

A man with a mustache, wearing a grey suit and a white shirt, stands in a vineyard. He is holding a bunch of dark grapes in his right hand. The background is a soft-focus view of grapevines and leaves. The title text is overlaid on the right side of the image.

# El vino y la vida en la construcción social: un caso boyacense

Por: GÓMEZ, Fabio\*

\* Magister en Antropología, Universidad de los Andes Bogotá. Magister en Educación, UPN. Esp. en Teología, Universidad Teresiana de Roma. Sacerdote Ciudad del Vaticano. Director Instituto de Investigaciones Científicas-Inicien. E-mail: p\_gomez@hotmail.com

## RESUMEN

Las actividades agrícolas productivas que identifican las culturas campesinas, están inscritas en una compleja diversidad simbólica, consolidada en elementos religiosos, políticos, económicos, tecnológicos y ambientales. Históricamente, el cultivo de la vid y el consumo del vino se han enriquecido de tradiciones religiosas, distinción de clases, necesidades psicológicas de beber alcohol y experimentar placer, desenlaces políticos, estrategias económicas, negocios atractivos y climas favorables. La emergente viticultura del Valle del Sol en Boyacá, no es ajena a dicha complejidad. Los campesinos que la incorporan, poseen un patrimonio social expresado en religiosidad, sensibilidad al comercio y cambios tecnológicos; Además, son capitalistas rurales, consumidores de cerveza y estrategias de la economía doméstica. Este artículo muestra indicadores para la comprensión de una producción cultural centrada en la viticultura.

Palabras claves: mito, viticultura, vid, vinicultura, vino, campesinos, construcción social, Boyacá.

## ABSTRACT

The productive agricultural activities that identify rural cultures are fitted in a complex symbolic diversity, consolidated in religious, political, economic, technological and environmental elements. Historically, the vine farming and the wine consumption have been enriched by religious traditions, class distinction, psychological necessities to drink alcohol and to experience pleasure, political outcomes, economic strategies, attractive business and favourable climates. The emergent vine-culture of the Valley of the Sun in Boyacá is not unaware to this complexity. The peasants who incorporate it possess a social patrimony expressed in religiosity, sensibility to the trade and the technological changes. They are also rural capitalists, beer consumers and strategists of domestic economy. This article shows indicators to the understanding of a cultural production centred in vine-culture.

Key Word: myth, vineculture, vine, wineculture, wine, peasants, social construction, Boyacá.

# Introducción

El contacto de los campesinos del Valle del Sol con la viticultura, en los últimos seis años, es el resultado de un proceso de circunstancias históricas, culturales, políticas, ambientales y económicas complejas. Este artículo, indica panorámicamente un itinerario de permanencias y transformaciones de la vinicultura y la viticultura, que fortalecen la narrativa y simultáneamente presentan alternativas en la redefinición del campesinado boyacense. El escrito hace parte de la investigación “Vinos y Campesinos. El efecto vid en el Valle del sol” y se estructura en tres partes: las condiciones sociales de la extensión de la viticultura, las narrativas culturales acerca del vino como bebida y las implicaciones para los campesinos del Valle del Sol de Boyacá.



La vid se incorpora en la lógica campesina boyacense. Procesión de vides en la fiesta católica del domingo de Ramos. Floresta 2005.





Se puede hipotetizar, que sucedió como en el Perú, donde una vez descubierto el potencial vitícola y vinícola, España prohibió su plantación. En épocas modernas; sin embargo, se pueden considerar ensayos bastante significativos en el Valle del Cauca<sup>7</sup>. Bermúdez, M. (1999) hace notar que hubo y hay otros intentos contemporáneos de viticultura en Santander del Norte, Cundinamarca, Tolima, pero con resultados poco exitosos.

