

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/359170808>

¿Una geografía del vino en Colombia? Localización, producción y consumo

Chapter · February 2022

CITATIONS

0

READS

37

1 author:



[Wladimir Mejía Ayala](#)

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

19 PUBLICATIONS 3 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Geografía del vino en Colombia [View project](#)

NOVOS PARADIGMAS E NOVOS MODELOS DE AÇÃO

do global ao local ou do local ao global?

André Santos da Rocha
Marcos Aurelio Saquet
Daniela Grignoli
Organizadores

Conselho Editorial
Série Letra Capital Acadêmica

Beatriz Anselmo Olinto (Unicentro-PR)
Carlos Roberto dos Anjos Candeiro (UFTM)
Claudio Cezar Henriques (UERJ)
João Medeiros Filho (UCL)
Leonardo Santana da Silva (UFRJ)
Lina Boff (PUC-RIO)
Luciana Marino do Nascimento (UFRJ)
Maria Luiza Bustamante Pereira de Sá (UERJ)
Michela Rosa di Candia (UFRJ)
Olavo Luppi Silva (UFABC)
Orlando Alves dos Santos Junior (UFRJ)
Pierre Alves Costa (Unicentro-PR)
Rafael Soares Gonçalves (PUC-RIO)
Robert Segal (UFRJ)
Roberto Acízelo Quelhas de Souza (UERJ)
Sandro Ornellas (UFBA)
Sergio Azevedo (UENF)
Sérgio Tadeu Gonçalves Muniz (UTFPR)

André Santos da Rocha

Marcos Aurelio Saquet

Daniela Grignoli

Organizadores

**NOVOS PARADIGMAS
E NOVOS MODELOS DE AÇÃO:
do global ao local ou do local ao global?**

LETRCAPITAL

Copyright © André Santos da Rocha, Marcos Aurelio Saquet e
Daniela Grignoli (Orgs.), 2022

*Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/02/1998.
Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida ou transmitida, sejam quais forem os
meios empregados, sem a autorização prévia e expressa do autor.*

EDITOR João Baptista Pinto
CAPA Jenyfer Bonfim
PROJETO GRÁFICO/EDITORAÇÃO Luiz Guimarães
REVISÃO Rita Luppi

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

N848

Novos paradigmas e novos modelos de ação: do global ao local ou do local ao global? /
organização André Santos da Rocha, Marcos Aurelio Saquet, Daniela Grignoli. - 1. ed. -
Rio de Janeiro: Letra Capital, 2022.

212 p. : il. ; 15,5x23 cm.

ISBN 978-65-89925-60-6

1. Planejamento urbano - Aspectos sociais. 2. Igualdade. 3. Exclusão social. I. Rocha,
André Santos da. II. Saquet, Marcos Aurelio. III. Grignoli, Daniela.

22-76005

CDD: 305

CDU: 364.652.5:911.375.1

Gabriela Faray Ferreira Lopes - Bibliotecária - CRB-7/6643

LETRA CAPITAL EDITORA
Tels.: (21) 3553-2236/2215-3781
vendas@letracapital.com.br

Sumário

Apresentação.....	7
ELEMENTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS.....	13
Por una praxis territorial popular: una perspectiva metodológica in(sub)versiva y decolonial.....	14
<i>Marcos Aurelio Saquet</i>	
La “parità di genere” per uno sviluppo sostenibile.....	43
<i>Daniela Grignoli</i>	
Desarrollo de los territorios y desarrollo en los territorios: el nuevo protagonismo de la comunidad.....	66
<i>Everardo Minardi</i> <i>Nico Bortoletto</i>	
QUESTÕES PARA O DESENVOLVIMENTO URBANO E RURAL.....	89
As condições gerais de produção, o saneamento básico e o desenvolvimento metropolitano: um olhar desde a periferia.....	90
<i>André Santos da Rocha</i> <i>Floriano Godinho de Oliveira</i>	
Industrialização periférica e tramas de resistência no espaço metropolitano do Rio de Janeiro, Brasil.....	106
<i>Leandro Dias de Oliveira</i> <i>Victor Tinoco</i>	
¿Una geografía del vino en Colombia? Localización, producción y consumo.....	121
<i>Wladimir Mejía Ayala</i>	
As Indicações Geográficas (IG) brasileiras, suas variedades e a importância para o desenvolvimento local.....	134
<i>Regina Cohen Barros</i>	

Las sabanas como espacios agrícolas
y de vivienda exclusiva149

Carlos Enrique Castro Méndez

Yolima Del Carmen Agualimpia Dualiby

Wladimir Mejía Ayala

DESIGUALDADE, GÊNERO E DESENVOLVIMENTO.....173

La lectura de las desigualdades y la violencia de género en
Italia: la experiencia del Centro Antiviolenza UNIPG174

Silvia Fornari

Il riscatto delle donne: dallo sviluppo
locale alle “mascherine antiviolenza”188

Simona Iannaccone

Sobre os Autores205

Índice remissivo210

Apresentação

Dal locale al globale e ritorno. Nuovi paradigmi e nuovi modelli di azione é o título do I Seminário Internazionale que foi realizado em 2018 junto à l'Università degli Studi del Molise, Itália, do qual participaram diversos estudiosos italianos e brasileiros vinculados a diferentes universidades e outras instituições. Um dos resultados desse evento foi a decisão de realizar, em virtude das aprendizagens coletivas, o II Seminário Internazionale sobre o mesmo tema.

O I Seminário esteve centrado em diálogos e debates interdisciplinares sobre o desenvolvimento sustentável a partir das práticas de pesquisa e ação dos participantes do evento, em especial da Unioeste, da Unimol e da Unibo. Houve diferentes momentos de encontro e reflexão sobre a construção de respostas locais diante das mudanças e incertezas climáticas globais, tentando contribuir para o nascimento de novos conceitos sociológicos e geográficos.

