

El éxtasis del colibrí

Por: *Gómez-Sierra, Fabio Aldemar

HUELLA Y GUÍA CULTURAL DE LA VID Y EL VINO El caso del "Marqués de Villa de Leyva"

HUMMINGBIRD ECSTASY

FOOTPRINT AND CULTURAL GUIDE FOR THE VINE AND WINE. THE CASE OF "MARQUÉS DE VILLA DE LEYVA"

RESUMEN

En este artículo de reflexión acerca de la viticultura en Boyacá, se analiza desde el proyecto Ain Karim¹ y su producto vino Marqués de Villa de Leyva, ubicado en el Valle de Zaquencipá; un sistema estructurado de sentidos que este tipo de agricultura logra aglutinar en el lugar donde se instala. Históricamente, las prácticas vitivinícolas han logrado involucrar elementos sustanciales de la dinámica cultural: sistemas de creencias, identidad, salud y enfermedad, economía y formas de socializar ingiriendo bebidas fermentadas. El vino "Marqués de Villa de Leyva", emerge en un contexto de clima, suelo y subsuelo, con características potenciales para su desarrollo, que sin embargo deben ser certificadas con estudios especializados de vitivinicultura moderna tropical. En este Valle de Zaquencipá, como se le denominaba ancestralmente, la geosimbólica religiosa era irradiada por las montañas de Iguaque, espacio sagrado de los Muiscas. La conquista y la colonia la transformaron por una geosimbólica cristiana, económica (producción de trigo) y militar. Actualmente la población de Villa de Leyva y su entorno es atractivo para turistas, residentes de clase media y capitales significativos; en este contexto nace el Viñedo fundado en la década de los ochenta por el señor Pablo Toro; inicialmente importando las cepas Cabernet Sauvignon, Chardonnay y Sauvignon Blanc. Aquí se replica la cultura de la vid y el vino, que además está sustentada por una constante de estética, higiene y etno-técnica propias. Su proceso deja percibir elementos sustanciales de globalización cultural, internacionalización de localidades y necesidad de analizar las etno-técnicas productivas regionales.

Palabras clave: Cultura, vid, vino, valle, "Marqués de Villa de Leyva".

ABSTRACT

In this article reflecting on viticulture in Boyacá, is analyzed from the project and its product Ain Karim¹ wine Marqués de Villa de Leyva, located in the Valley of Zaquencipá, a structured system of meanings that this type of agriculture does unite in place where it is installed. Historically, viticultural practices have managed to involve substantial elements of cultural dynamics: belief systems, identity, health and disease, and ways to socialize economy ingesting fermented beverages. The wine "Marquis of Villa de Leyva" emerges in a context of climate, soil and subsoil, with potential for development characteristics, which however must be certified with specialized studies of tropical modern winemaking. In this Zaquencipá Valley, as it was called ancestrally, the religious geosimbólica was irradiated by Iguaquemountains, sacred space Muiscas. The conquest and colonization transformed it by the Christian geosimbólica, economic (production of wheat) and military. Currently the town of Villa de Leyva and his environment is attractive to tourists, middle-class residents and significant capital, in this context arises the Vineyard founded in the early eighties by Mr. Pablo Toro, originally imported strains Cabernet Sauvignon, Chardonnay and Sauvignon Blanc. This replicates the culture of the vine and wine, which is also supported by a constant of aesthetics, hygiene and ethno-specific technical. its process leaves substantial perceive elements of cultural globalization, internationalization and localities need to analyze the ethno-regional production techniques.

Keywords: Culture, vine, winevalley, "Marqués de Villa de Leyva".

*Ph.D. (c) Antropología EHESS - París, Director General Instituto de Investigaciones Científicas-Inicién, Fundación Universitaria Juan de De Castellanos JDC, fabioaldemar@yahoo.es

Recibido: 27 de septiembre de 2012
Aceptado para publicación: 03 de octubre de 2012
Tipo: Reflexión sobre investigación

No existe ninguna meta al final de este largo viaje. El viaje es todo.
(Jefford. A)

CULTURAL NO "Leyva"

VINE AND "LEYVA"



"EL EXTASIS DEL COLIBRI"
TONDO EN TERRACOTA
CESAR GUSTAVO GARCÍA PÁEZ - ESCULTOR (2012)



Introducción

Los argumentos que aquí se presentan, se desprenden de un proceso de investigación acerca de la emergencia en Boyacá, materializada fundamentalmente en los proyectos vitivinícolas: Valle del Sol y Territorios Afines y su vino “Marqués de Puntalarga”² y el de Ain Karim con su vino “Marqués de Villa de Leyva”, objeto central de análisis en este escrito.

El enriquecimiento sociocultural logrado, en distintas sociedades, obedece a un sistema de sentidos que su proceso productivo ha construido y cuyo valor simbólico aglutina, irradia y compromete a localidades donde logra instalarse. El vino “Marqués de Villa de Leyva”, localiza elementos milenarios y recientes, globaliza un territorio ya permeado de símbolos y significados precolombinos, coloniales y modernos. Los efectos de este proyecto agroindustrial invitan a realizar una relectura de la etno-agronomía regional y su correspondiente etno-técnica³, campo científico de particular interés para el autor de este escrito.

