228897726  
www.uahurtado.cl

Impreso en Santiago de Chile  
Primera edición de 400 ejemplares: abril de 2016

### **Este texto fue sometido al sistema de referato ciego**

ISBN libro impreso: 978-956-357-061-8  
ISBN libro digital: 978-956-357-062-5  
Registro de propiedad intelectual N° 261700

Impreso por C y C editores

Dirección Colección Historia  
Daniel Palma

Dirección editorial  
Alejandra Stevenson Valdés

Editora ejecutiva  
Beatriz García-Huidobro

Diseño de la colección y diagramación  
Francisca Toral



Con las debidas licencias. Todos los derechos reservados. Bajo las sanciones establecidas en las leyes, queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del *copyright*, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamos públicos.

# SE COMPRARON EL MODELO

CONSUMO, UVA Y LA DINÁMICA TRANSNACIONAL:  
ESTADOS UNIDOS Y CHILE DURANTE LA GUERRA FRÍA

HEIDI TINSMAN

Traducción: Ana María Velasco



EDICIONES  
UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO



## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	11
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	15
Giros transnacionales .....	33
Análisis del consumo .....	38
Incorporación del género a las historias nacionales .....	43
Modos de investigación .....	47

### CAPÍTULO I

#### **EL PROLONGADO MILAGRO: COLABORACIONES EN LA INDUSTRIA**

<b>FRUTÍCOLA DE CHILE, 1900-1990</b> .....	55
Oligarcas emprendedores .....	61
La reforma agraria: el Plan Nacional de Desarrollo Frutícola y la cooperación entre Chile y California .....	76
El régimen militar y las revoluciones neoliberales .....	91
Cambios en la división del trabajo .....	105
Crisis económica y recuperación .....	112
El milagro chileno .....	117

### CAPÍTULO II

#### **FÁBULAS DE ABUNDANCIA:**

<b>TRABAJADORES VITÍCOLAS Y CONSUMO EN CHILE</b> .....	123
El consumo .....	133
Pobreza y posesiones .....	152
Problemas de género y familias en evolución .....	160
Compañeras de consumo .....	178
Consumo y autoritarismo .....	185

### CAPÍTULO III

<b>VENDIENDO LO FRESCO: <i>MARKETING</i> DE UVA EN ESTADOS UNIDOS</b> .....	189
La campaña del “ <i>snack</i> saludable” de la California	
Table Grape Commission .....	198
<i>Marketing</i> de uva chilena .....	220
Vendiendo sol chileno en invierno .....	240
La diferencia que marca Chile .....	258

### CAPÍTULO IV

#### **BOICOTEO A LA UVA:**

#### **RETOS POR PARTE DEL UNITED FARM WORKERS**

<b>Y DEL CHILE SOLIDARITY MOVEMENT</b> .....	261
El United Farm Workers y el boicot a la uva de los 60 .....	271
El boicot “La ira de las uvas” .....	293
Problemas de fronteras: la respuesta del UFW	
a la uva chilena y a la inmigración mexicana.....	309
Política del boicoteo y el movimiento	
de solidaridad con Chile.....	318
Solidaridad, sanciones por parte de Estados Unidos	
y boicots comerciales.....	331
El boicot de Casa Chile .....	354
Desconexiones y conexiones del boicot .....	363

### CAPÍTULO V

<b>NO SE LO COMPRAN: LUCHAS POR LA DEMOCRACIA EN CHILE</b> .....	369
Voces disidentes: Iglesia, sindicatos, ONG .....	385
El problema con el consumismo .....	402
Actividades organizativas pro democracia	
en el Valle de Aconcagua.....	416

Las mujeres y el sindicato de trabajadores frutícolas de Santa María.....	434
El consumo y las victorias de la democracia.....	446
<b>EPÍLOGO</b> .....	455
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	477
Archivos .....	477
Documentos gubernamentales .....	477
Impresos .....	479
Libros y artículos .....	480



## AGRADECIMIENTOS

Este libro es producto de una larga y extremadamente gratificante relación con Chile, su presente tanto como su pasado. Como ciudadana estadounidense que alcanzó la madurez a fines de los años 80, mi interés en Chile inicialmente surgió de mi deseo de comprender la participación de mi propio país en la violencia de la Guerra Fría en América Latina. Sin embargo, de manera muy rápida se extendió a una profunda apreciación por las complejidades del país y su larga tradición democrática. La primera vez que llegué a Santiago fue en 1991, para trabajar con el sociólogo Gonzalo Falabella en La Casa del Temporero, una ONG de Santa María que estaba organizando a los trabajadores vinícolas. Con posterioridad, mi tesis doctoral y mi primer libro se enfocaron en el género y los movimientos laborales campesinos en Chile durante la reforma agraria. En la medida en que *Se compraron el modelo* es una extensión del primer libro, los dos proyectos están en profunda deuda con los muchos académicos chilenos que trabajaron previamente y junto conmigo, y que con generosidad se ocuparon de mi trabajo. Agradezco en especial a la vigorosa comunidad intelectual chilena que se enfoca en estudios laborales y de género. Muchas gracias a Soledad Zárata, Julio Pinto, Lorena Godoy, Soledad Falabella, Claudio Barrientos, Marcos Fernández, Fernando Purcell, Javier Couso, Consuelo Figueroa, Hillary Hiner, Gonzalo Falabella, Alicia Salomone, Verónica Valdivia, Ximena Valdez, Claudia Mora, Elaine Acosta, Carolina Stefoni, Lucía Stecher, Sol Serrano, Teresa Gatica, Alejandra Brito, Celia Cussen, Silvia Venegas, Mario Garcés, Gonzalo Leiva y Sergio Gómez.

