



## RESUMEN

La construcción permanente del campesinado boyacense continúa fundamentándose en sus labores agrícolas, aunque están cruzadas con elementos de globalización, redes, conexiones y heterogénea movilidad. Envece en la actualidad una alternativa sociocultural de fortalecimiento para los habitantes de las zonas rurales mediante las llamadas Denominaciones de Origen Geográficas, y conceptos como Terroir, zonificación y tipicidad.

Dichos conceptos, históricamente contextualizados, de manera especial en Europa para el sector agroindustrial, se incorporan a las ritas tradicionales boyacenses, mediante la "Vivencia cultural tropical de calidad", permitiendo al mismo tiempo, la construcción de nuevas identidades, la circulación por el sector rural de conocimiento científico y tecnológico, y una reapropiación agro-cultural, que da vida a la agricultura del territorio.

## ABSTRACT

Including some elements of globalization like web, other connecting possibilities and heterogeneous mobility, daily challenge of Boyacá's peasants is nevertheless based in agriculture. A social and cultural alternative is just building up, bringing together new opportunities for strengthening country side inhabitants by equipping their productions to concepts like terroir, geographical origin, typically and zoning techniques.

Historically bound to the agroindustrial sector, especially in Europe, those concepts and techniques are being incorporated thanks highlights quality wine growing in the richness of peasant's traditions. This, for the region now agriculture allows the construction of new identities, increasing at the same time among peasants the circulation of scientific and technical knowledge. A new agricultural capitalization is under accomplishment, which involves a territorial agriculture.

Rev. David S. Fajó Aldana

# Zonificación, Terroir

Y la denominación de origen en el fortalecimiento de los campesinos viticultores del valle del sol en Boyacá

*"Verdaderamente yo les sé decir cuanto es dulce el pan, un grano de uva, un higo. Yo conozco el sabor del agua, la bondad de una fruta, el sabor terrestre de ciertas raíces que mi madre recogía en el campo. Nosotros hemos comido de la tierra, la dulce tierra nos comerá!"*

David Turoldo

\* Maestría en Arqueología (C), Universidad de los Andes, Mérida en Bogotá, UPA, BSc en Tecnología, Universidad Tecnológica de Bogotá, Secretaría Ciudad del Villano, Director Instituto de Investigaciones Científicas - INKON, E-mail: [djturoldo@inmexi.com](mailto:djturoldo@inmexi.com)

## LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN (D.O.)

El concepto de Denominación de Origen, DO, relacionado con términos como zonificación, Terroir y tipicidad; hace referencia a productos agroindustriales que, producidos por campesinos y protegidos-controlados por organizaciones e instituciones, enriquecen el producto con un valor agregado incorporando un capital patrimonial constituido por características genéticas, geológicas, pedoclimáticas, geográficas, tecnológicas y culturales.; Estas construyen emergencias y ganancias sociales, concretas formas de organización, fortalecimiento de derechos rurales, aparición de nuevas identidades y reconocimiento de una nueva territorialidad como escenario para las actividades políticas y la consecuente recapitalización cultural.

Según Bertozzi Leo (1991), un producto con DO representa una tradición, un territorio y una rica civilización de cultura rural; además, el producto está caracterizado por su elaboración artesanal que exige entre otros aspectos, permanencia de usos locales, constantes y específicos. Bertozzi, aclara además, que los países y las regiones se reconocen por los nombres geográficos que son utilizados para nombrar los productos típicos. Asimismo, continúa el autor, la DO es una denominación geográfica de una región o localidad que sirve para designar un producto originario de un lugar, con calidad y características exclusivas del mismo y comprende factores "naturales" y humanos<sup>1</sup>.

Históricamente, el concepto es protegido de forma jurídica en la producción de queso Roquefort en Francia. En el año 1666, una sentencia del tribunal de Tolosa, establece el primer texto jurídico aplicado al queso. En 1925 el Parlamento francés promulga una ley especial para darle oficialmente la DO al Roquefort. Después de 1973, la DO, es considerada por orden administrativa, por decreto, mediante una propuesta al Instituto Nacional de las Denominaciones de Origen; según la ley 2 de julio de 1990, para cada DO deben ser definidos: área geográfica de producción, condiciones de elaboración, calidad y características del producto y control.