A partir dessa problemática, os pesquisadores envolvidos trabalharam intensamente sobre o território, a desterritorialização e a reterritorialização como elementos fundadores dos processos de desenvolvimento local e global, nos quais a pessoas, com suas diversas interações, reinterpreta a alma dos lugares no âmbito da globalização.

E, em decorrência das aprendizagens do I Seminário de 2018, discutimos, avaliamos e resolvemos ampliar a rede de colaborações e convidamos colegas colombianos para participar do nosso movimento. Assim, mesmo diante das dificuldades impostas pela pandemia do Covid-19, fizemos o II Seminário Internacional Itália-Brasil-Colômbia, exitoso e remotamente organizado pela equipe coordenada pelo professor doutor Wladimir Mejia Ayala, da Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. O tema desse evento esteve centrado no título da nossa coletânea ora socializada, ou seja, no debate da possibilidade de colaborarmos para a construção de novos paradigmas de pesquisa e ação comunitária, ora partindo-se do global, ora do local, porém sempre se atentando para não negligenciar as relações de totalidade existentes entre essas duas

dimensões espaciais da nossa vida cotidiana, mergulhando, sempre que possível e necessário, no nível do local, pois é ali onde os fenômenos e processos acontecem na nossa vida diária e, provavelmente, essa seja a dimensão territorial fundamental para ativar territorialidades e lutarmos por uma sociedade mais justa e ecológica.

Como o/a leitor/a facilmente verificará, os temas estudados, sistematizados e socializados durante o II Seminário são diversos, tais como desenvolvimento local, gênero, violência, periferia metropolitana, saneamento básico, indicações geográficas e denominação de origem, campesinato, percepções e sentimentos, juntamente com a necessidade de uma práxis de in(sub)versão teórico-metodológica e política. Esta última problemática, juntamente com a da desigualdade imperante em países como Brasil e Colômbia, são transversais e, de alguma forma, foram trabalhadas durante esse evento.

Assim, talvez esse seja um fio de luz presente nesse debate interdisciplinar e interinstitucional, na direção, de fato, da reconstrução dos paradigmas eurocêntricos, universalistas, acadêmicos e globalizantes ainda predominantes nas ciências humanas feitas no Brasil e na Colômbia, sem desconsiderar, obviamente, ricas possibilidades de diálogo com colegas do Norte, como esse que estamos construindo com alguns italianos.

O presente livro é apresentado em três idiomas (português, italiano e espanhol), propositalmente tenta validar tanto aspectos locais da cultura dos autores quanto possibilitar a difusão dos idiomas dessa rede de cooperação que vai se desenhando. Assim, apresentar o diálogo possível sobre aspectos que atravessam o tema do desenvolvimento em suas múltiplas escalas e no entendimento brasileiro, colombiano e italiano que busca indicar interpretações possíveis de uma lógica que supere interpretações puramente economicistas de desenvolvimento. Aqui entendemos que o social deve primar em detrimento do horizonte puramente do lucro e da mercadoria, uma vez que o mito do “homem econômico” necessita ser superado. Este deve ser compreendido como ser social, cultural e parte fundante da natureza. Logo, elementos mais complexos envolvem o tema do desenvolvimento.

Na necessidade de agregar posições teórico-analíticas a partir da visão singular de acadêmicos-pesquisadores de três

Novos paradigmas e novos modelos de ação: do global ao local ou do local ao global?

países (Colômbia, Brasil e Itália), estruturamos e subdividimos a presente coletânea em três partes. A saber: Parte I – Elementos teóricos e metodológicos; Parte II – Questões para o desenvolvimento urbano e rural; e Parte III – Desigualdade, gênero e desenvolvimento.

Na Parte I, “Elementos teóricos e metodológicos”, estão presentes apontamentos e reflexões sobre novos paradigmas que atravessam a questão do desenvolvimento e de modelos de ação que perpassam do global ao local. A seção é iniciada com o texto de Marcos Aurélio Saquet (UNIOESTE – Brasil), intitulado “Por una praxis territorial popular: una perspectiva metodológica in(sub)versiva y decolonial”, que traz importantes elementos para se pensar modelos de desenvolvimento fora de uma perspectiva eurocentrada; trata-se de uma guinada de pensamento que leva em consideração ações coletivas e populares na construção de novas agendas de investigação/ação. O segundo texto, de Daniela Grignoli (UNIMOL – Itália), intitulado La “parità di genere” per uno sviluppo sostenibile, aponta para a necessidade de debater as questões de gênero como elemento da promoção da redução das desigualdades, apresentado provocações para pensar ações no âmbito da agenda contida nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODS-2030). Por fim, o terceiro texto da seção é assinado por Everardo Minardi y Nico Bortoletto (UDST – Itália), intitulado “Desarrollo de los territorios y desarrollo en los territorios: el nuevo protagonismo de la comunidad”, os autores propõem repensar os caminhos do desenvolvimento territorial trazendo à luz o papel das pequenas e médias empresas e seu potencial na dinamização das comunidades locais; nesse sentido, o território não se torna apenas apêndice, mas um ente na produção do desenvolvimento.

A Parte II desta coletânea, “Questões para o desenvolvimento urbano e rural”, é composta por cinco textos que trazem contribuições para reflexões acerca do desenvolvimento em ambientes urbanos e rurais. O primeiro texto, de autoria de André Santos da Rocha e Floriano Godinho de Oliveira (UFRRJ – Brasil), intitulado, “As condições gerais de produção, o saneamento básico e o desenvolvimento metropolitano: um olhar desde a periferia”, aborda a questão do desenvolvimento local-regional e urbano a partir da universalização do saneamento básico, apontando que