Cultura de la vid y el vino (vitivinicultura)

Antes que cazador, el hombre fue recolector de vegetales para nutrirse, curarse, protegerse, adornarse y defenderse; así, diversas plantas recibieron el título de sagradas y:

“Los cultos vegetales que celebraban la fecundidad de la tierra son los más antiguos y los más profundamente radicados en la conciencia del hombre”. (Varriano, 2010:12)

Desde el punto de vista nutricional, algunos vegetales se presentan naturalmente listos para consumir, como la mayoría de frutas y verduras, pero otras, en cambio, necesitan de un “procesamiento”, para ser ingeridos; por ejemplo, el aceite, el pan y el vino, obtenidos del olivo, el trigo y la vid. Estas tres plantas con sus respectivos productos, reúnen múltiples actividades demandantes de lo que se denomina: cultura material (ciencia, técnica, tecnología) y espiritual (signos, símbolos, representaciones, creencias, mitos, ritos, predicción), (García – Ruiz y Figueroa, 2003).

Específicamente, la vid y el vino han logrado consolidar formas culturales de ser, hacer sentir, pensar etc., y esto es lo que alcanza una cultura como lo refieren Kroeber y C. Kluckhohn citados por García-Ruiz y Figueroa:





“Cultura es la manera estructurada de pensar, sentir y reaccionar de un grupo humano, adquirida y transmitida sobre todo por símbolos y que representa su identidad específica: incluyendo objetos concretos producidos por el grupo” (2003: 6).

Consecuentemente, el vino como producto cultural ha conseguido permear elementos sustanciales de la vida humana: religión, arte, identidad, salud, economía, ciencia, técnica y tecnología, literatura, gastronomía, necesidad de socializar y estar juntos, y fortalecidos por un “combustible social”, (De-mossier, 1999)

Los sistemas de creencias colindantes con el Mediterráneo: egipcios, hebreos, griegos y romanos y el cristianismo en particular, no sólo hicieron uso del vino para sus ritos sino que éste se “personificó” en divinidades o sirvió para comunicarse con ellas. Así sucedió con Osiris en Egipto, Dionisio en Grecia, Baco en Roma, (Hugh, 1989), (Gautier, 2003). Así mismo, la primera actividad agrícola narrada por la Biblia es la viticultura y fue iniciada por Noé, (Génesis 9,20...) La experiencia religiosa del pueblo hebreo tiene cimientos vitivinícolas que se expresaron más con el nacimiento y protagonismo de Cristo, quien no sólo celebró el rito del pueblo judío, sino que se auto-proclamó planta “yo soy la vid” y al vino lo denominó su sangre. El vino es una metáfora del cristianismo. La expansión de éste, hasta los aproximados 1196 millones de bautizados, demanda abundantes cultivos de vid y millones de hectolitros de esta bebida.

Sólo la Arquidiócesis de Tunja, importó entre los años

2005 y 2008, 1600 cajas de vino para consagrar por un valor de 193.045.017 millones de pesos colombianos (98.000 dólares) aproximadamente⁴; en Boyacá hay cuatro diócesis más, y en el territorio nacional hay 12 arquidiócesis, 53 diócesis y 10 vicariatos. Todas estas instituciones necesitan diariamente de vino “genuino” para la celebración de los sacramentos⁵.

Así mismo, otro elemento sustancial de expresión cultural es la manifestación artística y desde allí la vid y el vino han sido temáticas fundamentales para la pintura, la escultura, las arquitectura en distintas épocas, géneros y estilos. (Miret 2005), si bien el vino es ya un arte (Varriano, 2011),

“A través del arte descubriremos como esta bebida sagrada para el hombre y los dioses antiguos representa los grandes temas de la vida: la realidad y la ficción; el placer y el olvido, la verdad y la mentira; la riqueza y la pobreza en lo sagrado y en lo profano” (Menón, 2009: 12).

De manera muy general y como lo refiere el autor antes citado, el arte ha logrado “invadir” distintas facetas del proceso de producción, elaboración y consumo de vino; por ejemplo las copas, los vasos, las ánforas delicadamente elaboradas con distintos materiales desde el oro hasta el marfil; así mismo, los mosaicos, frescos y decoraciones murales; la pinturas, diseños e incisiones; escultura marmórea, en bronce y madera y las etiquetas, constituyen un sistema de arte vitivinícola- iconografía publicitaria- que logra cautivar diversas sociedades hacia esta cultura.

Igualmente, las expresiones artísticas al respecto, se pueden observar como arquitectura del paisaje vitícola, (Gómez-Sierra, 2011) y como aplicación en los modernos templos a Dionisio, mediante el diseño de cavas, bodegas y muchas otras construcciones que esta actividad demanda y que luego pueden reconocerse como símbolos de identidad (Ganibeng, 2011).