Según el autor referido, es necesario tutelar las DO contra cualquier empleo que pueda constituir un acto de competencia desleal. Así, la DO Geográfica de un país, de una región o localidad sirve para designar un producto que es originario del lugar cuya calidad y características son debidas exclusivamente al medio geográfico; todo lo cual incorpora elementos "naturales" y culturales.

La protección de dichas áreas, - DO Geográfica Protegida- indica el nombre de una región y lugar determinado o el nombre de un país que sirve para designar un producto agrícola o alimentario con su origen en dicha región, lugar cuyas características son consecuencia del medio socio-geográfico y cuyos procesos cadena productiva- se reproduce en la zona. En consecuencia, esta producción agrícola, debe concretarse en las características físicas, químicas, microbiológicas y organolépticas del producto. Elementos macro y micro, "naturales" y sociales, tradición y emergencia, plasman un patrimonio que es reclamado por agricultores y productores.

Acercas de la protección de las DO, Dennis Dominique (1995) sugiere que:

"L'appellation d'origine, et, accessoirement, l'indication de provenance, sont des signes distinctifs de qualité, appelés à jouer un rôle majeur en agriculture, alors que ce rôle est encore limité à quelques produits seulement: Le vin et le fromage, principalement" (Dominique D. 1995:1).

Para el autor, las D.O., no sólo son para productos que dieron origen al concepto quesos y vinos, sino para una variedad de productos agrícolas y se trata de fortalecer la vida rural mediante derecho rural y agrario; éste acompaña la actividad agrícola en su totalidad, desde la producción hasta la comercialización, gracias, al concepto de "cadena productiva", para que el agricultor no sea solamente productor, sino a la vez vendedor. Para Dominique, el origen es un factor de calidad porque especifica e identifica el producto por el suelo, el clima y la cultura. La costumbre de designar el nombre de los productos agro-alimentarios por su origen geográfico se convirtió, según el autor, en derecho rural, porque las denominaciones son una propiedad cultural, tienen un carácter colectivo, es decir, pertenece a todos los productores de un área determinada, y no se puede ceder porque es un patrimonio geográfico cultural.

## EL TERROIR<sup>2</sup>

El concepto no tiene una traducción precisa sólo es explicado desde su sentido y significado. Sin embargo Carey V., 2003, sugiere que la palabra se deriva del latín, terra-, y es un concepto científico que se puede aplicar para todos los productos agrícolas; aunque en Europa está relacionado con: vinos, quesos, productos cárnicos madurados, cerveza, agua mineral, manzanas, entre otros. Según

<sup>1</sup> El factor humano es decisivo, actúa de estudiante cultural, y determina procedimientos tecnológicos, organizativos y éticos que intervienen en la elaboración de un producto.

<sup>2</sup> Conjunción de factores naturales que influyen en la flora y la composición de la vida, y a partir de ello, una dimensión humana, entendido como tradición, cultura, evolución social en dicha área de producción. El Terroir es un agroléxico homogéneo en el cual operan varios factores que contribuyen a la calidad de un producto final. Los factores son: ecológicos (geología, pedología, clima, topografía), biológicos (tipos animales), químicos (minerales, sales y prácticas agrícolas).

Broggha Christian (1999), "Un Terroir, es una identidad territorial en donde los valores patrimoniales son el resultado de relaciones complejas y de larga duración que incorpora características culturales, sociales, ecológicas y económicas. El Terroir, depende de una relación particular entre la sociedad humana y su hábitat natural".

Para Ferrer M. (2003), el Terroir, es un elemento dinamizador de las regiones ya que promueve el desarrollo local, sus valores regionales, históricos, paisajísticos; asociados al vino; se incorporan: salas de degustación, quesos, productos cárnicos, artesanías locales que identifican la zona y fomentan el agroturismo. Los productos agrícolas del Terroir, minimizan los costos de producción ya que plantas y animales, se adaptan mejor a condiciones ambientales. Son rigurosamente delimitados en forma geográfica. Por ejemplo, son elementos fundamentales para un producto lácteo: clima, naturaleza del suelo, exposición al sol, la flora espontánea, variedades vegetales cultivadas y especies animales existentes en la región. Sin embargo, los elementos físicos anteriores, no son suficientes para que el producto se llame del Terroir; es necesario considerar, factores humanos; como: los talentos, la imaginación de los hombres, para crear utensilios en la elaboración del producto, la capacidad para mantener tradiciones año tras año y transmitirse el conocimiento. En un queso, por ejemplo, debe estudiarse científicamente una correlación entre características edáficas y botánicas de la zona de producción, las características sensoriales de un lado las de los animales y las de la leche por el otro.