as assimetrias territoriais da acessibilidade ocorrem por conta das condições gerais de produção das cidades, sendo necessário construir a superação das relações do saneamento como serviço-consumo para compreendê-las como um serviço-direito. O segundo texto, de autoria de Leandro Dias de Oliveira e Victor Tinoco (UFRRJ – Brasil), intitulado “Industrialização periférica e tramas de resistência no espaço metropolitano do Rio de Janeiro, Brasil”, apresenta as contradições do desenvolvimento desde a periferia urbana, apontando elementos sobre a industrialização e a resistência de população camponesa na marcha descompassada do progresso capitalista na borda metropolitana. O terceiro texto dessa seção é de autoria de Wladimir Mejía Ayala (UPTC/IGAC – Colômbia), intitulado “*¿Una geografía del vino en Colombia? Localización, producción y consumo*”, que aponta os elementos centrais que posicionam aspectos da produção vinícola na Colômbia, destacando como os elementos territoriais se vinculam com aspectos culturais na geografia dos vinhos do país andino. O quarto texto que segue é de autoria de Regina Cohen Barros (UFRRJ – Brasil), intitulado “As Indicações Geográficas (IG) brasileiras, suas variedades e a importância para o desenvolvimento local”; no referido capítulo a autora explora o papel positivo que a catalogação das indicações geográficas pode produzir para ações do desenvolvimento local, trazendo apontamento do histórico e da atual situação da IG no Brasil. Para finalizar essa seção temática temos o texto de autoria de Carlos Enrique Castro Méndez, Yolima Del Carmen Agualimpia Dualiby e Wladimir Mejía Ayala (UPTC/IGAC – Colômbia), intitulado “Las sabanas como espacios agrícolas y de vivienda exclusiva”, abordando os processos de uso e ocupação das savanas colombianas, destacando elementos para pensar práticas ecológicas e sustentáveis a partir da construção de novas práticas e usos dos espaços rurais e da revalorização da natureza.

Por fim, a Parte III chama-se “Desigualdade, gênero e desenvolvimento”, que busca abrigar reflexões sobre questões que envolvem a perspectiva da igualdade de gênero para debater aspectos do desenvolvimento local. A seção é composta por dois textos. O primeiro, de autoria de Silvia Fornari (USPeruggia – Itália), intitulado “La lectura de las desigualdades y la violencia de género en Italia: la experiencia del Centro Antiviolenza UNIPG”,

Novos paradigmas e novos modelos de ação: do global ao local ou do local ao global?

que apresenta uma leitura dos quadros de violência de gênero na Itália, realizando apontamentos para uma necessária experiencial local de ações antiviolência, valorizando aspectos de equidade e justiça social. O último texto do livro e da seção é de autoria de Simona Iannaccone (UTUM – Itália), intitulado “Il riscatto delle donne: dallo sviluppo locale alle “mascherine antiviolenza”, que traz aspectos sensíveis sobre a questão da violência contra a mulher, apontando a necessidade de construção de espaços para que se pense e planeje a questão de gênero nas agendas de desenvolvimento local, a partir da valorização e abertura de espaços de debates e gestão territorial.

De maneira geral, reforçamos que as leituras e interpretações são subjetivas – sem deixar de serem objetivas –, e caberá ao/a nosso/a futuro/a leitor/a participar ou não desse debate, identificando limites em nossas argumentações e colaborando na construção tão necessária e urgente de conhecimentos para o nosso povo – preferencialmente com ele –, sem negligenciar as desigualdades e diferenças que também existem e se reproduzem em países como a Itália. Então, será que estamos, de fato, debatendo e contribuindo para a criação de novos paradigmas e novos modelos de ação? Como isso está acontecendo ou pode ocorrer? Do global ao local ou do local ao global?

Por fim, agradecemos o financiamento do PROAP/CAPES e do Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Cultura e Fronteiras, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Foz do Iguaçu

Primavera de 2021.

Os organizadores.

LETRACAPITAL

¿Una geografía del vino en Colombia? Localización, producción y consumo

Wladimir Mejía Ayala¹

1. Introducción

Aún hoy, después de 40 años de haber reintroducido en Colombia el cultivo de la vid para la elaboración de vino, la vitivinicultura, actividad con gran interés económico y cultural a nivel global, permanece desconocida para el público no especialista. No obstante, en el país se producen vinos de buena calidad, premiados a nivel internacional y que entran dentro del rango de los vinos del trópico. Al mismo tiempo, a nivel de consumo, Colombia se presenta como un mercado de gran interés para inversores y empresas extranjeras vitivinícolas, reconocidas en las grandes superficies comerciales del país.

En los estudios realizados por la Agencia Valona para las importaciones y las inversiones extranjeras en Bogotá – Awex Colombia (2020), y por Euromonitor International (2020), se identifica un aumento per cápita entre 2011 y 2019 de 46% en cuanto al consumo de vino en el país, pasando de 0,2 litros a 2 litros. Así mismo, los datos del Grupo Éxito correspondientes a 2020, presentan un incremento de 22% con respecto al periodo enero-septiembre de 2019, lo que representó ventas por \$29 millones USD en vino, es decir, el comercio de 3,8 millones de botellas. Los productores colombianos de vinos no participan en esta dinámica económica, porque, a excepción de algunos casos, si bien se producen vinos de calidad, no se hace en grandes cantidades, lo que no les permite competir con los países exportadores y de gran tradición vitivinícola.

En cuanto a lo anterior, el objetivo de este capítulo es introducir al lector en la vitivinicultura colombiana, desde la geolocalización de los viñedos y la descripción de la actividad en relación a las oportunidades de comercializar sus productos, no en el mercado nacional, donde no les es posible competir, sino *in situ*,

¹ Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

diversificando su actividad hacia los servicios relacionados con el turismo; unos con mejores oportunidades que otros, en relación a la distancia existente entre sus viñedos y los lugares emisores de un cierto tipo de turistas, o de atractivos y el desarrollo de prácticas turísticas. De esta manera, la reintroducción en los territorios de la vitivinicultura, que se da a partir de los años ochenta, puede considerarse como la reintroducción de un elemento cultural que resulta ser, de manera más o menos consciente, un insumo para generar un proyecto de desarrollo por medio del turismo.