El proceso de globalización, más antiguo que el descrito, hace que las culturas busquen estrategias para identificarse y no perderse en medio de la compleja diversidad; y la agricultura ha sido un mecanismo de identificación de las sociedades campesinas que luego pasa a representar todo un territorio e inclusive una nación. De forma particular, la vitivinicultura, desde los conceptos de zonificación, terroir y denominaciones de origen, (Gómez-Sierra, 2004), constituye una demarcación territorial, (Unwin, 1993) que distingue no sólo el producto sino la comunidad que lo elabora, así: Champagne, Valle del Rin, Valle de Napa, Toscana, Burdeos, Mendoza o Valle de Maipó, etc y en Boyacá El Valle del Sol cerca a Sogamoso y El Valle de Zaquencipá, en torno a Villa de Leyva. Éstos son sólo ejemplos de demarcaciones espacio-culturales constructoras de identidad por la distinción (Robert, 2010). La zonificación, el terroir y las denominaciones de origen, se transformaron en conceptos objeto de rigurosos estudios acerca del clima, el suelo y la cultura (Fregoni, 2003), que deberían ser reconocidas y protegidas colectiva y jurídicamente, (Dominique, 1995).

La búsqueda de identidad está estrechamente relacionada con el interés de reconocimiento socio-político. De ahí, “el poder de la identidad” (Crenn, 2011) y la razón de ser de su construcción y de su consolidación. La vid, por ser un cultivo permanente, liga a sus viticultores a un territorio el cual, presionado por el deseo de exclusividad, empieza a ser estudiado en sus mínimos detalles y el producto final, el vino, está precedido de reconocimientos geológicos, climáticos, biológicos, sociales y culturales. Es comprensible desde ésta perspectiva la frase de Varriano (2010) El vino es cultura y aglutinador de elementos culturales.

Otro factor decisivo en la estructura cultural está relacionado con la salud y el deseo de longevidad, parte de esta realidad y preocupación es “solucionada” por el vino, cuyo uso medicinal es muy antiguo como lo refiere Varriano (2010), ya el poeta Homero en la Iliada (siglos VIII-VII a.C.), describe cómo más de 147 heridas eran curadas con éste; a los mismos efectos se refiere Platón y la Biblia en el evangelio de San Lucas, (10, 16). El famoso médico griego Hipócrates recomienda diversos tipos de vino para distintas enfermedades; Asclepiade 124-40 a.C., gran médico romano fue denominado “el que receta vino” El uso farmacológico del vino fue profundamente estudiado por Dioscoride, en una obra titulada de “Materia médica”, en el año 65 d.C. Un volumen completo lo dedica al efecto curativo del vino y lo mismo hace Galeno. Los procedimientos vinícolas terapéuticos continuaron en la Edad Media, practicados por los monjes. En el Renacimiento, un tratado denominado Physica, refiere 230 plantas terapéuticas y la mitad de ellas debían ser inmersas en vino para que pudieran generar su efecto en la curación de artritis, úlceras,







problemas cardíacos, indigestión, migraña, intoxicación y sífilis. (Varriano, 2010).

A pesar de la aparición del método científico, en la Edad Moderna, la medicina alternativa, entre ella la del vino continuó aplicándose. Sin embargo, la ciencia logra comprobar la eficacia del vino como desinfectante, bactericida y antiséptico, pero se logró demostrar que el principal ingrediente no es el alcohol, sino las antocianinas, un subgrupo de numerosos polifenoles presentes en la bebida. (Varriano 2010)

Los estudios científicos acerca del vino y la salud son numerosos; en 1966 *British Medical Journal*, publicó 25 estudios; en el 2003, *Cardiology Clinics*, difundió 47 y la revista *Wine Spectator* hace lo propio en la sección *Vino y Salud*. Los estudios refieren que ingerir regularmente vino rojo ayuda a: retardar el envejecimiento, previene la enfermedad de Alzheimer y la demencia senil, los tumores de seno, colon, esófago, pulmón y ovarios; así mismo, disminuye el riesgo de

enfermedades cardíacas, la diabetes, las gripas, las cataratas, la indigestión, el insomnio, la degeneración muscular, la artritis etc. (Portmann, 2011 y Frank, 2009).

Por su parte, otro elemento estructural de un patrimonio cultural es la economía, desde este aspecto, se refiere que anualmente en el mundo se consumen 300 millones de hectolitros de vino. Hay plantadas aproximadamente 8 millones de hectáreas de vid, 34 millones de personas se encargan de elaborarlo: estos datos se extraen a partir de los 400.000 empleados que tiene la cadena vitícola francesa donde se cultivan alrededor de 900.000 ha. Es una de las producciones agro-alimentarias más lucrativas, la cifra mundial en negocios por vino representa 120 billones de dólares. Las solas exportaciones francesas en el año 2007 representaron el equivalente a 129 Airbus, (Robert, 2010). Las múltiples actividades desde la plantación de las vides hasta la cata del vino demuestran inversión científica y tecnológica, que son elementos transversales en el desarrollo cultural, por las posibilidades de información decodificada por dichas poblaciones.

Pero unido a elementos anteriores está la "necesidad" de beber productos fermentados; ya sea como "carburante social", (Demossier, 1999) o como rito vital que deleita la existencia. Es en este contexto que se propone una introducción en el entorno del vino "Marqués de Villa de Leyva".



Contexto en la emergencia del vino “Marqués de Villa de Leyva”

“El Marqués de Villa de Leyva” emerge en el Valle de Zaquencipá, territorio ancestral Muisca, marcado ya por un sistema geosimbólico donde el clima expresado mediante una temperatura promedio de 18°C, una altitud de 2110 msnm, con precipitaciones promedio de 942 mm, (Rabal, 2003); sirve como elemento que agrupa otras significativas manifestaciones culturales.