La viticultura tropical de altitud, se instala en el Valle del Sol del Departamento de Boyacá, a mediados de 1982. La originaron estudios técnicos<sup>8</sup> sobre cepas existentes en varias casas de municipios del Valle, especialmente Firavitoba, donde los Jesuitas tenían una hacienda. Las cepas encontradas conformaban un cierto "culto a la vid" Quijano Rico, (2001). Las circunstancias que permiten que los campesinos de Boyacá conozcan y empiecen a cultivar vides están relacionadas con distintas actividades de la vida como la religión, la política, la ciencia, la economía y las condiciones ambientales. Aunque es esencial destacar en la región la presencia de un capital social campesino, capaz de responder a las exigencias vitícolas.

La breve descripción del itinerario de la vid y su posible reinstalación en el Valle del Sol, es un proceso socio-antropológico; en su desplazamiento han contribuido elementos técnico-científicos, culturales, políticos, económicos y medioambientales. Sin embargo, el complemento de dichos elementos es fundamentalmente el resultado de una relación del hombre con el vino.

## La Viticultura o cultura del vino

El vino es el jugo fermentado de la uva. Las actividades de elaboración, consumo, comercio, catación, entre otras, estructuran el concepto de viticultura. Es una bebida rica en elementos simbólicos, que van desde sus matices ceremoniales religiosos, los referentes afrodisíacos y curativos, hasta la búsqueda de clase y status de quien lo consume. En el escenario moderno, el encuentro de la viticultura con el mundo capitalista e industrializado reactivó economías en los países tradicionalmente vinícolas e impulsó macroproyectos en zonas emergentes especialmente Australia, China y

Sudáfrica. En América Latina, el caso de Chile es significativo. Igualmente, importantes entidades financieras, están trasladando capital hacia terrenos vitícolas y cosechas especializadas. Los párrafos siguientes muestran también el camino simbólico del vino.

Según Moriondo, C. (2004), el vino no fue inventado, ya existía en los lugares donde se cultivaban las vides; tal vez, se colocaban los racimos en recipientes donde espontáneamente se producía la fermentación. Probablemente, éste fue descubierto entre los años 8.000 y 10.000, a.C. Según la autora, las fuentes que dan cuenta de su historia y que resalen a 5000 años a.C. son: escritos épicos, histórico-geográficos, tratados específicos sobre agricultura y fuentes religiosas. El documento más antiguo, que se refiere a esta bebida, es el poema épico sumerio de Gilgamesh<sup>9</sup>, (obra del 1800 a.C.). El escrito, en la décima parte, narra la entrada del protagonista en el reino del sol donde encuentra una viña encantada, cuyo vino debería darle la vida eterna. Según Hugh, J. (1990) El poema es la versión babilónica de la historia de Noé.

Homero, continúa Moriondo, cuya obra trata de las relaciones entre las divinidades y los hombres, en la Odisea, se refiere al vino como ofrenda para los dioses. Igualmente, son referencias: "Las historias" de Heródoto, del siglo V a.C. "La Geografía" de Strabone, siglo I a.C. y en la época romana, son importantes los tratados de agricultura de Catone<sup>10</sup> (234-149 a.C.) y Res Rusticae de Columella (65 d.C.).

En el primer milenio a.C, la salida al poder del imperio Asirio, y su desplazamiento más hacia el norte, hacen que el vino adquiera mucha importancia; pero, aún está destinado a una población muy reducida. "Sólo quienes le servían al rey podían tener una pequeña dosis". El imperio Asirio fue luego derrotado por el Babilónico, siglo VII a.C. y a su vez los persas conquistaron los babilonios con Ciro 539 a.C. Heródoto habla de Asiria como país productor de vino.

Egipto conoce el esplendor de la vid con el reinado de Rapses III, gracias a condiciones climáticas; allí fue utilizado como ofrenda, "libación"<sup>11</sup>, para los muertos o en los banquetes. Desde esta época la bebida comienza a relacionarse con temas como: el sexo, el amor, la lujuria y la fertilidad; argumentos retomados por los griegos y los romanos.