El documento resulta de una revisión documental de los textos que se han producido, desde diferentes áreas del conocimiento, sobre la vitivinicultura en Colombia, muchos de ellos de literatura gris. Esta revisión se completó con un trabajo de observación a los viñedos de Ain Karim y Puntalarga en Boyacá.

El documento se encuentra organizado en cuatro partes, de las cuales esta introducción corresponde a la primera. En la segunda se presenta la trayectoria de la producción de uvas y vino en Colombia, y la localización de los viñedos. En una tercera parte se da cuenta de las particularidades de la vitivinicultura en el país, lo cual toma sentido al relacionarlo con el turismo. En la cuarta parte, se proponen, más que conclusiones, ideas que guiarán la continuación de esta investigación.

2. Desarrollo y distribución de la vitivinicultura en Colombia

Las mejores condiciones geográficas para la producción de vino en el mundo –clima, suelo y topografía, principalmente-, se encuentran distribuidas entre los paralelos 30 y 50 del hemisferio Norte y 30 y 40-45 del hemisferio Sur. Esas condiciones se encuentran y han sido históricamente bien aprovechadas, principalmente, en la región Mediterránea, en países como Italia, Francia y España, y otros como Portugal, Alemania, Hungría y Grecia, que se han destacado históricamente por su producción vitivinícola y por desarrollar el comercio del vino a nivel mundial. Con el mismo nivel de importancia, se identifican en otras latitudes países como Estados Unidos, Chile, Argentina, Australia, Brasil, Sudáfrica y China.

Novos paradigmas e novos modelos de ação: do global ao local ou do local ao global?

La producción en Colombia se encuentra fuera de las franjas geográficas descritas anteriormente y su clasificación corresponde a la del vino del trópico. Se trata de una región caracterizada por su diversidad de climas, suelos y topografías, y en consecuencia, ecosistemas, con altitudes que van desde el nivel del mar hasta las nieves perpetuas, y con la posibilidad de encontrar dentro de ella, algunas zonas con las condiciones climáticas, edáficas y topográficas para cultivar uvas destinadas a la producción de vino, prácticamente, todo el año, lo que permite programar las vendimias, principalmente, en relación al clima y a las dinámicas del mercado (Almanza, Serrano y Fischer, 2012).

El primer registro que se tiene sobre la elaboración de vinos en Colombia es la experiencia de las Bodegas del Rhin, fundadas en 1937 en la ciudad de Bogotá, con el objetivo de producir vinos a partir de mostos importados de Argentina y Chile, y comercializarlos junto a otros vinos y licores nacionales e importados. Esta labor ha sido reconocida a nivel internacional con premios como la Medalla de Oro en el Festival Vitivinícola de España. Actualmente, se ofrece un tour para visitar las instalaciones y los procesos de producción, conocer licores históricos en Colombia y degustar vinos nacionales.

En cuanto al cultivo de la vid para la elaboración de vino, los primeros cultivos aparecen en el departamento del Valle de Cauca, principalmente, en el municipio de La Unión, localizado a 4º 33' latitud norte, a 1000 msnm, con una temperatura de 24°C (Imagen 1). Las cepas que se producen son Isabella y Thompson, por lo que el vino que resulta es Jerez o vino dulce. Actualmente, el área de cultivo es de 2231 ha y la producción es industrial con la utilización de tecnología de punta. Por año, se logran dos cosechas, obteniendo 6 millones de litros de vino. La empresa se llama Casa Grajales y ha diversificado su actividad incursionando en la industria del turismo y el ocio, al habilitar su viñedo, el proceso de producción de vino y sus bodegas de vinificación para la visita, además de contar con el Museo de la Uva y el Vino y el Parque Nacional de la Uva.

La actividad vitivinícola en el departamento del Valle, la cual inicia en 1976, y la actividad vitivinícola que inicia en los años 1980 en el Departamento de Boyacá con el surgimiento de tres viñedos, pueden ser definidas como las experiencias

pioneras en cuanto a la producción y comercialización de vinos en Colombia². En cuanto a lo anterior, en el año 1982, de la mano del señor Marco Antonio Quijano Rico, químico de profesión y oriundo de la región, se da inicio al proyecto vitivinícola Marqués de Puntalarga, donde se produce vino seco del trópico de altura y de clima frío, entre 2.400 y 2.700 msnm, 16°C y precipitación anual de 750 m³, con variedades como Riesling Blanca del Rin y cruzamientos de Riesling por Pinot Noir, entre otros. En 1986, aparece la Vinícola Guananí de la mano de Joachim Hezberg, un ingeniero agrónomo de origen Alemán, en el municipio de Villa de Leyva, a una altura de 2150 msnm, con la adaptación de las variedades Chardonnay y Cabernet Sauvignon (Henaó, 2004). En 1987, surge el Viñedo Ain Karim en el municipio de Sutamarchán, a 2100 msnm, una temperatura entre 18° y 26°C y suelos arcillosos, de la mano de Pablo Toro, un arquitecto e ingeniero mecánico caldense, enólogo de la Universidad de Davis, California. Al igual que para Puntalarga y Guananí, la localización del viñedo es el resultado de procesos de investigación en los que participaron expertos internacionales, en este caso, franceses que buscaron las mejores condiciones para el cultivo; las variedades se importaron también desde Francia, como son Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc y desde California injertos de Chardonnay (Gómez-Sierra, 2012).

Hoy, Puntalarga es el lugar de acopio y producción de vinos más que de cultivo de la vid, pues se trata de un proyecto regional que ha vinculado a 70 campesinos y sus familias como productores de uva. Con una superficie de producción 400 ha., el proyecto se distribuye en 18 municipios del Departamento de Boyacá. En cuanto a la Vinícola Guananí, actualmente se produce casi exclusivamente vinos para las curias del país, utilizando la variedad Isabella. En el caso de Ain Karim, después de la muerte del señor Pablo Toro, en 2008, la nueva dirección del viñedo se

² Si bien, en Colombia, fue a inicios del siglo XX que comenzó a nivel comercial el cultivo de la uva, primero, en el departamento del Valle del Cauca y luego en los departamentos de Antioquia, Santander, Tolima y en cercanías de la Sierra Nevada de Santa Marta (Almanza, 2011); y que desde 1945 se impulsó la viticultura en el país, particularmente, en el municipio de La Unión, departamento del Valle del Cauca; fue solamente desde 1982 que se empezaron a sembrar viñas para la producción de vino seco, puesto que el único que se producía hasta ese momento era dulce.