El suelo y subsuelo resultan de la existencia del mar cretácico de la Era Mesozoica hace aproximadamente 150 millones de años; de ahí la abundancia de fósiles: algas, peces, ammonites, grandes animales (Pronosaurus, Cronosaurus, Pliosaurios, Plesiosaurios, etc.), y plantas, (Acosta, 2012).

“Las rocas pertenecen a la misma formación cretácea que hace tan estériles las llanuras de Champagne y Provenza predominando extensamente en toda la comarca”. (Domínguez, C *et al.*, 2003: 120).

La cultura precolombina de esta zona se nutre de geosimbólica religiosa. Parte de ella, inmersa en las montañas y lagunas de Iguaque, lugar sagrado para los Muiscas, donde Bachué, la madre del género humano, emergió de la laguna, con “Iguaque” un niño de tres años con quien se casó años después, de cuya unión nació el pueblo antes mencionado, Medina (2006). Las colinas dieron a luz riachuelos y quebradas como los actuales “ríos” Sutamarchán y Sáchica que junto al aire frío que desciende, hacen de termorreguladores para la permanencia de un clima benigno y saludable.

La presencia de los pobladores Herrera⁵ en el Valle de Leyva, fue confirmada por Salamanca 2001, quien realizó excavaciones de plantas de vivienda en Iguasú, riberas del río Sáchica; (Lleras, 2011: 65). Los rastros de estas culturas se expresan mediante el observatorio (hoy denominado Infiernito) de Zaquencipá, diversas pictografías especialmente en Sáchica y una representativa alfarería en Ráquira; mientras que el clima les garantizó diversidad de productos de origen vegetal y animal.

La Conquista, originó la fundación de Villa de Leyva en el año 1572. Comunidades religiosas y estamentos militares cambiarían sustancialmente la geografía humana; conventos y parroquias de franciscanos, dominicos y agustinos, marcarían el territorio, apoyado primordialmente por la plantación



de olivos, trigo e intentos de viticultura. En el poblado nacieron, vivieron y murieron próceres, militares, virreyes y marqueses como el de San Jorge, título nobiliario que seguramente inspiró el nombre del vino Marqués de Villa de Leyva.

La edad de oro económica de esta zona, se produjo entre los siglos XVI y finales del XVII gracias al cultivo de trigo (Galeano, 2012), cuyas harinas abastecían distintos mercados regionales y nacionales.

“La región conocida como el altiplano cundi-boyacense, concentra la mayor fundación de molinos de trigo durante los siglos XVI y XVII, por la localización de asentamientos humanos importantes como Santa fe de Bogotá, Tunja y Villa de Leyva,” (Satizábal, 2004: 57).

Según este autor en ésta última, se reportan molinos en los años: 1614, 1630, 1639, 1649, 1717, para recordar: molino de la Rosita, molino de Lozada y molino de La Primavera. Sin embargo:

“La crisis económica de la región que observa la comisión, especialmente en la zona central de la provincia de Tunja se había acentuado desde comienzos del siglo XVIII cuando las “Harinas del Reino”, que abastecían la plaza de Cartagena y zonas mineras del occidente del país fueron sustituidas por las más económicas que producía Inglaterra” (Dominguez *et al* 2003:13).

Hoy, Villa de Leyva es un atractivo turístico nacional e internacional. Los imaginarios de clima saludable, junto a patrimonio arquitectónico colonial, museos, parques, festivales, son entre otros elementos que se comercializan. Es un laboratorio de internacionalización de las localidades, de convivencia multicultural de nativos de cabecera, clase media alta nacional y extranjera y comunidades campesinas; distintas expresiones artísticas han decidido crear, y crecer allí; el nombre de Villa de Leyva, ha irradiado sectores que administrativamente no corresponderían al poblado, pero avalados, como el caso del Viñedo Ain Karim.

Las características referidas han impulsado una significativa cadena de hoteles, restaurantes, viviendas lujosas y proyectos exigentes de ciencia y tecnología, como el que dio origen al vino “Marqués de villa de Leyva”.





El proyecto Vitivinícola Ain Karim. Nacimiento del “Marqués de Villa de Leyva”.

En la vereda de Pedregal Bajo del municipio de Sutamarchán, en medio de un territorio caracterizado por un clima con una altitud de 2100 msnm y una temperatura promedio de 18°C. Así mismo, el suelo y subsuelo estructurados por la formación cretácea, similar a las tierras de Campagne y Provenza en Francia (Domínguez, 2003), donde abundan los pedregales, oxigenados por islas boscosas de muelles (*Equinus molle*) o “falso pimiento”, sauces, cactus, buganvillas, urapanes, dividivis, cucharos y transformados por las culturas campesinas que modelan el paisaje con maíz, tomates y cebollas, trigo y olivos, atemperado todo por la corriente silenciosa y cristalina del río Suta, se encuentra el Viñedo Ain Karim.

Fue creado a comienzos de los años 80, por el señor Pablo Toro, un ingeniero mecánico y arquitecto, graduado en la Universidad de Cornell Estados Unidos, de trayectoria campesina e industrial, nacido en Manizales – zona cafetera.