Otros autores, definen el concepto a partir de las características del terreno, refiriéndose más a Terroir como el suelo en sí mismo, su conformación desde el punto de vista de las eras geológicas, infiriendo que generalmente, los Terroir se encuentran en ladera, con una excelente exposición al sol, que varía de acuerdo con las estaciones y los meses del año.

Carboneau A. (2004) sugiere razonar acerca de los componentes de la personalidad, que intervienen en el Terroir. La única forma de enfocar este problema es ver si existen en las comunidades productoras, preferencias por un tipo de paisaje, lo que se está valorando también son aspectos culturales y psicológicos. La presentación de una innovación tecnológica debe complementarse con una perspectiva histórica; de la formación del viticultor, depende el cambio técnico y cultural. Además, según él:

"En cuanto al impacto psicológico ya provenga de un individuo o de una colectividad, toda acción debería ser, en el fondo, voluntaria y estar guiada por la libertad de elección. La dimensión psicológica es la más importante ya que se refiere a la motivación

profunda del viticultor y, por consiguiente al mantenimiento de sus elecciones: ¿Desea seguir buscando la calidad y la protección del entorno, teniendo en cuenta los correspondientes datos paisajísticos y culturales? ¿Está convencido de que en el pasado el progreso ha sido el motor de la evolución? ¿Tienen además la prudencia de examinar las nuevas posibilidades? ¿Es conformista y se contenta con la imitación ignorando su espíritu? (Carboneau A. 2004:4).

Lo anterior, conceptualiza el Terroir como una forma de organización política, una economía más abierta, unas técnicas particulares para la agricultura y la artesanía, un sistema de creencias locales, y un lenguaje particular. Los Terroir, son comunidades donde los factores de identificación de los individuos forman un ensamblaje fuertemente integrador. La política, la economía y la cultura participan en la definición integral de un lugar social. Esta forma de integración, es característica de las sociedades rurales. El concepto Terroir está protegido por el concepto de zonificación.

## ZONIFICACIÓN<sup>3</sup>

La zonificación, en un contexto vitícola, nació para delimitar los Terroir y clasificarlos según su vocación a la calidad, para adaptar las vides (cepas) y las técnicas del hombre. En USA y en el hemisferio sur la zonificación tiene como objetivo individuar la vocación a la calidad (Fregoni M. 2003). Implica un abordaje científico acerca del suelo, el clima, la botánica; estudiando región por región, zona por zona, microclima, exposición y terreno.

Según Scienza A. (2003) la zonificación debe representar una forma de conciencia, un darse cuenta que el territorio vitícola es un bien común en los cuales no existen productos de serie A o B, sino sólo productos diversos, y es la diversidad la que expresa la verdadera riqueza de tantas tierras y de tantos hombres que la interpretan. La zonificación de y para productos agrícolas, es un enriquecimiento humano, una oportunidad para establecer fuertes alianzas entre productos y productores, identidad y territorio. Puede hablarse de macro-zonificación, cuando se trata de un territorio amplio: regional, nacional; para crear zonas isoclimáticas. Una mesozonificación, es una subdivisión técnico-administrativa más limitada como una D.O.. Existe además una micro-zonificación, que puede referirse exclusivamente a un cultivo. La zonificación, está orientada por la rigurosidad de los estudios bioclimá-

<sup>3</sup> El presente artículo de zonificación, es obra de la línea de investigación de la Tecnología, planes en el área de ZD, de la Universidad de Chile, en colaboración con la línea de investigación de la viticultura española, IAGP y el modo de Calidad.

ticos, geo-pedológicos y agronómicos.

Según Morlat y Asselin, citados por Scienza (2003), una región vitícola se puede definir como: "una asociación de ambientes elementales superpuestos", cada uno de los cuales está estructurado por tres componentes: geográfico (litología, estratigrafía, estructura del subsuelo), pedológico (cadena de suelos derivados), paisajístico, ligado a la topografía y al ambiente; que determinan un "mesoclima" típico.