Estoy profundamente agradecida de que la Universidad Alberto Hurtado publique mi libro en castellano y me permita así

compartir mi trabajo con una audiencia más amplia en Chile y América Latina. Un agradecimiento especial a la extremadamente talentosa Ana María Velasco, traductora del original en inglés. Agradezco a Alejandra Stevenson de la Editorial UAH por dirigir la edición de este libro, y a la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UAH por haberme invitado a enseñar partes de él en 2014, en un seminario de posgrado sobre la historia del consumo. Muchas gracias a Soledad Zárate, Marcos Fernández y Daniel Palma por los esfuerzos que realizaron en mi nombre en dicha universidad.

Como este es un proyecto que se basa en gran medida en historias orales y entrevistas, estoy en deuda con muchas personas que compartieron su tiempo, sus perspectivas y sus historias. Agradezco especialmente a Erika Muñoz, Olga Gutiérrez, Selfa Antimán, María Elena Galdámez, María Tapia, Olivia Herrera, Daniel San Martín, al Sindicato Interempresa de Trabajadores Permanentes y Temporeros de Santa María, y a la Confederación Unidad Obrero Campesina. Agradezco también a Ronald Bown y a Constantino Mustakis de la Asociación de Exportadores de Chile por facilitar mis entrevistas con sus colegas.

La oportunidad que tuve de dirigir el Programa de la Universidad de California en la Pontificia Universidad Católica de Chile y en la Universidad de Chile entre 2007 y 2010, fue de enorme beneficio para este proyecto. Muchas gracias a los estudiantes que me empujaron a hacer nuevas preguntas para una generación posterior a la de la Guerra Fría en América Latina. Agradezco en especial a Carmen Gloria Guíñez, cuyo talento administrativo es sin igual, y a Miguel Kaiser, Verónica Pomar, Maricarmen Leyton y Patricia Reyes por su apoyo. Además, estoy muy agradecida de haber podido compartir secciones de este proyecto en la cátedra Norbert Lechner de la Universidad Diego Portales.

*Se compraron el modelo* marca mis esfuerzos como historiadora de América Latina por participar en los debates sobre estudios transnacionales. El libro es producto del enriquecedor ambiente

intelectual de la Universidad de California Irvine, cuyo Departamento de Historia hoy desempeña un papel preponderante en la transformación de la historia mundial en un campo de investigaciones y de docencia de gran dinamismo, y en cuyo Departamento de Estudios de Género y Sexualidad se originan inspiradores debates sobre el feminismo y la globalización. Agradezco especialmente a Ken Pomeranz, Laura Kang, Steven Topik, Rachel O'Toole, Jeff Wasserstrom, Emily Rosenberg, Robin Wiegman, Jaime Rodríguez y Vicki Ruiz. Este libro también surge directamente de colaboraciones académicas con otras mujeres. El trabajo que realicé con Sandhya Shukla en la *Radical History Review* y el libro que coeditamos, *Imagining Our Americas*, han proporcionado el marco para examinar en conjunto la historia de Chile y la de Estados Unidos, empujándome a ser más interdisciplinaria y a trabajar atravesando los límites de los campos de estudios académicos U.S. Studies y Latin American Studies. Ulrike Strasser y yo dictamos la primera clase magistral sobre el género y la historia mundial, además de haber sido coautoras de varios artículos sobre la masculinidad y las narrativas globales. Strasser me llevó a ver la importancia de estudiar la desconexión tanto como la conexión dentro del contexto transnacional, además de compartir mi compromiso de colocar la economía política en un papel más protagónico dentro del análisis feminista. Si bien el trabajo colaborativo es objeto de palabras más que de reconocimiento en muchas de las disciplinas humanísticas, este libro no existiría si no hubiera sido por la estimulante oportunidad de pensar, escribir y publicar con otras personas.

*Se compraron el modelo* fue posible gracias a los fondos de Fulbright-Hays, National Endowment for the Humanities, American Council of Learned Societies, Social Science Research Council, además del Pacific Rim Research Program, el Institute for Research on Labor and Education y el Humanities Research Institute, todos de la Universidad de California. Agradezco a Jordan Stanton y a Nicole Sanders por su valioso trabajo como ayudantes de investiga-

ción y a mis numerosos colegas estadounidenses que comentaron el manuscrito o que me invitaron a presentar mi trabajo en sus instituciones: Elizabeth Hutchison, Tom Klubock, Florencia Mallon, Steve Stern, Barbara Weinstein, Temma Kaplan, Karin Roseblatt, Ericka Verba, Margaret Power, Peter Winn, Joel Stillerman, Ángela Vergara, Verónica Cortínez, Chuck Walker, Julie Greene, Marian Schlotterbeck, Jolie Olcott y Greg Grandin.

Finalmente, agradezco a mi familia por su inquebrantable amor y apoyo. Erik Kongshaug, siempre mi lector más ávido, editó el manuscrito y me tranquilizó en los momentos arduos. Nuestros hijos, Arlo y Noel, acogieron animosamente su temprana educación en Chile y casi siempre me hicieron recordar qué es lo más importante. Dedico este libro a mis padres. Aunque falleció antes de que lo terminara, mi padre lo hubiera valorado. Como exitoso empresario, siempre estuvo notablemente interesado en mis críticas al capitalismo. Su compromiso con la creación de comunidades cívicas fuertes me enseñó mucho de lo que sé sobre la democracia. Mi madre me hizo conocer el feminismo, y a través de su activismo y de su servicio público continúa siendo un modelo de lo mucho que la mujer puede cambiar el mundo.