Quien concibe la idea de plantar un viñedo, bajo la dirección científica de la Universidad de Davis en USA y el vivero Richter de Montpellier – Francia. Las cepas que vienen a compartir este territorio, después de rigurosos estudios, son las que más han logrado globalizar la vitivinicultura: Cabernet Sauvignon y Chardonnay y Sauvignon Blanc⁷.

La Cavernet Sauvignon parece ser originaria de zona de Medoc, (Di Corato, 2005) o de Burdeos según Lefford (2009), el “padre” es el Cavernet Franc, la “madre” el Sauvignon Blanc. Según Di Corato (2005), es una de las cepas más internacionales, por ejemplo, en Chile hay plantadas 12 mil hectáreas; es una de las más representativas de California, se encuentra en Rusia, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica. El aroma de su vino, de manera general, en todas partes está relacionado con desechos frescos de la madera del lápiz pasado por un sacapuntas, moras, pimienta, piedra, hierba, características organolépticas generadas por el clima y el territorio.

Por su parte, la cepa Chardonnay es considerada la más ciudadana del mundo. Borgogna es su origen, allí hay plantadas 35 mil ha; en California hay 40 mil ha y Brasil es el principal productor de su vino en Suramérica, la cepa está prácti-

camente en los cinco continentes, (Di Corato ,2005). Chardonnay es sinónimo de vino blanco, “que conquista como la sonrisa de un niño” (Jefford 2009), gracias a su sensualidad y su perfume es una de las variedades claves para la elaboración de Champagne. En cualquier lugar donde se quiera producir un vino espumoso y fino, no podrá faltar esta cepa. Sus vinos sabrán a cítricos, melón, nueces, mantequilla, vainilla etc., de acuerdo con el territorio donde se encuentren. La cepa Sauvignon Blanc, originaria de Burdeos, también es cultivada en numerosas partes del mundo. Sus vinos aromatan a hojas verdes, hierba cortada, tierra fresca, grosellas, espárragos, pedernal, rocas desmenuzadas, etc.

Para el desarrollo del proyecto vitivinícola fueron adquiridas 40 hectáreas de las cuales se han plantado 10 ha: 6 de Cabernet Sauvignon, 2 1/2 de Sauvignon Blanc, 1 ha de Chardonnay y 1 1/2 ha de Merlot (aún sin producción). En la actualidad se está investigando acerca de la adaptación de otras cepas como: Malbec, Merlot, Viognier, Mouvedre, Shiraz, Pinot Noir y Petit Verdot. Las ya adaptadas producen hasta 6 toneladas por hectárea, el equivalente a 35.000 botellas de vino anuales. Éstas son comercializadas especialmente en Boyacá y Cundinamarca, con un costo promedio de 35.000 pesos, (16 euros) cada una.

Apenas se ingresa al lugar se percibe el aroma de lo bello e

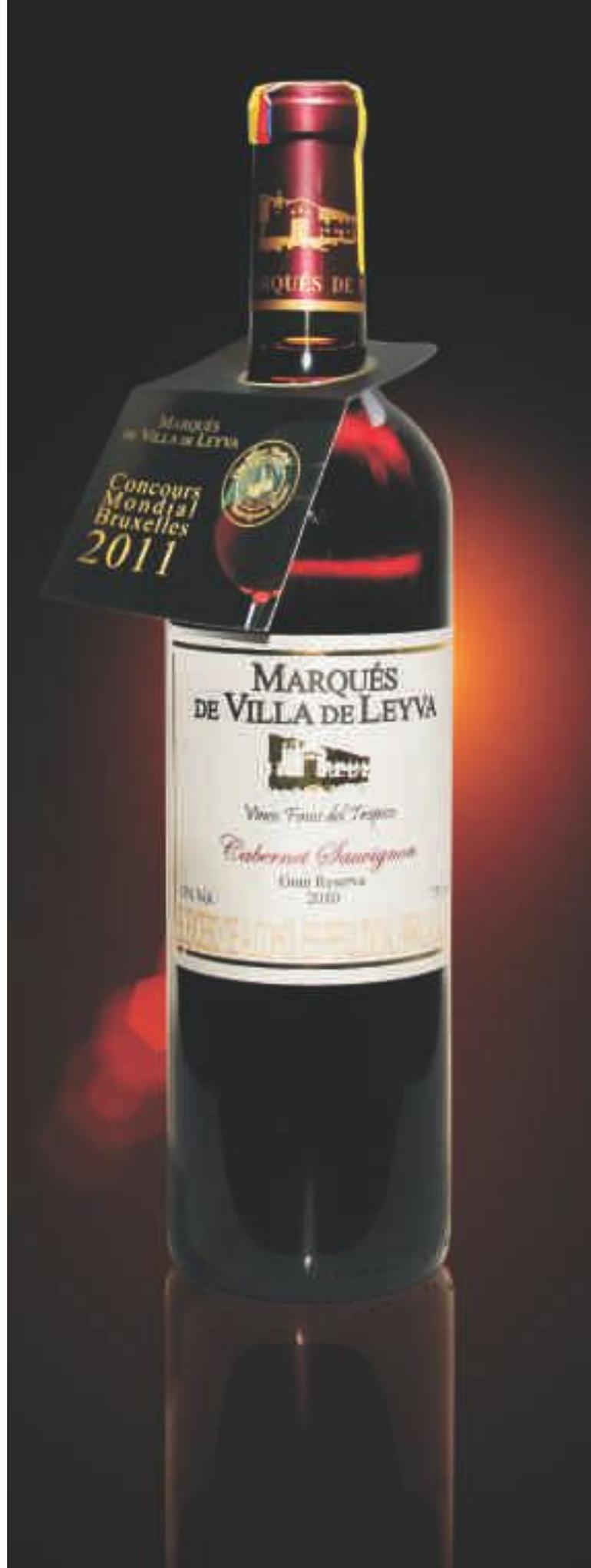
higiénico, una fisiología estética que los humanos compartimos y que la vitivinicultura reclama y exige para poder instalarse en un territorio. Para llegar a las construcciones, sirve de guía una fila de árboles mezclados, estratégicamente plantados, algunos de ellos marcados taxonómicamente. Éstos sirven también de barrera viva para cuidar o dividir las parcelas. De inmediato, un lago índigo como el cielo y las montañas mitológicas que protegen el valle de Zaquencipá, donde comparten y habitan peces, patos e innumerable biodiversidad, da la bienvenida al huésped, con brisa veranera. Fue construido para el proyecto, como fuente para el riego, recoge aguas lluvias y tiene una capacidad de 70000 m³.

