vinetur

Nació en una casa de piedra inacabada y hoy recupera el vino que Entre Ríos tuvo prohibido 60 años

Luz Oradini convirtió su hogar familiar en una bodega que busca devolver la tradición vitivinícola a la provincia argentina.

miércoles 18 de noviembre de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Luz Oradini transforma el legado de su abuelo italiano en un proyecto vitivinícola centrado en la identidad territorial.

Luz Oradini abrió las puertas de la casa familiar de Colonia San José para convertirla en Bodega Casona de Piedra. Junto a su esposo, Joaquín Acevedo, apuesta a que el Tannat sea el emblema de una provincia que perdió su vino en 1934 y hoy lo está recuperando.

Cuando le preguntan qué le diría a Marino Ludovico Oradini si pudiera probar hoy el vino que lleva el nombre del barco en el que llegó desde Italia, Luz no duda: “Que todo valió la pena”. En los años sesenta, aquel inmigrante de Val di Ledro compró en San José una construcción de piedra a medio terminar y dos hectáreas de campo. Ahí nació Luz, y ahí funciona hoy Casona de Piedra, una de las bodegas que forman parte del regreso del vino entrerriano después de que la Ley 12.137 concentrara la elaboración en Cuyo y dejara a la provincia sin vino durante seis décadas. “Muchas personas se van emocionadas y nos dicen que se sintieron como en su propia casa”, cuenta. “Y eso tiene algo muy particular para mí, porque es el lugar donde nací”.

Tu familia llegó a una construcción de piedra que no estaba terminada. ¿Sentís que la bodega es, de algún modo, la forma de terminarla?

Creo que el legado va mucho más allá de la casa en sí. Siento que, de alguna manera, estamos reconstruyendo una parte de la historia vitivinícola de Entre Ríos. Y no somos los únicos: también lo están haciendo cada uno de los bodegueros que hoy trabajan activamente en sus proyectos.

Durante tantos años, esta actividad estuvo interrumpida. Nuestros bisabuelos y abuelos, en muchos casos, soñaban con tener sus propios viñedos. Varias generaciones después, somos nosotros quienes estamos haciendo realidad esos sueños.

Personalmente, formar parte de esta nueva generación vitivinícola, retomando una actividad con tanta historia en la provincia, nos llena de orgullo, pero también nos plantea una gran responsabilidad: contribuir a que la vitivinicultura entrerriana vuelva a tener el lugar que alguna vez tuvo.

¿Qué recuerdo tenés de esa casa antes de que fuera bodega? ¿Qué se transformó al convertirla en un lugar abierto al público?

La verdad es que todavía nos sorprende lo que sucede con las personas que nos visitan. Muchas se van emocionadas, felices y suelen decirnos que sienten una energía familiar, que estuvieron como en su propia casa.

Y eso tiene algo muy particular para mí, porque es el lugar donde nací y donde pasé gran parte de mi vida. Es un espacio que conozco desde siempre, que forma parte de mis recuerdos cotidianos. Por eso, descubrir que para otras personas puede resultar un lugar tan especial y extraordinario es algo que nos sigue sorprendiendo.

Creo que la transformación más importante fue abrir las puertas de un espacio tan íntimo y familiar para compartirlo con otros. Y entender que la gente no viene solamente por el vino, sino por toda la experiencia: conocer la historia, saber de dónde vienen las cosas, entender el origen de lo que está tomando y conectarse con la esencia del lugar.

En definitiva, es una invitación a volver un poco a los orígenes, a disfrutar sin apuro y a sentirse parte, aunque sea por unas horas, de nuestra historia familiar.

Hoy das charlas sobre cómo comunicar con identidad. ¿Qué te cuesta comunicar de tu propio proyecto?

En mis charlas invito a otros a creer en sus sueños, a ponerlos por escrito y a proyectar de manera realista hasta dónde quieren llegar y cómo pueden hacerlo. A encontrar su propósito, identificar aquello que los hace diferentes, reconocer su valor agregado y definir los valores que van a acompañarlos en el camino. Porque todo eso forma parte de la identidad de un proyecto y debería estar presente en cada decisión que tomamos.

Pero cuando miro nuestro propio proyecto, a veces me cuesta dimensionarlo. Lo veo enorme y, por momentos, hasta me cuesta creer que todo lo que imaginamos pueda convertirse en realidad.

Entonces vuelvo al proyecto, a lo que escribimos, a los objetivos que planteamos y al camino que fuimos construyendo. Y ahí recuerdo que no es solamente un sueño: está pensado, tiene fundamentos y es posible. Eso me ayuda a recuperar la confianza y seguir adelante.

Quizás también se trate de eso: aprender a confiar en lo que uno mismo construye, incluso cuando todavía falta mucho por recorrer.

¿Qué te enseñó el vino que la comunicación no te había enseñado?

El vino me enseñó que la historia detrás de un producto, cuando está bien contada, puede transformar por completo la experiencia. Porque el producto no se vende solo, se vende lo que ese producto te hace sentir y recordar.

Durante seis décadas, hacer vino en Entre Ríos no estaba permitido. ¿Esa historia te da legitimidad o te obliga a demostrar más?