## INTRODUCCIÓN





Mapa 1. Chile: Provincias y ciudades del Valle Central.

Cuando llegó el siglo XXI, el consumidor estadounidense daba por descontado que podía adquirir una gran variedad de frutas y verduras frescas durante todo el año. La sección de estos productos pasó a ocupar un lugar central y a ser la más rentable en los supermercados, donde se ofrecía un sinnúmero de delicias desconocidas en Estados Unidos antes de la década de 1960. Ya fuera en Nueva York o en Iowa, los compradores presupuestaban que encontrarían kiwis, mangos, endivias y radicheta tanto en julio como en enero. La abundancia de frutas y verduras se expandió rápidamente con posterioridad a 1970, impulsada por un interés creciente en los alimentos frescos e integrales como alternativas a una dieta nacional que según los críticos estaba saturada de grasas y azúcares. Asimismo, se vio impulsada por el reingreso masivo de la mujer a la fuerza laboral y por el hecho de que la industria de la publicidad se enfocara en la supuesta aspiración de ella a la comodidad y la autonomía. En los mismos años en que aumentaba la obesidad en Estados Unidos –apodado el país de la comida chatarra por su amor a las hamburguesas y las papas fritas– se produjo una obsesión con los alimentos sanos, y los estadounidenses comenzaron a comer más arándanos y brócoli, y a preocuparse más de las vitaminas y las toxinas<sup>1</sup>. Los llamamientos a consumir alimentos producidos a nivel local y casero aumentaron de la mano con el tamaño de los supermercados, que vendían cada vez más alimentos producidos en lugares lejanos.

La uva desempeñó un papel de especial importancia en el cambio de los gustos en comidas. Las naranjas, las manzanas y los plátanos habían estado disponibles durante todo el año por gran parte

---

<sup>1</sup> Schlosser, *Fast Food Nation*; Fromartz, *Organic, Inc.*

del siglo XX<sup>2</sup>. Sin embargo, a partir de 1970, el aumento del gusto por la uva en Estados Unidos fue mayor que por cualquier otra fruta<sup>3</sup>. Además, la uva llegó a adquirir notoriedad política. Sucesivos boicots a esta fruta por parte de los consumidores, liderados por César Chávez y el sindicato United Farm Workers (UFW), tuvieron por objetivo mejorar el nivel de vida de los trabajadores agrícolas de California, la mayoría de ellos de origen mexicano o inmigrantes. A pesar de que el UFW obtuvo muchas victorias, conseguir que la gente dejara de comer uva por períodos largos de tiempo, no fue una de ellas. Para el año 2000, en Estados Unidos se consumía tres veces más uva que treinta años antes<sup>4</sup>. La uva había dejado de ser un producto de lujo destinado solamente a ocasiones especiales o al verano, para convertirse en un *snack* natural que se podía consumir todos los días, en cualquier momento del año.

Desde que el presidente socialista Salvador Allende fuera violentamente derrocado por el golpe militar del 11 de septiembre de 1973, casi toda la uva que se consume en Estados Unidos entre enero y abril, proviene de Chile. Entre principios de 1970, cuando los militares tomaron el poder, y fines de la década de 1980, cuando se restauró el gobierno civil, las exportaciones de uva chilena a Estados Unidos se dispararon de 15.000 a más de 350.000 toneladas<sup>5</sup>. Para el siglo XXI, Chile exportaba más de 500.000 toneladas de uva a todo el mundo<sup>6</sup>. El auge de las exportaciones frutícolas se desató

---

<sup>2</sup> Pollan, *The Botany of Desire*; Sackman, *Orange Empire*; Soluri, *Banana Cultures*.

<sup>3</sup> Según cifras del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, el consumo de uva per cápita casi se cuadruplicó entre 1971 y 1990, elevándose de 1,7 libras [0,77 kg] a 7,6 libras [3,44 kg]. Para 2005, el consumo de uva per cápita era de 8,6 libras [3,9 kg]. El consumo de plátanos per cápita era numéricamente más alto, elevándose de 19,3 libras [8,76 kg] en 1976 a 24,4 libras [11,06 kg] en 1990 y a 25,2 libras [11,43 kg] en 2005. Pero, comparativamente, la tasa de crecimiento en el consumo de plátanos fue inferior a la de la uva. Alston et al., *The California Table Grape Commission's Promotion Program*, 11; Susan Pollack and Agnes Perez, *Fruit and Tree Nuts: Situation and Outlook; Yearbook 2008*, informe del Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, octubre 2008.

<sup>4</sup> Alston, et al., *The California Table Grape Commission's Promotion Program*, 11.

<sup>5</sup> CEPAL, *La cadena de distribución y la competitividad de las exportaciones latinoamericanas*, 60.

<sup>6</sup> Según la Asociación de Exportadores de Chile, el país exportó 506.188 toneladas métricas de uva de mesa durante la cosecha de 1997-98. Asociación de Exportadores de Chile, *Catálogo de la Industria Frutícola Chilena* (Santiago: Asociación de Fruta Chilena), 43.