En consecuencia la zonificación, es un procedimiento multidisciplinar, por ejemplo para el vino, es necesario el aporte del agrónomo, pedólogo, enólogo, biólogo, químico, entre otros. Asimismo, es necesario crear los mapas sobre un territorio y las unidades vocacionales, buscar la intervención estatal para la protección de las zonas y la aparición de nuevas DO protegidas, éstas facilitan entre otras el conocimiento de un territorio, crear un mercado para promocionar elementos ambientales concretos e individualizar un específico lugar de producción.

El protocolo de este proceso se explica por el carácter interdisciplinar, el estudio de la interacción entre genotipo ambiente, y el análisis sensorial de cada producto de esta manera, el concepto aplicado, se refiere a un territorio que se divide en zonas homogéneas. Desde el punto de vista ambiental y agronómico, tiene como objetivo, optimizar el cultivo de una especie vegetal, permitiendo más fácilmente mediante investigación científica, la tipicidad de los productos.

Refiriéndose a una planta como la vid, Pillon C. (2003), explica el concepto como la capacidad para individualizar la vocación de territorios vitícolas y de explorar su adaptabilidad de diferentes cepas, a los distintos ambientes identificados, proceso que está precedido de la caracterización de los diversos ecosistemas, vegetación natural, asociaciones vegetales espontáneas, caracteres topográficos, unidades bioclimáticas. El proceso, continua el autor; sólo puede lograrse mediante la participación de varias disciplinas científicas que otorgan datos sobre: variabilidad geológica, litológica, topográfica, pedológica, morfológica, climatológica y elementos antrópicos del ambiente, hasta llegar a un estudio estadístico del análisis sensorial.

En síntesis, según Fregoni M. (2003), el Terroir, que se deriva del latín terra y que los romanos lo indicaban como "locus" o "loci", lugar con el "genius" con vocación a la producción de calidad excelsa, fue el primer indicador para determinar la proveniencia de un producto agrícola (los egipcios, griegos y romanos fueron los primeros en utilizar el nombre del lugar de origen para indicar el vino en las ánforas de barro cocido).

"Los Terroir, existen hace millones de años desde la creación divina de la tierra. El hombre descubrió su existencia con mucha lentitud secular, evaluando los productos agrícolas. Existen por eso Terroir adaptados para el aceite, los quesos, carnes maduradas, etc. Son los productos transformados los que resaltan las características organolépticas, aromáticas y sensoriales, capaces de individualizar un Terroir con vocación a la producción excelsa (...) Cada pueblo puede hoy seleccionar sus propios Terroir y protegerlos ...." (Fregoni M. 2003:24).

Asimismo, explica Fregoni, existe una definición global de Terroir donde se correlacionan: clima + suelo + subsuelo + variedad + factores humanos; elementos fundamentales para las DO controladas, donde el Terroir se identifica con el nombre geográfico del producto, en este caso del vino. Además de esta definición de Terroir, existe también aquella geofísica (suelo + clima). El Terroir no existe sin la acción humana, que lo descubre y lo evalúa.

Bajo una conceptualización "creada" para un producto biotecnológico, agro-industrial, la reinención de lo "natural", es un escenario para redescubrir y construir nuevas ruralidades caracterizadas por la emergencia de identidades organizativas, productivas, comerciales delimitadas territorialmente, como es el caso del vino "Marqués de Puntalarga".

## ZONIFICACIÓN, DENOMINACIÓN DE ORIGEN Y TERROIR PARA EL VINO: "MARQUÉS DE PUNTALARGA"



El símbolo del vino "Marqués de Puntalarga" está conformado por el escudo de armas de los marqueses de Surba, título de Castilla concedido en 1771. Este mayorazgo pertenecía a Pedro Antonio de Castilla y Guevara. Genealógicamente en la décimo novena generación Margarita Rico de Castilla se casó con Marco Antonio Quijano Niño, padre de Marco Antonio Quijano Rico, "DR. M. QUIJANO RICO. PhD. 1982", y una frase escrita en latín: "Opus culturae et scientiae qualitatis vinum nostrum est". La calidad de nuestro vino es obra de la cultura y la ciencia.

Una primera zonificación o delimitación del territorio vitícola para la producción de vino de calidad, fue aplicada por Quijano Rico (1993), y corresponde como lo explica Fregoni M. (2003), a una "macro-zonificación", es decir, la delimitación de un territorio amplio regional. Dicha zonificación está precedida de un proceso científico fundamentado en los índices climáticos y bioclimáticos<sup>4</sup>, más los indicadores de Huglin, y talla mundial en viticultura Boubals D. (1999), Carbonneau A. (2003) y Quijano Rico, (1999).