Tachis, G. (2003) encuentra una relación entre los romanos, los reyes, las instituciones más duraderas y el consumo del vino; así mismo, se refiere a los griegos como fundadores de una gran civilización que "personifi-

<sup>7</sup>Como lo expresan (García et al., 1996): la vid se introdujo al Valle del Cauca desde 1925, en 1995 había 1945 ha de tierras con cosecheros 1565 y produce 18.227 toneladas de uva, un promedio de producción de 12,5 por hectárea, y representan 10.254 millones de pesos por los productores. Se cultivan en los Municipios de Babani, La Unión, Gómez, Tota, El Centro, Aguakoa, Guacón, La Victoria, Tulua, Palmira, Hambo, San Pedro, Buga, Yumbo, Riosucio, Jamundí. Este cultivo, según los autores, genera 500 empleos por hectárea al año, que se crearon entre 1985 en 1995 para ser en el departamento. Hay 3880 viticultores de los cuales el 92 % cosecha uva. Cada viticultor tiene 180 plantas promedio. Hay dos cosechas al año. Aquí la vid crece y se desarrolla bien entre los 800 y 1500 msnm (Colombia gracias a esta producción ocupó el primer puesto en exportación de uva fresca).

<sup>8</sup>Las investigaciones fueron hechas en la zona del Imbábura, se le pide escribir un informe de ensayos y comprender conceptos de nivel primario (pregrado y posgrado) (trabajo de campo), un seminario intermedial sobre viticultura y enología tropical de altitud (201 versión), el apoyo personal de Guipino Roa (asesor permanente de expertos en el tema, entre ellos, dos premios Nobel) cuando allí. Tales circunstancias condujeron al proyecto de reunir elementos que marcarían la identidad vitícola y vinícola de la región. Estos pueden combinarse con: altitud y calidad, la intensidad lumínica, la temperatura diurna y nocturna, características del suelo, ecología del paisaje, frecuencia y transparencia del cielo, el contenido de calcio y potasio ("Brix en uva") de la uva, la salinidad de la bebida, por menor fructosa, -pero, menor más, de azúcar de la región-, las condiciones de espacio climático -para poder apreciar los efectos de las características de la uva y el paisaje-. La producción continúa de uva durante la temporada y la vid es de alta calidad, en la zona del Imbábura, con las condiciones "ideales" que delimitan este viticultura.

<sup>9</sup>El primer texto escrito del mundo a agricultura romana es el de Catón. "De agricultura" de Marco Porcio Catón (234-149 a.C.). En sus 160 capítulos el autor describe las características de un fondo productivo, los cultivos, la vinificación, la explotación y el comercio de la uva. Ver: Moriondo C. "La vid y el vino de Catón". In: Colección de la Universidad de Bogotá de 2004. 94-95. Casanova delgado del siglo que describe "En la historia de un vaso de vino de Colombia y de un momento de su elaboración".

ca" el vino en un dios; Zeus", el padre de los dioses griegos, quien crea a Orestes (de Osiris dios egipcio del vino), el cual planta una viña y encarga a Dionisio de su cuidado; él aprende y enseña el arte de hacer vino. Para ellos, esta bebida era liberación, éxtasis y la embriaguez a la que se le dio connotación sagrada, pues, era la mejor manera de contactarse con la divinidad; místicos del cristianismo como San Juan de la Cruz, hablan de embriaguez espiritual" Gómez, F. (2001).

Enriquece esta construcción históricosocial del "mito" del vino representado particularmente en la fe hacia Dionisio, dios del vino:

"El vino es una bebida distinta de todos los otros productos de la tierra, capaz de generar una verdadera virtud que exalta, amonesta y eleva, hasta hacer verdaderamente a un individuo que en el vino un dios se manifiesta a sí mismo. Dicha creencia resalte a la edad del culto de la viña, planta dionisiaca, porque sólo aquello que se cultiva a las raíces profundas, puede extenderse rigurosamente. El vino es entonces el producto de la madre selva, imagen del mismo dios cuya madre tuvo por adorno la flama del fuego. Hebraic "vinea": el vino: si flama, ardere sempre". (Tachis, G. 2003:209).