Mapa 2. California: valles agrícolas.

a raíz de la radical privatización de la economía chilena llevada a cabo durante los diecisiete años de la dictadura militar del general Augusto Pinochet. Entre 1973 y 1990, Chile se transformó en el primer ejemplo mundial de reestructuración neoliberal, modelo que en las décadas siguientes otras economías en desarrollo adoptaron, o fueron obligadas a adoptar<sup>7</sup>. A principios de los años 80, en los

<sup>7</sup> En otras partes del mundo, fuera de Chile y con anterioridad a Pinochet, existían zonas de libre comercio, especialmente en Puerto Rico, México, Colombia y partes de Asia. Pero Chile fue el primer país en reorganizar toda una economía nacional y sus principales instituciones políticas y sociales, en torno a los principios neoliberales de mercados privatizados, el monetarismo fiscal y el privilegio del comercio internacional. Winn, *Victims of the Chilean Miracle?*

círculos empresariales internacionales se aclamó a Chile como un milagro económico, y se celebró a la industria de exportaciones frutícolas como un claro ejemplo del éxito del régimen. Sin embargo, la maravilla de las exportaciones también tuvo como fundamento una intensa represión y explotación: persecución de las organizaciones sindicales, horribles abusos de los derechos humanos y el empleo masivo de trabajadores con salarios bajos, entre quienes había un número de mujeres sin precedentes. En la década de 1980, obreras que ganaban menos de US\$ 1,50 al día constituían casi la mitad de la fuerza laboral vitícola y el 90 por ciento de la fuerza laboral de las plantas de embalaje. Un claro testimonio de los límites que tienen los milagros fue el alarmante aumento de la desnutrición, de los hogares encabezados por mujeres y de la pobreza<sup>8</sup>.

El espectro de la abundancia en Estados Unidos y el sufrimiento en Chile invoca un escenario familiar. El creciente apetito por la uva de los estadounidenses literalmente se alimentó de los frutos de un coercitivo régimen latinoamericano. Al igual que con productos alimentarios que la precedieron —el azúcar, el café, los plátanos, el chocolate— la circulación de la uva chilena en los supermercados estadounidenses fue impulsada por los salarios miserables y la violencia sistémica que existían al sur de la frontera<sup>9</sup>. Para 2001, las condiciones laborales que habían prevalecido durante la dictadura de Pinochet eran los tropos usualmente empleados para representar los peligros de la globalización: extrema pobreza, violaciones a los derechos humanos y empleo masivo de mujeres. Los activistas laborales a nivel mundial denunciaron

---

<sup>8</sup> Walter L. Goldfrank, “Fresh Demand: The Consumption of Chilean Produce in the United States”, en *Commodity Chains and Global Capitalism*, editado por Gary Gereffi y Miguel Koreniewicz, (Westport, Conn.: Greenwood Press, 1994); Goldfrank, “Harvesting Counterrevolution: Agricultural Exports in Pinochet’s Chile”, en *Revolution in the World System*, editado por Terry Boswell. New York: Greenwood Press, 1989.

<sup>9</sup> Por ejemplo: Chomsky, *West Indian Workers and the United Fruit Company in Costa Rica*; Jiménez, “From Plantation to Cup”; Le Grand, “Living in Macondo”; Minz, *Sweetness and Power*; Roseberry, et al. *Coffee, Society and Power*; Soluri, *Banana Cultures*; Topik, “Coffee”; Topik and Wells, “Coffee Anyone?”.

los talleres explotadores de Haití, Guatemala, India y China, que producían zapatillas y computadoras para satisfacer los deseos del primer mundo.

Pero fue durante la Guerra Fría cuando la cuestión del consumo en Estados Unidos y su relación con el tercer mundo se enrareció más. En los cuarenta años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos celebró su abundancia para el consumidor como el sello distintivo de la primacía moral del capitalismo por sobre el socialismo. En 1959, el Vicepresidente de Estados Unidos, Richard Nixon, alardeó ante al Primer Ministro soviético, Nikita Kruschev, que la cocina típica de una casa de un barrio residencial estadounidense –equipada con sus electrodomésticos de tecnología de punta y productos alimentarios modernos– ejemplificaba la libertad de Estados Unidos<sup>10</sup>. La insistencia de Nixon en que este espacio doméstico y femenino simbolizaba la extraordinaria capacidad de su país, invocaba la superioridad de la familia nuclear estadounidense, en la que el hombre trabajaba en alguna industria tecnológica avanzada fabricando bienes de consumo que a la vez empoderaban y protegían a la mujer como ama de casa moderna. Durante la pugna de los próximos treinta años entre los súper poderes, Estados Unidos repetidamente sostendría que el capitalismo liberal aseguraba la privacidad y la integridad espiritual de la familia en comparación con el totalitarismo socialista<sup>11</sup>. Otros países, si llegaran a tener la libertad de hacerlo, naturalmente optarían por el modelo estadounidense.

---

<sup>10</sup> Este intercambio tuvo lugar en la Unión Soviética durante la inauguración de una exposición sobre la cultura estadounidense y pasó a llamarse “el debate de la cocina”. En la exposición se exhibía un modelo del interior de una cocina equipada con refrigerador, lavavajilla y batidora eléctrica, además de productos alimentarios modernos, como comidas congeladas listas para servir y jugo de naranja congelado. Los historiadores por mucho tiempo han hecho hincapié en que esta exposición celebraba la tecnología de los electrodomésticos y de las comidas procesadas en Estados Unidos. Sin embargo, en la cocina también se mostraba un bol grande con fruta, testimonio de la abundancia de la agricultura del país. Richard Nixon, “The ‘Kitchen Debate’ (July 24, 1959)”, en *Richard Nixon: Speeches, Writings, Documents*, editado por Rick Perlstein (Princeton: Princeton University Press, 2008).

<sup>11</sup> Moeller, *Protecting Motherhood*; Oldenziel and Zachmann, *Cold War Kitchen*; Tyler May, *Homeward Bound*.