Creo que nos da pertenencia, nos muestra como resilientes y capaces, pero también nos da una gran responsabilidad. No sentimos que tengamos que demostrar que en Entre Ríos se puede hacer vino, porque hay una historia que nos precede y que demuestra que esta tierra tiene tradición vitivinícola.

Lo que sí tenemos es el desafío de construir una nueva etapa, con trabajo, conocimiento y sobre todo calidad. No se trata solamente de recuperar una actividad que quedó interrumpida, sino de encontrar nuestra propia identidad y demostrar lo que Entre Ríos puede aportar hoy a la vitivinicultura argentina.



¿Te pasó que alguien de Mendoza o de Buenos Aires probara tu vino con prejuicio? ¿Qué te dijo?

No, la verdad es que nunca nos pasó. Por el contrario, encontramos mucha curiosidad e interés. Hoy hay personas que buscan conocer nuevos varietales, descubrir los estilos que propone cada región y salir un poco de lo que ya conocen.

Cuando prueban nuestros vinos, quieren saber qué está pasando en Entre Ríos, cómo es producir en esta región y qué particularidades tiene.

El Tannat se asocia con Uruguay, que está del otro lado del río. ¿Por qué apostar a que sea el emblema entrerriano?

Porque el Tannat también forma parte de la historia vitivinícola de Entre Ríos. Antes de que la actividad se interrumpiera en 1934, esta variedad ya tenía presencia en nuestra región. Además, compartimos con Uruguay una cercanía geográfica y condiciones de clima y territorio que permiten que la cepa encuentre aquí su propia expresión.

Apostamos por el Tannat porque creemos que puede representar muy bien nuestra identidad vitivinícola: una variedad con historia en estas tierras y mucho potencial para proyectar el futuro del vino entrerriano.

¿Qué vino tuyo todavía no te convence? ¿Qué le falta?

La verdad es que estamos muy conformes con los tres vinos y nos gusta mucho el resultado que logramos. Hoy nuestro principal desafío es ampliar la propuesta más allá de los vinos jóvenes.

Al trabajar con partidas boutique, los volúmenes son pequeños y las necesidades comerciales muchas veces hacen que los vinos no puedan tener todo el tiempo de maduración en botella que nos gustaría.

Por eso estamos desarrollando nuevas partidas: un Tannat con crianza en barricas de roble francés y un blend de Marselan y Tannat. La idea es sumar vinos con otros tiempos de maduración y perfiles, y seguir explorando todo lo que podemos lograr con nuestras variedades.

¿Quién decide cómo se elabora en Casona de Piedra? ¿Cuánto pesa tu opinión en lo técnico?

Las decisiones técnicas de producción las toma mi esposo, Joaquín Acevedo, quien está a cargo tanto de la elaboración de los vinos como del trabajo en el viñedo. Sin embargo, trabajamos muy en equipo. Mi mirada está más vinculada a lo comercial, la comunicación y el desarrollo de la marca. Muchas veces esas áreas plantean necesidades o desafíos que también deben contemplarse al momento de tomar decisiones sobre los vinos.

Buscamos que todo tenga coherencia: desde cómo producimos hasta cómo presentamos y comunicamos cada etiqueta. La parte técnica y la identidad del proyecto tienen que ir de la mano.



Luz Oradini impulsa junto a Joaquín Acevedo una bodega que apuesta por el Tannat como identidad provincial.

Las presentaciones de la bodega incluyen asado, banda en vivo y danza. ¿Qué vende más hoy, el vino o la experiencia?

El vino boutique vende experiencia, creo que esa es la definición. Los productos regionales que se degustan, la música y las propuestas culturales son una forma de vivirlo y de acercar a las personas a su origen.

Queremos que quienes nos visitan prueben nuestros vinos y conozcan de dónde vienen, la tierra en la que se producen, las personas que hay detrás y la historia de la vitivinicultura entrerriana. La experiencia es una manera de poner todo eso en contexto y darle al vino una dimensión que va más allá de la copa.

¿Te preocupa que el enoturismo termine siendo más importante que el vino mismo?

No, porque para nosotros el vino siempre está en el centro del proyecto. El enoturismo es una forma de acercar a las personas a ese vino, de que conozcan su origen, el territorio donde se produce y todo el trabajo que hay detrás.

No buscamos convertirnos solamente en un lugar de experiencias, sino que cada visita permita descubrir y valorar nuestros vinos. Queremos que alguien venga, disfrute del lugar y se lleve una conexión con el vino entrerriano que después pueda continuar en su propia mesa.



La bodega argentina ofrece experiencias con asados, música en directo y danza para acercar su historia a los visitantes.

¿Qué le dirías a Marino Ludovico si pudiera probar hoy el Principessa Maria?

Que todo valió la pena.

Si dentro de veinte años alguien escribe sobre Casona de Piedra, ¿qué te gustaría que se dijera?

Me gustaría que se dijera que fuimos parte de la generación de bodegueros que logró recuperar la vitivinicultura entrerriana, llevarla a ocupar un lugar destacado dentro del vino argentino y proyectarla al mundo.

Que nuestro trabajo, junto al de tantos otros productores, contribuyó a construir una identidad vitivinícola propia y a demostrar todo el potencial que tiene Entre Ríos para producir grandes vinos.