Otro elemento que juega un papel muy importante en la construcción del mito vinícola, es el relacionado con la conexión psicológico-cultural hacia las bebidas alcohólicas. En este sentido, el mismo autor expresa:

"El instinto que conduce al hombre hacia una determinada bebida, según su naturaleza y característica, modifica las propiedades psicológicas intelectuales del hombre. De donde mucho de las diversos culturales. Un estudio comparativo revela con elocuencia como las preferencias peribridas de cada grupo humano, son en realidad el producto de procesos sociales y pertenencia de hecho a universos construidos muchos veces simbólicamente: como el del vino". (Tachis, G. (2003:207).

El autor mencionado se pregunta: ¿acaso, desde Homero a Eurípides, de Pericles a Senofonte, de Julio César a Horacio, de Octavio a Virgilio, no fueron todos "estimadores" del vino?, y afirma que:

"Ninguna bebida está más encorvada, alma que el vino, este tiene el poder de elevar el espíritu del hombre... No hay producto de la industria que posea una facultad similar... La excelencia de un vino toca la felicidad, la serenidad y la salud. Recrea su humor, alivia las penas, rejuvenece, infunde esperanza, coraje y sabiduría". (Tachis, G. 2003:207).

El "mito" se continúa construyendo, no sólo por los efectos psicológicos que logra producir en quien lo bebe, sino que da una especie de status a quien cultiva la vid:

"Quien cultiva la vid, más que realizar un trabajo, cultiva una misión en el campo del buen vivir y de la ética moderna. La actual nobleza mercantil está consagrada en la buena viticultura. Poseer una viña, cultivarla, producir botellas de calidad no es sólo un deseo, una pasión y una actividad particular, sino es casi un status símbolo como en la antigüedad". (Tachis, G. 2003:209).

Si los anteriores argumentos, como la "brillantez" intelectual, los estados de ánimo significativamente mejores, las ventajas del viticultor por participar y ser protagonista de la ética moderna, las bondades para la salud y ante todo el "status symbol", son importantes para la construcción del "mito"; la narrativa se enriquece aún más con argumentos decisivos como la relación del vino con el placer, el amor y la sexualidad.

"La transformación de la intimidad" de Giddens, A. (1992) es un indicador, entre muchos, de un sujeto moderno que enfrenta y vive su sexualidad más pública y espontánea. Esta tendencia se puede explicar e ilustrar por las numerosas actividades que mejorarían su dimensión sexual, entre otros: productos sintéticos, viagra, frutas, semillas, carne de animales exóticos, ambientes, condiciones climáticas, raíces, ejercicios corporales, carnavales, espectáculos y bebidas. El vino ha sido colocado en el imaginario colectivo como Dionisio, Baco, Afrodita, divinidades relacionadas con el placer sexual. Puede establecerse una correlación entre el consumo de vino y la transformación actual de la intimidad.

Tachis sostiene que, para los romanos, beber vino de vides podadas por las mujeres era como cometer adulterio, mientras que para los griegos existía una relación directa entre el amor y el vino; el vino era medio eficaz para alcanzar el placer sexual. El vino era la leche de Afrodita; para los persas y armenos; a la diosa del amor, Amaiti, se le rendía culto sólo en estado de embriaguez; lo mismo sucedía en Egipto, con las divinidades de la naturaleza fecunda y generadora, Iside y Osiris. Osiris era el sol para la vida masculina e Iside, la tierra para la vida femenina. Los sacrificios ofrecidos a ellos se hacían en estado de embriaguez alcanzada por el consumo de vino<sup>2</sup>.

Pero si hay un argumento que haya fortalecido la tradición vinícola, es el encuentro de la planta y la bebida con el capital financiero.