América Latina fue uno de los focos principales de las campañas llevadas a cabo por Estados Unidos con el fin de promover el capitalismo y la democracia como alternativas al comunismo. Este país invirtió miles de millones de dólares en proyectos de desarrollo que prometían acercar el estilo de vida latinoamericano al de sus vecinos del norte. Chile ocupó un lugar privilegiado en estos esfuerzos, recibiendo proporcionalmente más ayuda que cualquier otro país durante la década de 1960. Pero en 1970, los chilenos eligieron a un presidente marxista –Salvador Allende– que estaba comprometido con la construcción del socialismo a través de una vía constitucional. En 1973, la democracia chilena fue destruída por las mismas fuerzas militares que habían jurado defenderla, apoyadas por Estados Unidos. Otros países de la región siguieron un camino similar, y para 1976, en dieciséis países latinoamericanos gobernaban las fuerzas armadas<sup>12</sup>. A medida que la uva chilena y otros productos provenientes de América Latina comenzaron a aparecer con mayor frecuencia en los supermercados de Estados Unidos, nuevamente surgió la impresión de que la abundancia para el consumidor de esta nación no se basaba en compartir el Sueño Americano sino en explotar a sus vecinos latinoamericanos.

Pero los chilenos también eran consumidores. Durante el régimen de Pinochet, los mercados se abrieron a un torrente de artículos importados como prendas de vestir, alimentos, cosméticos, muebles, electrodomésticos y automóviles, provenientes de Asia y del resto de América. Los chilenos de clase alta y media compraban en nuevos centros comerciales que vendían zapatillas Nike, *walkmans* Sony y whisky Johnnie Walker. Quienes apoyaban el régimen militar alardeaban que los chilenos tenían un estilo de vida

---

<sup>12</sup> En 1976 había gobiernos militares o gobiernos civiles autoritarios dominados por los militares en Chile, Uruguay, Argentina, Paraguay, Bolivia, Brasil, Perú, Ecuador, Honduras, El Salvador, Panamá, Guatemala, Nicaragua, Haití y la República Dominicana. Los gobiernos de Colombia y Venezuela dependían más del poder militar que del constitucional. México y Cuba eran países unipartidistas con diversos niveles de autoritarismo.

estadounidense. Un simpatizante particularmente entusiasta, el economista Joaquín Lavín, se refirió a estos cambios en los consumidores como la “revolución silenciosa”, que había integrado plenamente a Chile a la modernidad global, celebrando el hecho de que los chilenos se vistieran con la última moda internacional en zapatillas de cuero y camisetas, y de que era probable que adquirieran televisores, refrigeradores, hornos de microondas y hasta automóviles. Según se jactaba Lavín, al llegar a los quince años, el adolescente chileno promedio había pasado diez mil horas frente al televisor, “recogiendo información y adquiriendo importantes habilidades didácticas”<sup>13</sup>.

Los chilenos de menos recursos también adquirían bienes de los que nunca antes habían podido disponer. A pesar de sus bajos salarios, muchos hombres y mujeres que trabajaban cosechando uva de exportación pasaron a ser los orgullosos propietarios de televisores, así como también de cocinas a gas, radiocaseteras, juegos de comedor, bicicletas y máquinas de lavar ropa, adquiriendo muchos de estos artículos a través de créditos y, por ende, de una deuda debilitadora. Algunas veces, el objetivo de ser dueño de aparatos modernos era de mayor prioridad que adquirir alimentos adecuados. No obstante, la mayor parte de los trabajadores frutícolas consideraba estas compras como algo positivo, una mejora. Las mujeres se sentían especialmente orgullosas de equipar sus casas con nuevas comodidades —una plancha eléctrica, una batidora, una cocina— al igual que de comprarse de vez en cuando un lápiz labial o un par de *jeans*. El salario de los hombres se destinaba más bien al arriendo o a la compra de alimentos, los que cada vez abundaban más en los supermercados locales. Ellos también gastaban su dinero en bares y partidos de fútbol, aunque se preocupaban de lo que hacían las mujeres con sus propios ingresos cuando no tenían al lado a un familiar del sexo masculino. Es decir, el nuevo consumo generado por la economía basada en las exportaciones

---

<sup>13</sup> Lavín, *La revolución silenciosa*, 90 [Nota de la traductora: la cita es traducción del inglés].

frutícolas nunca tuvo lugar exclusivamente en el hemisferio norte o en los barrios de altos recursos de Chile.

*Se compraron el modelo* es una historia de la relación entre la industria chilena de las exportaciones frutícolas y el creciente gusto por la uva en Estados Unidos. El libro sigue el surgimiento del sector comercial de la uva en Chile desde comienzos del siglo XX y las importantes colaboraciones entre los gobiernos de California y de Chile en el desarrollo de las exportaciones de fruta mucho antes de que Pinochet tomara el poder y el neoliberalismo se pusiera de moda. Además, examina las campañas –a menudo paralelas y coordinadas– emprendidas por empresarios tanto californianos como chilenos con posterioridad a 1960 para promover la uva como alimento saludable dentro de Estados Unidos. Los estadounidenses no empezaron a consumir más uva simplemente porque estaba a su alcance. Fue preciso estimular el gusto y desarrollar una pasión por los alimentos teóricamente frescos, labor en la que participaron empresarios de los dos lados del ecuador. Los exportadores frutícolas chilenos fueron especialmente activos dentro de Estados Unidos, creando deseos en el consumidor y prestándoles especial atención a las mujeres como compradoras, ya que pensaban que a ellas les interesaban la comodidad y los alimentos bajos en calorías. Las estrategias de *marketing* empleadas por californianos y chilenos intencionalmente se ajustaron a las tendencias culturales estadounidenses que cuestionaban de manera radical el valor de los alimentos procesados, forjando alianzas simbólicas con los movimientos de la contracultura que llamaban a “volver al huerto”, así como con las críticas formuladas por la nueva izquierda al sector lácteo y a la industria de la carne.