Una vez alcanzadas las residencias : casa del dueño y la bodega (lugar de despalillado estrujado, fermentación alcohólica, atención al público, estudio, laboratorio y la cava), con arquitectura del poblado de Villa de Leyva, donde abunda la teja de barro y la madera, el visitante admira un patio grande cuidadosamente elaborado con piedra extraída del entorno. Allí, en materas elaboradas con barricas de roble descartadas, se aprecian pigmentos policromos de buganvillas. Quien desee descansar puede acomodarse en sillas o mesones de madera y protegerse del sol bajo grandes parasoles color verde marcados con el nombre del vino. Pareciera que todo el patio estuviera refrescado y observado por una fuentecilla y un mosaico de la



Virgen María, quien tiene entre sus manos un racimo de uvas blancas, seguramente de la cepa Chardonnay. Así, los detalles rigurosos y refinados parecen ser las bases que fundamentan cada espacio del proyecto.

Según Mauricio Camacho, Ingeniero Agrónomo de la Universidad Nacional de Colombia y especialista en Viticultura y Enología de L'Università Degli Studi di Torino, con prácticas en análisis químico y organoléptico en la renombrada zona del Barolo y Barbera en Italia, y hoy Enólogo del viñedo Ain Karim, la ciencia y la tecnología aplicadas al proyecto están centradas actualmente en labores de carácter agronómico: sistema de goteo por fertirriego, desde donde se aplican los fertilizantes y cuidados requeridos; las actividades de desyerbas, podas, de fructificación, podas en verde, (deschuponar y despuntar), la recolección de las cosechas; están mezcladas entre lo manual y mecánico, predominando la primera técnica. La protección de las cosechas, en particular de la avifauna, se logra cubriendo todo el surco con una malla fina, mientras que para las avispas, abejas y otros insectos, se elaboran trampas con melaza. Hay un laboratorio básico donde se realizan actividades de control de calidad organoléptica de la uva y destilación.







Elaboración del Marqués de Villa de Leyva

Una vez cosechada la uva, por ejemplo de Cabernet Sauvignon a mitad del mes de septiembre, (o cuando se presente la vendimia) se conduce a la bodega, para los procesos de despalillado y estrujado, hasta obtener el mosto que es depositado junto con el hollejo de la uva en 9 tanques de acero inoxidable, con capacidad desde 1000 hasta 5000 L, en donde se inicia la fermentación alcohólica.

Según Demossier (1999), la fermentación consiste esencialmente en el paso de un estado de la materia a otro, (azúcares a fenoles) es el tiempo del silencio y de la espera, marcado por una abundante y continua actividad higiénica donde el uso del agua es permanente, es el tiempo del control de variables en el que participan los cinco sentidos (olor, sabor, vista, audición, y tacto), es el detalle de los espacios controlados.

Después de algún tiempo, se separa el hollejo del vino y se lleva a la cava para ser depositado en barricas de madera, donde se produce la fermentación maloláctica, el vino envejece y adquiere todas sus características organolépticas.

La cava es un espacio sui generis dentro del conjunto de construcciones, es el lugar "sagrado" del viñedo, aunque un buen vino comienza en el viñedo, "es la cava que hace el vino" Demossier (1999). Aquí la penumbra, la humedad y el moho son sus emblemas, el vino adquirirá las características propias, percibidas luego en la degustación. En la de este viñedo hay 70 barricas de roble americano con capacidad de 220 litros cada una. En éstas, el producto de la uva perfecciona su identidad durante 6 y 18 meses para luego ser embotellado y etiquetado como "Marqués de Villa de Leyva". Su etiqueta está respaldada por una fotografía panorámica que deja ver las hermosas colinas que controlan el Valle y en el centro se observa el Templo parroquial (o Catedral) de Villa de Leyva, construido en el siglo XVII, y la casa cural. Complementa la marca el slogan "vinos finos del trópico", luego aparece el nombre de la cepa (Cabernet Sauvignon, Blanc, y Chardonnay), el año y su correspondiente status de calidad – Reserva, Reserva Especial, Gran Reserva.