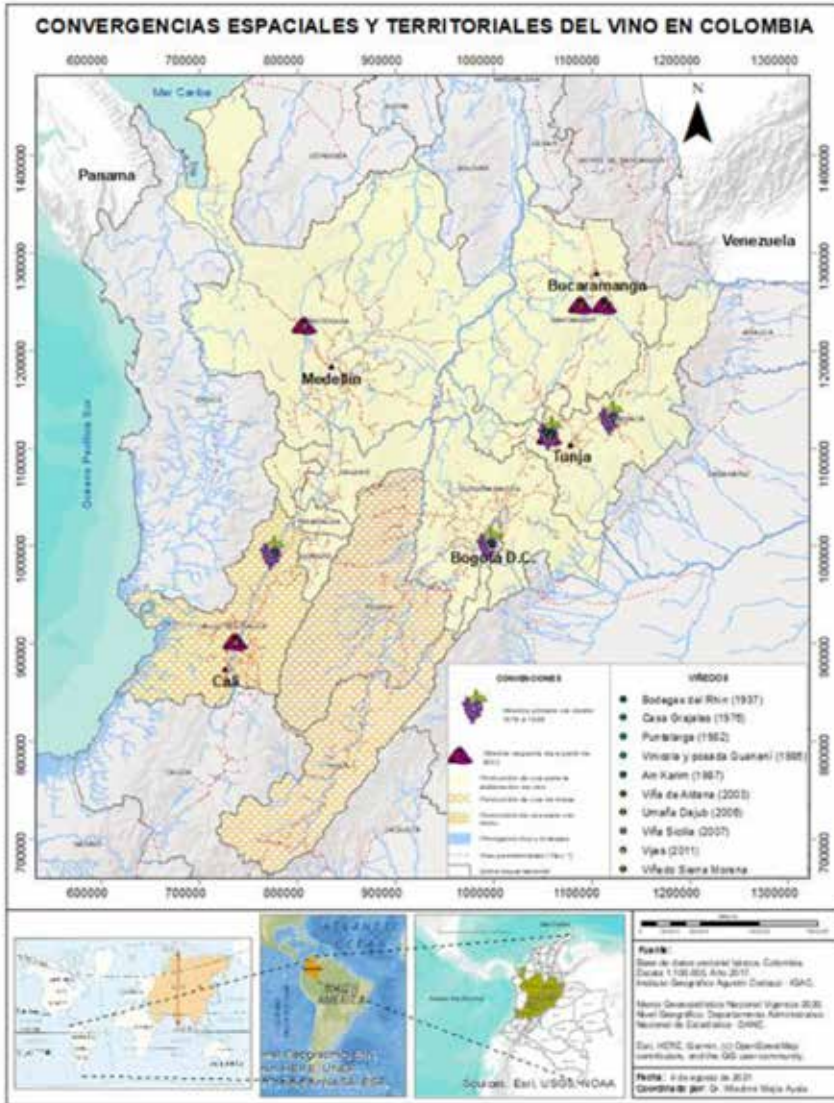
centró en lograr el punto de equilibrio financiero sin aumentar el área de cultivo. Para ello, diversifica en actividades turísticas (tours y degustaciones) y eventos (Martínez, 2016). El viñedo ocupa una superficie de 12 ha y produce 20.000 botellas de vino seco al año que vende en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca.

A partir de 2003, se da inicio a una segunda ola en cuanto al surgimiento de viñedos en Colombia, con Viña de Aldana en el departamento de Santander, en el municipio de Los Santos, vereda Tabacal. Se trata de una superficie de siembra de tan solo 2 ha, a 1650 msnm, con una producción de 3000 botellas al año, utilizando la variedad Isabela. El vino que ahí se produce es dulce y semidulce, el cual únicamente se consume y comercializa en el viñedo, lugar donde también se ofrece el servicio de posada ecológica, un tour del vino y actividades de turismo experiencial, relacionadas con el cultivo de la uva, la producción y la cata de vinos. Con características similares a Viña Aldana, en cuanto a ofrecer al público además del vino, una experiencia de turismo de descubrimiento, aparece en 2006, en el municipio de Villa de Leyva, Boyacá, a 2100 msnm, el viñedo Umaña Dajub y, en el departamento de Santander, a 1720 msnm, en el municipio de Zapatoca, el viñedo Sierra Morena.

Un ejemplo emblemático de esta segunda ola de viñedos en Colombia, es el de Viña Sicilia, localizado en el departamento de Antioquia, a orillas del río Cauca, en el municipio de Olaya. Carlos Bravo, su propietario, cirujano plástico de profesión, desarrolló una investigación agronómica y enológica para encontrar las condiciones climáticas, edáficas y topográficas adecuadas para la producción de uva destinada a la elaboración de vinos de calidad. Los cultivos son orgánicos con variedades como Nero d'Avola, Malbec, Sira, Chardoney, Catarato y Grillo. La calidad de los vinos de Viña Sicilia ha sido reconocida con medallas mundiales. Adicionalmente, el viñedo cuenta con un hotel temático y un spa, y se piensa, en relación a la comunidad local, como un proyecto que ofrezca oportunidades para mejorar las condiciones de vida de la población.

La última experiencia de esta segunda ola, se registra en el municipio de Vijes, en el departamento del Valle del Cauca, a 1000 msnm y una temperatura promedio de 27°C. De este viñedo no se tiene mucha información, solamente sus fundadores, Emilio Sardi y el enólogo argentino Edgardo Escalera, desde 2011 producen uvas de las variedades Syrah, Sauvignon Blanc, Carmenere y Merlot.