*Se compraron el modelo* también examina los deseos y las consecuencias en cuanto al consumo por parte de los obreros frutícolas chilenos. La rápida expansión que experimentó la industria de la fruta con posterioridad a 1973, hizo que una gran variedad de bienes supuestamente modernos y urbanos llegaran a comunidades que la mayoría de los chilenos consideraba rurales, tradicio-

nales y campesinas. El estilo de vida rural no desapareció, pero sí sufrió una profunda transformación. Las decisiones sobre *qué* cosas comprar y *quién* tenía el derecho a comprarlas, se transformaron en negociaciones diarias entre hombres y mujeres. La mayor parte de las obreras frutícolas insistía en mantener control sobre por lo menos parte de sus ingresos, y regularmente criticaba a los hombres porque ellos no contribuían lo suficiente al presupuesto familiar. Los hombres solían apreciar el poder adquisitivo de la mujer y valoraban las cocinas y los televisores adquiridos con su salario. Pero un gran número de varones –y de mujeres– lamentaban amargamente que el hombre hubiera dejado de ser el sostén de la familia de la forma en que lo había sido hasta hacía poco.

Durante los años 60 y principios de los 70, los gobiernos democráticos de Chile, incluso el de Allende, emprendieron importantes proyectos de reforma agraria que expropiaron casi la mitad de las tierras agrícolas del país y distribuyeron grandes cantidades de tierra y de puestos de trabajo a los campesinos que eran jefes de hogar. La reforma agraria en efecto abolió tanto el sistema de latifundios –que tenía siglos de antigüedad– como los arreglos laborales de peonaje, y los reemplazó por sistemas mixtos de predios administrados por el Estado, cooperativas y fundos privados. Los salarios de los obreros del agro se triplicaron, o más, entre 1964 y 1973. Los programas del Estado alentaron a los campesinos a considerarse “sus propios patrones”, el sostén de sus familias y los productores del país, mientras que urgían a las campesinas a transformarse en amas de casa modernas que financiaban la educación de sus hijos y servían como voluntarias al desarrollo comunitario. Todo esto cambió con el golpe de 1973. Los predios administrados por el gobierno fueron desmantelados. Los pequeños agricultores se vieron obligados a vender sus tierras por falta de créditos y de acceso a tecnología. Las estrictas políticas monetarias que adoptaron los militares y la represión de los sindicatos hicieron que los salarios se desplomaran a menos de la mitad de lo que habían sido en 1972. A medida que se expandió la indus-

tria de la fruta, las oportunidades laborales de los hombres de la región agrícola más importante de Chile, el Valle Central, se limitaron cada vez más a la calidad de temporeros, con lo que el empleo estacional de la mujer en las plantas de embalaje pasó a ser más crucial para la supervivencia de las familias. Paradójicamente, la mayor vulnerabilidad de la vida diaria le dio a la mujer mayor poder de negociación en sus relaciones con el hombre, lo que supuso cambios en el modo en que los habitantes de las zonas rurales entendían su trabajo y su familia.

*Se compraron el modelo* se enfoca especialmente en la forma en que el consumo opera como terreno de luchas políticas. El consumo en sí no es inherentemente bueno ni malo. Es una relación social entre individuos, mediada por bienes que han sido fabricados, y dotada de significado por los propios individuos. En Chile, las negociaciones de género entre hombres y mujeres sobre quién tenía derecho a comprar qué, siempre fueron políticas –negociaciones sobre el poder y la autoridad dentro de familias y comunidades, entre personas y generaciones–. Algunas veces las negociaciones se conectaban con las luchas contra el régimen militar o con las condiciones en las plantas de embalaje, pero con frecuencia este no era el caso. En las decisiones diarias sobre quién debía comprar qué, y lo que esto significaba, en general no se decía nada explícito sobre Pinochet ni el neoliberalismo, ya fuera en favor o en contra. Sin embargo, esto no significa que semejantes actos fueran *no* políticos. La creciente necesidad que experimentaban las familias de contar con el salario de las mujeres, junto con la determinación de ellas de decidir la forma en que ese dinero se iba a gastar, eran signo de la erosión del control del hombre sobre la mujer, tanto dentro como fuera de la familia. La adquisición de regalos consistentes en ropa o cosméticos pasó a tener importancia para la solidaridad entre las mujeres, especialmente las compañeras de trabajo. La adquisición de un televisor o de una cocina de segunda mano podía ayudar a que una mujer consiguiera mayor cooperación de parte de su esposo– o por lo menos una concesión a regañadientes. Pocas mujeres

consideraban que estos cambios eran liberadores, dado que estaban relacionados con una pobreza y una represión intensificadas. No obstante, las nuevas prácticas de consumo representaban una redistribución del poder y constituían una política del diario vivir que tanto hombres como mujeres experimentaban de las maneras más inmediatas y personales.

Pero el consumo también operaba como un terreno politizado en las pugnas relacionadas con el gobierno militar. Los participantes en los contundentes movimientos a favor de la democracia que surgieron en la década de 1980 para desafiar a Pinochet, constantemente hablaban del consumo, por lo general en términos negativos. Los críticos del régimen lamentaban la forma en que el neoliberalismo y la cultura del consumo habían destruido la cultura chilena tradicional o anestesiado al pueblo en relación a la acción política. A los activistas les preocupaba que el consumismo fuera un problema que afectara en particular a la mujer, quien supuestamente pasaba más tiempo yendo de compras y mirando televisión. De hecho, los militares legitimaban su poder afirmando que habían hecho llegar a las familias una cantidad de bienes de consumo sin precedentes, y que habían beneficiado a la mujer de manera especial. Los defensores de la democracia respondían que la dictadura neoliberal había hecho de Chile una sociedad profundamente injusta. Además, afirmaban que solo una minoría de los chilenos se había beneficiado del auge del consumo, mientras que a la mayoría le faltaban las cosas que realmente necesitaba o bien había sido inducida a desear bienes que no eran imprescindibles.