A pesar de las identidades mundiales aromáticas de las cepas referidas, cada una de ellas puede expresarse diversamente de acuerdo con a las condiciones del territorio (clima, suelo-subsuelo y cultura) donde sea plantada (Gómez-Sierra, 2004). El Marqués de Villa de Leyva se manifiesta con sus tonalidades propias.







MARQUES
DE LEYVA

MARQUES
DE LEYVA

MARQUES
DE LEYVA

MARQUES
DE LEYVA



Efecto Marqués de Villa de Leyva en el Valle del Zaquencipá

Las variedades Cardonay y Cabernet Sauvignon se han considerado como las cepas más internacionales, están presentes en los cinco continentes. Su presencia en el Valle de Zaquencipá, refiere un proceso de globalización desde la vitivinicultura, estructurada por una “concientización” colectiva que comparte múltiples elementos de carácter simbólico, entre ellos los ritos religiosos y sociales. Globalizar la vitivinicultura significa internacionalizar prácticas productivas, gustativas, científicas, técnicas, artísticas, económicas y tecnológicas y cultura gastronómica. Es acordar un sistema de sentidos. Así mismo, esta incorporación cultural global en un territorio específico, hace que las localidades se internacionalicen por vías no oficiales y que contribuyan con una autonomía, enriquezcan su identidad y por ende, consoliden mecanismos de participación.

La vitivinicultura demanda un sistema complejo de actividades desde la producción de la uva hasta la degustación del vino. Esta multiplicidad de prácticas exige generalmente la creación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos, técnicos y populares que superan los usados para los cultivos tradicionales. Dicha constatación explica por qué la vitivinicultura transformaría lo social, y como ya se refirió, es una de las agriculturas más lucrativas del mundo. Por lo general, quien tiene un viñedo elabora también su vino, lo que implica adquirir mayor información, más cadena técnica y tecnológica a su favor.

El viñedo Ain Karim y su correspondiente producto vino “Marqués de Villa de Leyva”, son un efecto de la demostración de la inversión de significativos capitales asociados a procesos científicos y tecnológicos regionales; han implicado un ejercicio de profundo reconocimiento del territorio; clima, suelo, subsuelo y cultura, así como un estudio de la flora y fauna nativas. Además el proyecto se incorpora en una importante actividad turística regional.

Sin embargo, permanece como un proyecto industrial, aislado de la potencialidad del territorio para que las comunidades campesinas puedan incorporarlo a sus tradiciones agrícolas. Seguramente esta será la siguiente etapa. Como proyecto agroindustrial es una muestra de iniciativa empresarial suficientemente competitiva e innovadora, sustentada, en primer lugar, por la aplicación del conocimiento especializado, de ciencia y tecnología.

El Marqués de Villa de Leyva congrega elementos culturales expresados directamente como el patrimonio aromático y



cromático del territorio e indirectos como los legados artesanales, gastronómicos e históricos, de uno de los centros turísticos más importantes de Boyacá. A la par con la vid, emblema simbólico del cristianismo, deberían realizarse proyectos ambiciosos con olivares y trigales. Con estos últimos, reconstruyendo el sistema molinar que antaño hizo florecer la cultura y la economía del valle de Zaquencipá y de gran parte del territorio boyacense.

Ocurre hacer estudios profundos sobre *etno-técnica* y *etno-agronomía regional* para percibir los niveles de información que una comunidad es capaz de crear, transmitir y aplicar; desde esta perspectiva se tendrán elementos para fortalecerla.

N. B. En este Valle que aglutina cultura y los patrimonios se redescubren, la escultura de pensamientos, sentimientos y aromas, así como la percepción del entorno, encontró la sensibilidad y humanidad del maestro Escultor César Gustavo García. A él mi admiración y gratitud.

NOTAS

¹Ain Karim, significa: "Fuente del Viñedo" poblado cerca de Jerusalén, según la Biblia, fue en este lugar donde santa Isabel recibió la Visita de la Virgen María.

²Este proyecto fue creado en 1982 por el doctor Marco Quijano Rico, esta Revista desde el año 2001, ha publicado varios artículos sobre su proceso. Los interesados en conocerlo pueden consultar los números: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, especialmente los autores: Almanza, P., Gómez-Sierra, F. y Quijano-Rico, M. Así mismo Cf. Almanza et al, 2012 Manual de viticultura tropical. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja.

³Forzar las comunidades a cambiar de cultivos podría ser una presión hacia el desarraigo y pérdida de patrimonios técnicos.

⁴Datos gentilmente procurados por la oficina de asuntos económicos de la Arquidiócesis de Tunja.

⁵Si una sola Arquidiócesis como la de Tunja, sólo en dos años necesitó, vino para sus ritos por valor de 100.000 dólares, una aproximación nacional son 7'500.000 dólares.

⁶Cultura Herrera, denominada así por los estudios arqueológicos hechos en la laguna de Herrera en Mosquera, Cundinamarca, acerca de la cultura Muisca, entre los siglos IV a. C y el IX d.C.