Imagen 1. Distribución espacial de las experiencias vitivinícolas en Colombia. Fuente: Elaboración personal.



3. Particularidades de la vitivinicultura en Colombia

La vitivinicultura llegó a América durante la Colonia y se desarrolló de manera exitosa a manos de las órdenes religiosas, principalmente de los jesuitas (Henao, 2004), de los colonizadores

y de los ejércitos imperiales que lograron de manera exitosa desarrollar el cultivo de la uva y producir vino³. Con la diáspora de la vitivinicultura hacia los territorios que estuvieron bajo el control de los dos imperios, esta actividad se desarrolló muy bien y ha tomado mucha fuerza en Argentina y Chile.

En otros casos, como el de Colombia, es posible que los Jesuitas hayan logrado producir un vino de buena calidad (Henaó, 2004) y que su prematura interrupción se deba a la caída del comercio del vino español, que despertó dudas en la Casa Real sobre la autosuficiencia de los nuevos territorios, llevando a Felipe II de España ordenar en 1595, el fin de la producción vinícola en el Nuevo Mundo (Quijano, 2006), para proteger los ingresos de los vinos españoles (Winkler, Cook y Lider, 1974; Sempat, 1983); logrando de esa manera, que la actividad, al menos en este país, desapareciera por completo. Es así como, desde la Colonia se sabía que en Colombia se podía producir uvas para la elaboración de vino.

En cuanto a lo anterior, se identifica que el vino dulce elaborado a partir de la variedad Isabella es el producto principal en cuatro de los cinco viñedos registrados anteriormente (Casa Grajales, Vinícola Guananí, Viña de Aldana y Viñedo Sierra Morena) y resulta ser el más comercializado por su volumen y costo de producción⁴, en relación a los vinos principalmente secos que se producen en Umaña Dajub, Aim Karin y Puntalarga, en Boyacá, y Viña Sicilia en Antioquia. Estos se caracterizan por ser viñedos de no más de 40 hectáreas, salvo por el caso de Puntalarga que cuenta con la participación de varios *terroirs*⁵ de diferentes propietarios, que identifican la producción de uva como una nueva actividad económica.

³ Textos arqueológicos y antropológicos hablan sobre la posible utilización de la uva para la elaboración y consumo de vino antes de la llegada de los colonizadores (Dozier, Kim y Russell, 2020). No obstante, en este trabajo, se hace referencia a la vitivinicultura en nuestra región, como una actividad moderna, claramente económica y globalizada, con unos intereses que dialogan además con lo cultural.

⁴ De las 2700 has registradas en Colombia para la producción vitivinícola, más de 2300 son destinadas a la producción de uva Isabella.

⁵ Conjunto de condiciones naturales que influyen en la biología de la vid y la composición de la uva, a lo cual se une una dimensión humana, entendida como tradición, cultura y evolución en dicha área de producción. El *Terroir* es un agrosistema homogéneo en el cual operan varios factores que contribuyen a la calidad de un producto final. Los factores son ecológicos (geología, hidrología, clima, topografía), biológicos (cepa, portaingertos), antropocéntricos (técnicas culturales y prácticas enológicas) (Scienza, 2003, citado por Gómez, 2005, p. 30).

Por otra parte, si se tiene en cuenta que, a diferencia de los países que lideran la producción de vino en el mundo, en donde se logran producir 15 toneladas de uvas por hectárea, la producción en Colombia no es mayor a 4 toneladas por hectárea, salvo en los departamentos donde se produce la variedad Isabella (Andrade, 2017: 34). Se trata de un factor que incrementa el costo de producción.

Lo planteado toma sentido frente a la dificultad que experimentan los vitivinicultores nacionales, en cuanto a comercializar sus productos en los almacenes de cadena país, en vista de que no es posible competir ni en precio ni en volumen, con los vinos importados. Los vinos de los viñedos más reconocidos en Colombia se venden en un rango de precios que oscila entre los 15 y los 35 USD; mientras que en las grandes superficies comerciales, almacenes de cadena y tiendas online, se consiguen vinos desde los 4 USD y de calidades superiores a partir de los 15 USD.

Por esta razón, en Colombia, a pesar del importante incremento en cuanto al consumo⁶, la comercialización de los vinos secos nacionales se hace *in situ* (y por envío bajo pedido, en un menor porcentaje), es decir, consiste en llevar al lugar de producción a un tipo de consumidor específico, el cual podemos definir como un turista internacional, doméstico y/o de proximidad, es decir, un individuo urbano móvil de clase media con capacidad de gasto y ávido de acceder/consumir/descubrir novedades gastronómicas⁷, particularidades culturales regionales, paisajes o simples *comodities*⁸.

⁶ En un estudio realizado por Awex (2020), se muestra que el vino es la segunda bebida alcohólica más consumida después de la cerveza. Así, en el comercio minorista, el vino representa el 21% de las ventas, lo que lo convierte en un producto en mayor demanda que el Whisky (17%) y el Aguardiente (14%). Por otra parte, el estudio realizado por Euromonitor (2020), muestra que en abril de 2019, el gasto de los hogares colombianos en bebidas alcohólicas aumentó un 8,1% en comparación con 2018 y para 2020, el consumo de vino alcanzó para los meses de abril, junio y julio de dicho año, un crecimiento de 20,3% en el mercado general.

⁷ En virtud de lo señalado, un estudio realizado por Euromonitor (2020), muestra que 82% de los restaurantes localizados en la capital del país ofrecen vinos nacionales y extranjeros en su carta, sin embargo, de este porcentaje, el 75% privilegia la venta de vinos internacionales debido al margen de ganancia que estos les dejan y a la elección de los consumidores que, aunque interesados, se centran en su conocimiento anterior o a sus hábitos regulares. Es decir, hay un desconocimiento generalizado en cuanto a la producción de vinos en Colombia.