Muchas de las actividades realizadas por los defensores de la democracia, así como los argumentos que empleaban, giraban en torno al concepto del consumo inadecuado, es decir, la noción de que no había suficientes bienes para todos o de que algunas formas de consumo entrañaran una bancarrota moral. De cualquier modo, la culpa residía en la falta de democracia en Chile. La Iglesia católica, uno de los primeros críticos de los atropellos a los

derechos humanos cometidos por los militares, alzó su voz cada vez más contra los flagelos de la pobreza y la desigualdad social que revestían el capitalismo no regulado y la represión política. Así, exigió sindicatos más fuertes para defender los salarios y la dignidad de los trabajadores, y también patrocinó ollas comunes y cooperativas de consumidores a nivel comunitario para alimentar a la población y reconstruir la comunidad. El movimiento sindical chileno, objeto de una brutal represión luego del golpe de 1973, resurgió en los años 80 y se unió a nuevos movimientos sociales de desempleados, residentes de barrios marginales, feministas y estudiantes. De manera colectiva, el movimiento pro democracia vinculaba la dictadura con la profunda falta de necesidades básicas, tales como alimentos y vivienda. El lema “¡Pan, techo y libertad!” se transformó en la consigna contra Pinochet en las masivas protestas que sacudieron las calles de Santiago durante casi diez años. Incluso los grupos de derechos humanos, que galvanizaron con éxito las críticas internacionales a la tortura y a los fusilamientos clandestinos, expandieron su misión para incluir el derecho humano a un medio de subsistencia justo<sup>14</sup>. El hecho de que Pinochet se viera obligado a dejar el poder en 1990, obedeció en parte a que su postulado de haber creado abundancia para el consumidor hubiera sido tan desafiado por las críticas de los sectores pro democracia.

El consumo también era terreno de lucha en Estados Unidos. La agroindustria de California se empeñó en convencer a los estadounidenses de que alimentos como la uva eran superiores estética y nutricionalmente a los productos congelados y enlatados. La propuesta era que, a diferencia de los llamados alimentos industriales, las frutas y las verduras frescas provenían de la Madre Naturaleza, y la uva llegaba recién cosechada de las parras. De manera algo diferente, las empresas chilenas exportadoras de fruta se empeñaron en que su uva fuera aceptada en los mercados de Estados Unidos

---

<sup>14</sup> Hutchison y Orellana, *El movimiento de derechos humanos en Chile*.

como tecnológicamente avanzada, producida por la ultramoderna industria frutícola chilena y tan aséptica que no era necesario considerar que provenía del tercer mundo. El *marketing* realizado tanto por Chile como por California hacía hincapié en que la uva era saludable, aprovechando las abundantes críticas al procesamiento comercial de los alimentos que circulaban en Estados Unidos en los años 70. Los vegetarianos, los *hippies*, los radicales urbanos, los residentes de las comunas y otros grupos que formaban parte de la contra cultura, equiparaban los alimentos envasados con lo falso y hasta lo plástico. Los defensores de los derechos del consumidor, como la organización Public Citizen de Ralph Nader, sostenían que la falta de reglamentación de la industria alimentaria tenía por consecuencia que el consumo de muchos productos lácteos y cárnicos fuera peligroso. Incluso el Departamento de Agricultura de Estados Unidos advirtió que el consumo de un exceso de grasa, azúcar o sal incidía en el aumento de las enfermedades cardíacas y los derrames cerebrales<sup>15</sup>.

La agroindustria chilena y la californiana respondieron a estas inquietudes sosteniendo que la uva era fresca y producida sin aditivos ni intervención industrial. La publicidad de la uva se enfocó especialmente en la mujer, quien hacía la mayor parte de las compras de la familia y supuestamente era la más interesada en la salud y la dieta. Para la década de 1980, los comerciales de los supermercados se enfocaban en la “mujer que trabaja hoy”, la cual quería la comodidad de un *snack* rápido tanto como una figura espijada. Las imágenes de la uva como un alimento que hacía *sexy* a la mujer se transformaron en mensajes feministas de que la uva era para la mujer independiente. La comercialización de la uva también se dirigía al hombre moderno, quien aceptaba la carrera de su esposa y deseaba hijos inteligentes y afectuosos. La uva era buena para la salud, y esto porque era fresca, llevada directamente al consumidor

---

<sup>15</sup> Belasco, *Appetite for Change*; Levenstein, *Paradox of Plenty*; Levenstein, *Revolution at the Table*.

como un alimento no procesado y cultivada bajo las mayores condiciones de pureza.

Los hombres y las mujeres que laboraban en las viñas de California pensaban de manera diferente. Bajo el liderazgo de César Chávez, el UFW instigó una serie de boicots contra la uva por parte del consumidor, desde fines de los años 60 hasta fines de los 80. El sindicato sostenía que la uva no era buena para nadie, y que tampoco era un regalo de la naturaleza que careciera de intermediarios. Por el contrario, la uva estaba envenenada con pesticidas y era producida con la sangre y el sudor de los obreros agrícolas, cuya gran mayoría era mexicanoamericana o inmigrantes provenientes de México. El UFW estaba fuertemente influenciado por las luchas de los derechos civiles dadas por los afroamericanos, como también por las actividades organizativas para combatir la pobreza llevadas a cabo por cristianos progresistas y la nueva izquierda. Los boicots del UFW ligaban de manera explícita la justicia social para los trabajadores mexicanoamericanos con el interés personal y la moralidad del consumidor estadounidense, cuya mayoría era de raza blanca. Los activistas aducían que si la uva era tóxica para el obrero del agro en California, también lo era para las familias de todo el país. Solamente a través de sindicatos fuertes que abogaran por condiciones laborales justas, se lograría que la uva se pudiera consumir sin peligro.