Según Sarnari, T. (2003), entre los años 2000 y 2003, sucedieron una serie de fusiones, adquisiciones, incorporaciones, acuerdos comerciales que trajeron consigo

<sup>2</sup> Zeus consideró la fátiga de los hombres y decidió mandar un consolador para aliviar el dolor, la vid. Este regalo de dios, salió a dar calor y vida a los vides, el calor, como el fuego, los calientes y la calma. El metabolismo esencial de las plantas es la expresión de sus fuerzas y de sus trajes en color, olor y sabor. Su fin más es perpetuar la especie. En consecuencia, hay mecanismos que hacen que las aves, que son distribuidoras de ADN de las plantas, actúan como tal. Muchas plantas desarrollan formas de flores y hojas particulares para poder hospedar insectos y aves. La necesidad de perpetuar la especie, sólo se deriva de la finalidad del metabolismo secundario de las plantas. De esta manera, la permanente expresión del vino, como "el alcohol" sea el, puede ser interpretado como la transformación secundaria de la vid; perpetuar la especie humana es el objetivo del ser humano, el cual lo representa en el mundo.

grandes cambios en el sector vitícola y vinícola; por ejemplo, comenta que en Australia los empresarios vinícolas cotizan en la bolsa. Según analistas, la empresa americana "Constellation Brands", a través de su división de vinos, se vuelve el principal actor mundial del sector con un facturado de 2 billones de dólares. Las palabras de orden que las empresas vinícolas han incorporado parecen ser: internacionalización y concentración; la concentración se refiere a la exigencia de poseer más servicios y oferta, para poder ser competitivos en el mercado y aprovechar mejor las economías de escala en el sector productivo o comercial igualmente, mediante grandes inversiones fuera de los límites nacionales.

Así mismo, Gordini, P. (2003) habla de un cierto "fenómeno vino" donde los países, tradicionalmente productores y consumidores, son acompañados de los emergentes en la producción y prácticas. Aunque Francia, Italia y España siguen manteniendo la tradición; sin embargo, incrementaron la producción en los últimos años así: España +6.7% con respecto a E.E.U.U. que aumentó de +56.4%, China +140%, Australia 133.4%.

Pantini D. (2003), informa, que en el año 2001, el comercio mundial del vino alcanzó alrededor de los 6 millones de toneladas, que corresponden a un negocio de trece (13) billones de dólares. Un dato curioso, agrega el autor, por ejemplo, es analizar que Oceanía, entre los años 1992 y 2001, aumentó sus exportaciones de vino en un 427%; los incrementos de las exportaciones de vino de países emergentes en viticultura fueron de 440%. Pantini aclara que, en la era de la globalización, ningún mercado parece estar más en grado de escapar a políticas de competitividad y de intercambios mundiales, y el vino está dentro de estos productos.

Para finalizar, estos argumentos que tienen que ver con la construcción social del "mito" de la viticultura y vinicultura, se ilustra brevemente con otra faceta del vino: su aporte a la salud. La contribución entre otras, la hace Giannini A. (2004), quien reporta que se logró normalizar la actividad de las células en un grupo de pacientes tratados con un medicamento que contenía resveratrol componente del vino rojo - que combate las radiaciones libres. Un segundo estudio al respecto, continúa la autora, está orientado a mejorar las funciones cognitivas de los pacientes de Alzheimer. Se ha observado un progreso para evaluar memoria, orientación, atención, razonamiento y habilidad lingüística. En síntesis, las propiedades antioxidantes del vino rojo, o mejor de su componente resveratrol, están demostrando su utilidad en la terapia del Alzheimer<sup>1</sup>.