⁸ Expresiones culturales estimadas en términos de su valor de cambio, específicamente en el contexto del turismo cultural, convirtiéndose así en

Novos paradigmas e novos modelos de ação: do global ao local ou do local ao global?

Teniendo en cuenta lo señalado anteriormente, se identifica que la distancia es un factor que determina, para la comercialización de vino, la relación entre viñedos y consumidor. Es así como, en la mayoría de los casos, los viñedos se localizan cerca de una gran ciudad o una ciudad intermedia, dotada de una infraestructura a nivel de movilidad y alojamiento, con aeropuerto nacional y/o internacional (Imagen 2). Esta ciudad puede ser ella misma un lugar turístico o un lugar de paso obligado de turistas nacionales e internacionales que se dirigen a lugares turísticos. Incluso, esos lugares pueden hacer parte del espacio turístico de la gran ciudad.

Si se trata de un lugar turístico de importancia en la región y/o en el país, la visita al viñedo, presentado como uno de los atractivos del lugar, está garantizada a nivel de turistas nacionales e internacionales, así como de turistas de proximidad o aquel tipo de turismo que se practica cerca al lugar de residencia (exploradores, doble residencias, fines de semana, *locaturisme*⁹, entre otros), siendo para el caso de Colombia, dentro del mismo municipio, departamento en el que se encuentra el municipio o departamentos aledaños, y que incluye prácticas diversas de descubrimiento, encuentro, juego, shopping, entre otras. En cuanto a este último, la gran ciudad o a la ciudad intermedia podrían considerarse como lugares emisores de ese tipo de turistas.

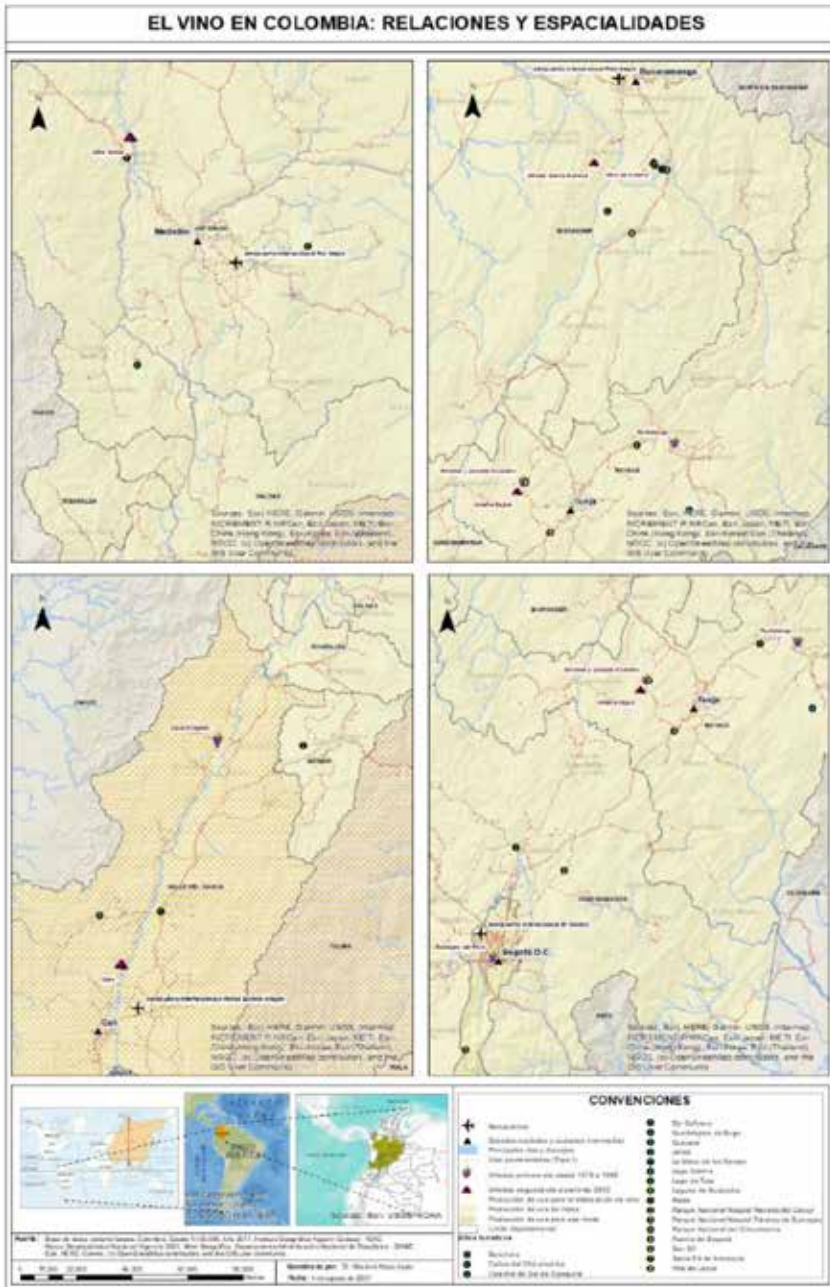
En complemento al punto anterior, la gran ciudad o ciudad intermedia debe contener y ser contenida por una sociedad económicamente dinámica y diversa, dentro de la cual se encuentre un sector o clase media urbana con capacidad de gasto y con capacidad de desplazamiento, más o menos consumidora o nueva consumidora de vino¹⁰.

bienes u objetos culturales que pueden ser comercializados por la industria del turismo. Proceso contradictorio puesto que, si bien puede provocar la degradación de la cultura de una localidad, también genera beneficios económicos a los habitantes de esta (Chambers, 2010).

⁹ El fenómeno del *locaturisme* tiene que ver con un pensamiento ecológico y ético sobre la actividad turística. Sus orígenes se encuentran en lo que se llamó el *locaborisme* en Francia o el kilómetro cero en España, que consiste en el consumo principalmente de alimentos de proximidad (alimentación biológica, local, de estación, etc.). En términos del turismo y principalmente de desplazamiento, lo que se busca es evitar los impactos negativos que provoca el desplazarse en avión, en tren, en automóvil.

