

XIV Seminario Argentino Chileno de Ciencias Sociales, Humanidades y Relaciones Internacionales  
“Pactos constitucionales y democracias. Deudas y quehaceres a propósito del 50 aniversario del golpe cívico-militar en Chile y 40 años de la recuperación en Argentina”

18, 19 y 20 de octubre de 2023 – Mendoza, Argentina.  
CETyLA – MEL, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo

Mesa de trabajo 2. Literatura, cultura y mentalidades

**Apropiación cultural de (futuras) denominaciones de origen europeas en Chile: una aproximación desde el diseño de etiquetas en la industria de alcoholes, 1880-1935.**

Cofré Silva, Carolina  
Universidad San Sebastián  
karolina.kofre@gmail.com

Dentro la industria vitivinícola chilena que se desarrollaba entre finales del siglo XIX y principios del XX se puede observar un debate entre la europeización y el creciente nacionalismo, disputa que se reflejaba en diversos aspectos de la sociedad chilena y que también se vio materializado en el diseño de etiquetas de vinos y destilados. Estos documentos, pertenecientes a la categoría de ephemera, además de comunicar información a los consumidores y persuadirlos, reflejan también el imaginario de la sociedad en que se inscriben; las ideas y valores promovidos en la época. Por lo anterior, en este trabajo se analizarán los signos que componen las etiquetas de vinos y destilados con nombres de famosas bebidas europeas elaborados en Chile entre 1880 y 1935, periodo de auge del diseño y desarrollo de marcas, en que también se fue desarrollando lo que se conoce actualmente como denominaciones de origen (D.O.). Para esto, se toman como marco las teorías de Transferencia Cultural de Michael Espagne y Michael Werner (2014) y de Apropiación Cultural de Bernardo Subercaseaux (1988) y la propuesta de análisis semiótico de Roland Barthes (2011), entre otros.

Con este trabajo se propone reflexionar cómo al estar insertos dentro de una economía global se va dando preferencia a productos que van ganando prestigio y reconocimiento, muchas veces otorgando protagonismo a productos extranjeros y/o pasando a olvidar a los productos típicos o tradicionales.

Asimismo, se busca contribuir a preservar las etiquetas como patrimonio y documento histórico.