⁷Información dada por el Viñedo Ain Karim

FOTOGRAFÍA: FABIO ALDEMAR GÓMEZ SIERRA

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, L. 2012 "Riqueza Paleontológica del Alto Ricaurte". En: Villa de Leyva, historia y legado. Imprenta Muisca, Tunja. p. 128-135
- ALMANZA, P et al. 2012. Manual de viticultura tropical. Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia, Tunja.
- CRENN, CH. 2011. "Entre Saint-Émilion et Bergerac: du vin et des identités en En: Delbrel, S et Gallinato- Contino, B" Les Hommes de la vigne et du vin. Figures célèbres et acteurs méconnus. Éditions du comité des travaux historiques et scientifiques. Bordeaux, p. 51-67.
- DEMOSSIER, M. 1999. Hommes et vins. Une anthropologie du vignoble bourguignon. Editions Universitaires de Dijon
- DI CORATO, D. 2005. "I mille volti di un grande vitigno. Cabernet. Il paladino della vigna" en Civiltà del Bere, n. 10. Ann XXXII. Milano. p 43-51.
- _____. 2005. "Il mille volti di un grande vitigno. Chardonnay. Cittadino del mondo" en: Civiltà del Bere, n 9., Anno XXXII, Milano, P. 47-58
- DOMINIQUE, D. 1995. Apellation d'origine et indication de provenance, Ed. Dalloz, Bordeaux IV.
- DOMÍNGUEZ, C. et al. 2003. Geografía física y política de la confederación Granadina. Volumen III. Estado de Boyacá. Tomo II Antiguos provincias de Tunja y Tundama y de los cantones de Chiquinquirá y Moniquirá. Unal, Bogotá.
- FRANK, M. 2009. "Harnessing Wine's Healing powers", The wine Spectator, 31, may, P. 54-8.
- FREGONI, M. et al. 2003. Terroir Zonazione e Viticoltura. Trattato internazionale. Phytoline, editore. Verona.
- GANIBENG, D. 2011. "L'architecture des caves coopératives héraltaises: L'exemple de Paul Brés (1901-1995). En: Delbrel S et Gallinato- Contino – B" Les Hommes de la vigne et du vin. Figures célèbres et acteurs méconnus. Éditions du comité des travaux historiques et scientifiques. Bordeaux, p. 129-146.
- GALEANO, D. 2012. "Trigo y Molinos: Pequeña introducción y su incidencia en Villa de Leyva. En: la de Leyva, historia y legado. Imprenta Muisca, Tunja. p. 227-233.
- GARCÍA RUIZ, J Y FIGUEROA, F. 2003. "Cultura interculturalidad y transculturalidad elementos de y para un debate". El Cadejo, Guatemala, No. 10: 5-25.
- GAUTIER, J. 2003. Le vin de la mythologie à l'oenologie l'esprit d' une civilization. Editions Feret. Bordeaux.
- GÉNESIS, 9,20... Biblia de Jerusalén
- GÓMEZ-SIERRA, F. 2011. "Alucinados por paisajes. Indicadores para una relectura del paisaje regional". En: Cultura Científica n. 9, Jotamar, Tunja, p. 42-53
- _____. 2004. "Zonificación, Terroir y fortalecimiento de los campesinos viticultores del Valle del Sol, Boyacá." En: Cultura Científica, n° 2, Jotamar, Tunja, p. 16-25.
- HUGH, J. 1989. Une histoire mondiale du vin. De l'antiquité à nos jours. Pluriel.
- JEFFORD, A. 2009. Conoscere il vino. Logos, Modena
- LLERAS, R. 2011. "Boyacá antes de los muisca. Los orígenes paleo indígenas del pueblo boyacense". En: Historia General de Boyacá. Tomo I los pueblos aborígenes de Boyacá. Academia Boyacense de Historia. Tunja, p. 49-74.
- MEDINA, M. 2006. Los Muisca, verdes labranzas, tunjo de oro, subyugación y olvido. Academia Boyacense de Historia y Fondo Mixto para la cultura de Boyacá. Tunja.
- MIRET, M. 2005. El vino en el arte, Lunweg Editores. Barcelona.
- MENON, P. 2009. Il Bello di Bacco. Appunti di viaggio nelle eleganti terre enoiche dell'arte. Edizioni centro Diffusione Arte Milano.
- PORTMANN, M. 2011. "Un médecin vainqueur des bienfaits du vin: Georges Portmann (1980-1985)". En: Delbrel, S et Gallinato Contino – B" Les Hommes de la vigne et du vin. Figures célèbres et acteurs méconnus. Éditions du comité des travaux historiques et scientifiques. Bordeaux. P. 198-202.
- RABAL, A. 2003. Diccionario geográfico de Colombia. Tomo 4. Instituto Geográfico Agustín Codazzi
- ROBERT, J. 2010. Le désir du vin à la conquête du monde, Fayard, Maury
- SATIZABAL, A 2004. Molinos de trigo en la nueva Granada. Siglos XVII-XVIII
- UNWIN, T. 1993. Storia del vino. Geografie, culture e miti. Donzelli Editore. Roma.
- VARRIANO, J. 2010. Vino Tra Storia e cultura, Odoya, Bologna.



ALQUÉS
LA DE LI