De otro lado, Caccia, E. (2004) describe la bondad saludable del vino, explicando que un vaso diario no

sólo previene las enfermedades cardiovasculares y los polifenoles protegen los capilares, reduciendo la presencia de colesterol en la sangre, previniendo los riesgos de arteriosclerosis, sino que las mujeres antiguamente lo usaban como regeneradores de la piel. Esta costumbre es retomada hoy con el nombre de vinoterapia. El vino contiene ácido tartárico, el cual hace parte del ácido de la fruta, una sustancia "delicada" y "suave". Otras sustancias que se encuentran en la uva y que son útiles para la piel son: los ácidos grasos polisaturados, la vitamina F y la vitamina E, extraídas de las semillas de la uva, los flavonoides útiles para el cansancio circulatorio y los polifenoles que protegen los capilares. Pero, especialmente, el vino sobre la piel actúa como un anti-envejecimiento y combate los radicales libres. Vinoterapia encierra entre otras, actividades como: masajes con hollejos, mascarillas con extractos de uva, hidromasajes con aceite de semillas de uva, inmersiones en tina llena de vino rojo y agua termal, bondades tonificantes y anticelulitis con *Vitis Vinifera*.

De esta manera, placer, amor, sexualidad, salud, religión, sacrificio, empresa, capital, patrimonios, inversiones, comercio, vinoterapia, mercados, industria, tecnología, status del viticultor, intervención institucional, (imperial, monárquico, eclesial, estatal, municipal) son conceptos que integran un contexto histórico complejo y circunstancial para la emergencia de un proyecto vitícola en el Valle del Sol. Como se dijo antes, después de 5.000 años de tradición vitícola, los viticultores del Valle del Sol, conocen, deciden y plantan vides, en condiciones climáticas particulares y con entornos sociales específicos. En cuanto a condiciones climáticas, se trata de una viticultura tropical, en una zona de altitud 2400 y 2600 msnm, excelente luz, temperatura adecuada en el día y en las noches, en ladera para protegerla de las fuertes haladas de la sabana.

Los entornos sociales específicos coinciden con circunstancias históricas de patrimonios religiosos, rurales, agrícolas muy profundos; fenómenos modernos y contemporáneos, intercambios culturales rápidos, expansión de mercado y comercios, globalización y capitalismo, entre otros. Así mismo, coincide con una crisis económica del País y una polarización del conflicto, la llegada de cultivos ilícitos al Departamento y un aumento de la división de las tierras en Boyacá: minifundios por los microfundios. Igualmente, la incorporación de la viticultura tropical de altitud, en el Valle del Sol, es consecuencia de una urbanización parcial individual de lo rural; es decir, la instalación, en sectores rurales, de "comodidades" y servicios urbanos inexistentes; han sido intervenciones culturales y, consecuentemente, una circulación cultural, en este caso tecnológica por sectores regionales.

<sup>1</sup> Acerca de los radicales libres, en "El beso de la vida en el hombre", Quijano Ricardo.

<sup>2</sup> A medida que aumenta la concentración de belgenos en la agricultura, aumenta el autoconsumo de los productores vitícolas. Dicha actividad está asociada con actividades de origen orgánico, basadas generalmente en las reacciones químicas de los procesos vitícolas. Para seleccionar las plantas frescas en que resalta en extractos apropiados, contra la oxidación del vino, acompañada por la oxigenación de las células vegetales. A través de sustancias antioxidantes sintetizadas por las plantas, juegan un rol importante. Diferentes nombres del mundo moderno alfabético, reaccionan de acuerdo con los que se emplean en la elaboración del producto: sustancias de origen natural, antioxidante, enfermedad de Alzheimer, envejecimiento prematuro y los productos de las plantas, se citan en, que contribuye una manera importante de antioxidantes libres en la prevención de esas enfermedades. Este se representa en este contexto, en caso particular. (Quijano Ricardo, 2001:3).





\*Promotora Don Roque con dos de sus hijos: Manzo y Fernando. Al fondo el vilvato.