La conexión entre la justicia social y el consumo en Estados Unidos también fue planteada por los activistas que protestaban la dictadura militar chilena dentro de este país. Con posterioridad al derrocamiento de Allende en 1973, surgió un movimiento informal de solidaridad con Chile a partir de una alianza entre izquierdistas, académicos, instituciones religiosas, sindicatos y refugiados chilenos. “¡Boicot a Chile!” pasó a ser la consigna de las demostraciones de protesta, los conciertos musicales y el *lobby* político que tenían por objetivo sensibilizar a la población sobre Chile y alterar la política exterior estadounidense. Los activistas urgían a los consumidores a abstenerse de adquirir productos importados de Chile,

especialmente uva, pero también vino, madera y pescado. Asimismo, abogaban por un amplio embargo comercial contra Chile por parte de Estados Unidos hasta que el régimen militar dejara de violar los derechos humanos y aceptara un regreso a la democracia. El movimiento de solidaridad con Chile se construyó teniendo como base la fuerte condena al imperialismo estadounidense que había impulsado las protestas en contra de la Guerra de Vietnam, pero el movimiento la aplicó a América Latina, donde Estados Unidos tenía una historia mucho más larga de intervención militar. Los activistas denunciaron el gobierno de Nixon por llevar al poder a Pinochet y por tolerar las atrocidades del régimen. Luego de que Reagan fuera elegido presidente en 1980, el apoyo del gobierno de Estados Unidos a los esfuerzos militares por erradicar el marxismo en Centroamérica se hizo abierto. El movimiento de solidaridad con Chile se convirtió en el modelo de protestas más amplias contra la política estadounidense en Nicaragua, El Salvador y Guatemala<sup>16</sup>. Los boicots al café y a las prendas de vestir provenientes de Centroamérica imitaron las campañas del “¡Boicot a Chile!”, urgiendo a los consumidores a tener conciencia de que sus decisiones personales estaban ligadas al destino de los latinoamericanos. El concepto del comercio ético, que pasó a ser el foco del activismo contra la globalización en el siglo XXI, surgió con fuerza en los movimientos de solidaridad con Chile y América Central que tenían su base en Estados Unidos. Numerosos habitantes de esta nación respondieron a los llamamientos a concientizarse sobre el origen de sus alimentos y a ser más activos a su respecto. No obstante, consumían más uva –importada y nacional– que nunca antes (ver figuras 1 y 2).

---

<sup>16</sup> Gosse, *Where the Boys Are*; Green, *We Cannot Remain Silent*; Lekus, “Queer Harvests”.

CONSUMO ANUAL DE UVA PER CÁPITA EN EE.UU. 1950-1992

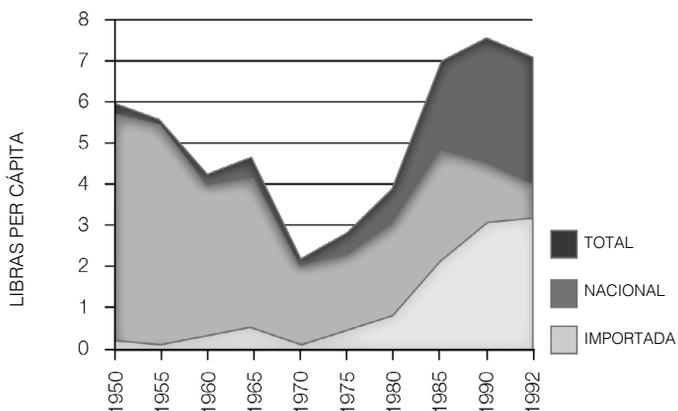
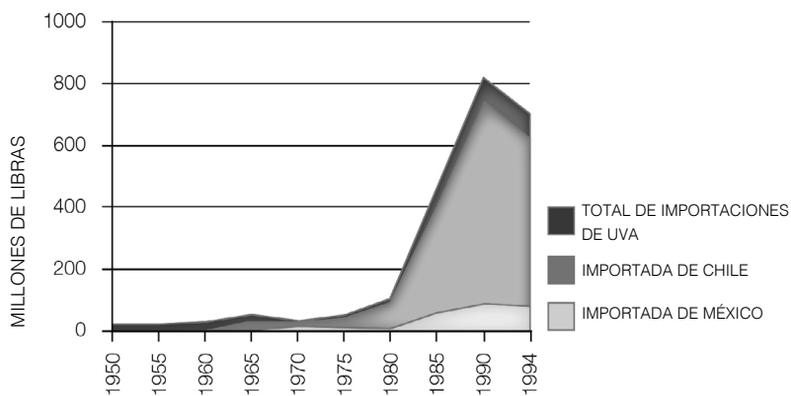


Figura 1. Consumo de uva per cápita por año en los Estados Unidos, 1950-1992. Compilación de la autora basada en Alston et al., *The California Table Grape Commission's Promotion Program*, 11-2.

ORIGEN DE LA UVA IMPORTADA POR EE.UU. 1950-1992



Fuente: USDA, Giannini Foundation

Figura 2. Origen de importaciones de uva en los Estados Unidos (libras). Compilación de la autora basada en Alston et al., *The California Table Grape Commission's Promotion Program*, 11-2.