¹⁰ Según datos del Grupo Éxito para 2020, las ciudades que concentran el 63%

Imagen 2. Factor distancia y localización de los viñedos en Colombia.
Fuente: elaboración personal.



del consumo de vino en el país son: Bogotá (45%) y Medellín (18%), siendo el 37% restante distribuido entre otros núcleos urbanos.

4. A manera de conclusión

En relación a la historia de la vitivinicultura en el país, la reintroducción de esta actividad como un elemento cultural, puede ser concebida como un sello identitario, siendo para estos territorios, posiblemente de manera no consciente para el productor, un insumo que participa en la dinamización socioeconómica de las regiones, algunas de ellas, en situación de margen y bloqueo. Lo anterior se pone en funcionamiento por medio del turismo, puesto que, estos lugares además de producir vino, ofrecen la posibilidad de visitar los viñedos, las bodegas y conocer los diferentes procesos vinculados a su elaboración, realizar catas y organizar degustaciones, ofrecen alojamientos con servicios de zonas húmedas y spa, restaurantes con menú nacional e internacional y salones para eventos, todo enfocado en el descubrimiento y la experiencia vitivinícola.

Entre los viñedos que han logrado reconocimientos internacionales, sobresalen los casos de Puntalarga y Ain Karim. Estos proyectos se desarrollaron en un momento donde no se consumía de manera significativa vino en el país, siendo necesario para ellos crear ese mercado. Más adelante, diversificando sus actividades con el turismo, los viñedos lograron acercar al consumidor a sus territorios, garantizando el comercio de sus productos. Tal como lo propone Magnaghi (2013), la idea sería la de reunir los lugares de producción y los lugares de vida, y dar un lugar central a la agricultura y a los paisajes nutritivos que produce, pensando el territorio como un bien común.

Referencias

Agencia Valona para las importaciones y las inversiones extranjeras en Bogotá – Awex Colombia (2020). Fiche sur le secteur des vins en Colombie (source ELANBiz). 11 p.

Andrade, M. (2017). Estudio de factibilidad productiva y comercializadora de uva Isabella, finca “La Esperanza” centro poblado el vergel de Tarquí, Huila. Trabajo de grado para optar por el título de Ingeniera Agroforestal de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Pitalito, 70 p.

Almanza-Merchán, P. (2011). Determinación del crecimiento y desarrollo del fruto de vid (*Vitis Vinifera* L.) bajo condiciones de clima frío tropical.

Tesis Doctoral. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Agropecuarias. Escuela de Posgrados, Bogotá, 166 p.

Almanza, P., Serrano, P. y Fisher, G. (2012). Manual de viticultura tropical. Tunja: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, 118 p.

Chambers, E. (2010). Native tours: The anthropology of travel and tourism. Long Grove: Waveland.

Dozier, C., Kim, D. y Russell, D. Chemical residue evidence in Leon Plain pottery from the Toyah phase (1300–1650 CE) in the *American Southern Plains, Journal of Archaeological Science: Reports*, Volume 32, 2020. DOI: 10.1016/j.jasrep.2020.102450.

Euromonitor international (2020). Alcoholics drinks in Colombia.

Gómez, F. (2005). Vinos y campesinos en Boyacá. El efecto Vid en el Valle del Sol. Trabajo de grado presentado para optar al título de Magíster en Antropología. Universidad de Los Andes, 253 p.

Gómez-Sierra, F. (2012). El éxtasis del colibrí huella y guía cultural de la vid y el vino el caso del “Marqués de Villa de Leyva”. *Cultura Científica*, (10), 46-65. https://www.jdc.edu.co/revistas/index.php/Cult_cient/article/view/197

Henao, E. (2004). La finca vitivinícola Guanani: reto y pasión de un empresario. Trabajo de grado. Administración de empresas turísticas y hoteleras. Universidad Externado de Colombia, 98 p.

Magnaghi, A. (2013). Riterritorializzare il mondo *Scienze del Territorio* Firenze University Press ISSN 2284-242X (online) No. 1, pp. 47-58.

Martínez, S. (30 de noviembre de 2016). Conozca a Pedro Toro: productor de los vinos Marqués de Villa de Leyva. *Revista Diners*. https://revistadiners.com.co/gastronomia/40224_conozca-pedro-toro-productor-los-vinos-marques-villa-leyva/

Quijano Rico, M. (2006). Investigación e innovación Promoción y defensa del “terroir” regional. *Cultura Científica*, (4), 35-41. Recuperado a partir de https://www.jdc.edu.co/revistas/index.php/Cult_cient/article/view/385

Sempat, C. (1983). El sistema de la economía colonial: el mercado interior, regiones y espacio económico. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 339.

Winkler, A., Cook, J., Kliever, M. y Lider, L. (1974). General Viticulture (1974) (2ª edition). London: University of California Press, 695 p.

Webgrafía

<https://www.portafolio.co/economia/consumo-de-vino-registro-alza-entiempos-de-pandemia-545846>

<https://www.america-retail.com/sin-categoria/aumenta-consumo-de-vino-en-colombia-durante-el-confinamiento/>

Novos paradigmas e novos modelos de ação: do global ao local ou do local ao global?

<https://www.valoranalitik.com/2020/10/17/el-vino-en-colombia-ayuda-a-pasar-el-trago-amargo-de-la-pandemia/>

<https://www.eleconomistaamerica.co/empresas-eAm-colombia/noticias/10841988/10/20/Ventas-por-268000-millones-del-Exito-confirman-al-vino-como-el-companero-en-la-pandemia.html>

<https://www.laopinion.com.co/vida-y-salud/consumo-de-vino-aumento-durante-el-confinamiento>

<https://www.semana.com/economia/articulo/confinamiento-llevo-a-un-alza-en-el-consumo-de-vino-en-colombia/202016/>

<https://www.eluniversal.com.co/colombia/consumo-de-vino-en-colombia-aumento-durante-el-confinamiento-XJ3658990>