Don Víctor Morales manifiesta:

"Buena, aquí, herramienta nueva que ha tardado a cumplir fue una sacatruera o el ahoyador, que era lo que yo tenía. Otra herramienta fue una que sirve para cortar el alambri o para sacar erampas... man guerra y ejeras, peñador, y la familiaridad. Efectivamente son como esas cosas que se las sabe cantar: jallón, los ejeros, la mascarilla para fumar, pero, que es lo mismo, comparado no por que no quisiera más sino porque he bajado más". (Mo, este, Víctor, En el mito veniano, 21 Septiembre 2011)

Lo anterior ilustra también una transformación cultural o enriquecimiento de la tradición gracias a la incorporación de nuevas herramientas. Éstas constituyen para las civilizaciones rurales agrícolas un eje primordial de su avance y de sus logros. De esta manera, el efecto vid en el Valle del Sol es también una recaptalización tecnológica, gracias a la adquisición de nuevas herramientas.

Hasta aquí se ha abordado, de manera histórica, el surgimiento de la viticultura y la cultura del vino. Estas dos prácticas han estado cargadas de elementos culturales, simbólicos, profundamente significativos, que van desde una experiencia religiosa para ofrecer un sacrificio, hasta la creencia de ser un "catalizador" de la vida sexual y afectiva, un medicamento o una manera de reclamar, defender o adquirir un status. Los "mitos" se han construido desde varias vertientes y el encuentro de don Florentino, don Parmenio, don Arcadio u otro viticultor del Valle del Sol, es una conexión con un patrimonio de patrimonios, Gutiérrez, R. (1996), de práctica vitícola milenaria, apoyada no sólo por un conocimiento práctico científico de generaciones de viticultores, sino por actividades y costumbres rituales y sacrificales, eventos sociales y culturales que logran aún enriquecerlo y extenderlo. Sin embargo, el fortalecimiento del "mito" ocurre actualmente gracias a la intersección de la viticultura con la ciencia

en la periferia y ésta con el capitalismo y los mercados. Se sugirió antes, que los mercados marítimos del vino hicieron extender la viticultura a muchas zonas del Mediterráneo; es importante que permanezcan las circunstancias y conexiones descritas, para que continúen y se consoliden la economía de mercado, el comercio y la extensión de la viticultura en el Valle del Sol.

Con respecto a Boyacá, el caso estudiado demuestra que la emergencia está sustentada con elementos esenciales, por ejemplo, con una forma de producción campesina, que incorpora tecnología vitícola en condiciones de minifundios, con características de Terroir específicas, y con unas estrategias que permiten detectar cambios sociales.

En la nueva producción cultural que construye nueva ruralidad mediante la incorporación de un cultivo foráneo, además de las estrategias comerciales, simbólicas, de mercados y tradición, participan otros elementos culturales como la ciencia, la tecnología, las fiestas y el folclore.

Los campesinos boyacenses son buenos consumidores de bebidas como la chicha, el guarapo y la cerveza. El vino especialmente "cariñoso de manzana"; está reducido a grandes fiestas como Navidad, Semana Santa, las primeras comuniones de los niños, fiestas de quinceañeras y matrimonios. La explicación del bajo consumo es el precio; sin embargo, ese aumentará en la medida que haya más producción. ■

- BERNÚDEZ M. (1999). El Espíritu del vino. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- GACCIA F. (2004). "Italia dalla viticoltura. La giovinezza della pelle inizia dai tralci della vite". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXXI No 5. Milano: Lariana S.r.l., 93-98.
- CALO, A. (2003). "Alle radici dei vitigni italiani". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXX No 12. Milano: Lariana S.r.l., 57-65.
- FREGONI, M. (2001). "Sono 17.312 i vitigni nel mondo. C'è ancora spazio per i nostri?". En: *Civiltà del Bere*. No 12. Milano: Lariana S.r.l., 19-55.
- \_\_\_\_\_. (2003). "Le strade romane del vino". En: *Vignevini, Rivista Italiana di Enologia Viticoltura e Mercati*. Anno XXX- N° 1-2. Bologna: Edagricole, 27.
- \_\_\_\_\_. y Sawa M. (1993). "La vite ed el vino nala cultura e nala religione hebraica".
- Moriondo, C. (2004). "Dalla scoperta dell'America nacque un' altra viticoltura". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXXI No 10. Milano: Lariana S.r.l., 140-142.
- \_\_\_\_\_. (2004). "La vigna secondo Catone". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXXI No 5. Milano: Lariana S.r.l., 84-85.
- \_\_\_\_\_. (2004). "Quando nasce il vino". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXXI No 3. Milano: Lariana S.r.l., 89-92.
- GALINDO J, TORO J y GARCÍA A. (1998). Manejo técnico de cultivo de la vid en el Valle del Cauca. Cali: Publicación de GENILVA.
- GIDDENS A. (1992). La transformación de la intimidad. Madrid: Cátedra (Grupo Anaya, S.A).
- GIANINI, A. (2004). "In vino Sanitas. Un componente del vino rosso forse è in grado di bloccare l' Alzheimer". En: *Le scienze*. Edizione Italiana di Scientifico Americano. No 426. Milano: Poste Italiane Sped, 39.
- GORDINI, P. (2003). "Domanda e offerta i protagonisti". En: *Vignevini, Rivista Italiana di Enologia Viticoltura e Mercati*. Anno XXX No 6. Bologna: Edagricole, 35-38.
- GÓMEZ, F. (2001). "A guisa de ideas sobre el rol de la iglesia en la protección y expansión de la cultura de la vid y el vino", ponencia presentada al Seminario Internacional sobre Viticultura Tropical de Altitud. Vitifeco & Cava Loma de Puntalarga. Nobsa - Boyacá (Inédito).
- GUTIÉRREZ, R. (1996). Patrimonio ¿Qué patrimonio?. Memorias seminario internacional Bogotá. Instituto Nacional de Vias. Subdirección de Monumentos Nacionales. Pág. 8.
- HUGH, J. (1889). Une histoire mondiale du vin. De l'antiquité à nos jours. Pluriel.
- MARENGHI, M. (2002). "Simel 2001: L'industria del vino fa fiera". En: *Vignevini, Rivista Italiana di Enologia Viticoltura e Mercati*. Anno XXX No 3. Bologna: Edagricole.
- PANTINI, D. (2003). "Lezioni di marketing dall'emisfero sud". En: *Vignevini, Rivista Italiana di Enologia Viticoltura e Mercati*. Anno XXX No 7/8. Bologna: Edagricole, 17-18.
- lo, 7-10.
- PILLON C. (2003). "Zonazione, la partenza per far vini straordinari". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXX No 7-8. Milano: Lariana S.r.l., 53-55.
- QUIJANO RICO (1999). Cerca de un siglo construyendo, en el Valle del sol, mediante la innovación, una tradición fundada en la calidad. Vitifeco & Cava Loma de Puntalarga, Nobsa - Boyacá.
- \_\_\_\_\_. (2002). La Loma de Puntalarga. Entre rituales precolombinos, caminos coloniales y viticultura científica en la edad global. Vitifeco & Cava Loma de Puntalarga, Nobsa - Boyacá. (Inédito).
- \_\_\_\_\_. (2003). Fundando científicamente un Cru tropical. Viticultura en altiplano de "El dorado". Vitifeco & Cava Loma de Puntalarga. (Inédito).
- \_\_\_\_\_. (2001). "Los vinos del Valle del Sol. El nacimiento de la viticultura y de la enología de clima frío tropical". En: *Cultura Científica*. Año 1, No 1. Tunja: Fundación Universitaria Juan de Castellanos, 5-11.
- \_\_\_\_\_. (2001). De la salud de la vid a la del hombre. Indicios para entender parte del misterio del vino". Vitifeco & Cava Loma de Puntalarga. Inédito.
- SARNARI, T. (2003). "Nuovi assetti industriali nel mondo". En: *Vignevini, Rivista Italiana di Enologia Viticoltura e Mercati*. Anno XXX No 11. Bologna: Edagricole, 50-56.
- TACHIS DI GIACOMO. (2003). "Dalla Fiamma del vino mille di luci o ombra". En: *Civiltà del Bere*. Anno XXX No 11. Milano: Lariana S.r.l., 207-210.