La zona escogida para la producción del "Marqués de Puntalarga", con DO Geográfica, corresponde a la parte nordeste del Departamento de Boyacá, en la cordillera oriental. Comprende parte de los municipios de las provincias de El Centro, Tundama, Sugamuxi, Norte y Gutiérrez, Valderrama y la Libertad. tabla 1 y mapa.

CONSORCIO DEL SOL DE ORO  
PROYECTO DE EXTENSIÓN VITIVINÍCOLA REGIONAL



PROVINCIA	MUNICIPIO
Centro	Tula, Combita, Sincorua, Toca
Gutiérrez	El Cocuy, Guicán, Guacamayas, El Espino, Parícuta, Chíasca
Libertad	Páiza, Páiza, Labranzagrande, Páiza
Norte	Sotolá, Covarachía, Tipacoque, Uparita, San Mateo, La Uvita, SelvaSur, SelvaSurta
Sugamuxi	Sogamoso, Aquitania, Cúcuta, Muzo, Uparita, Salazar, Páiza, Tamaso, Iza, Páiza, Nobsa, Topaga, Mongul
Tundama	Duitama, Palpa, Santa Rosa de Virebo, Floriela, Busbanza, Corales, Ceniza, Belén, Tutusa
Valderrama	Socotá, Socotá, Chía, Jericó, Paz de Río, Socotá

Tabla 1. Zona de producción del "Marqués de Puntalarga"

Esta primera zonificación, construida con perspectivas vitivinícolas es una emergencia territorial. "El Marqués de Puntalarga", recapitaliza aún más una zona rica en patrimonios: históricos, religiosos, culturales, geográficos, climatológicos, pedológicos, agrícolas.

A una civilización rural agrícola protagonizada desde hace siglos por los Muiscas, adoradores del sol, el agua y la tierra, "El Marqués de

Puntalarga", nace en un contexto de riqueza arqueológica aún sin explorar y en un escenario, donde las actividades políticas y militares, con el emblema del libertador Simón Bolívar, son muy importantes. Además en la zona se instalaron tempranamente Capuchinos, Dominicos y Jesuitas que dejaron huellas de sus haciendas y actividades religioso-empresariales; templos, colegios y monumentos, entre otros.

Asimismo, la zona potencial de producción, encuentra una variedad de climas, suelos, valles, colinas, fuentes hídricas, diversidad de flora y fauna y un patrimonio microbiológico prometedor. Incluye además, el Nevado del Guicán y el Cocuy; los microclimas de los municipios viticultores. "El Marqués de Puntalarga" potencial de Terroir para descubrir, podrá expresar las características de un territorio,

<sup>4</sup> Los índices climáticos tienen dos usos. En primer lugar, pueden indicar la variación estacional de una región específica. Luego, considerando la extensión espacial de una medida de largo periodo, se puede determinar el clima más adecuado a la actividad y más probable para la producción de una zona. Un índice permite establecer y probarse que una nueva zona para el cultivo de la vid o determinar cuáles zonas producen la uva de calidad. Los factores que influyen en la radiación y que sirven para determinar el clima son: temperatura, precipitación, continentalidad, altitud y latitud. Los índices climáticos sirven para describir áreas de producción vitícola. Los más utilizados son: Huglin, Bioclima, Talla, Carbonneau, Quijano Rico, Fregoni. Este último se utiliza como herramienta de clasificación de zonas vitícolas en un nivel de mayor orden que tiene un promedio inferior a 10°C. Este índice al no ser un promedio, sino un índice, puede ser usado para determinar la calidad de las zonas vitícolas para el cultivo de la vid. Fuente: Quijano Rico (1993), Índice de zonificación vitícola. Tesis de maestría. Phytos, FAO, Bogotá.

plasmadas en las bondades del suelo, subsuelo, clima y los cuidados y técnicas seguidas por las actividades culturales de las comunidades.

La mayoría de las zonas de producción están ubicadas en territorios montañosos de la cordillera oriental, una de las zonas más accidentadas del Departamento de Boyacá, con numerosos lomas, cañadas, colinas, riachuelos, microvalles, conectados directa o indirectamente con el río Chicamocha. Aunque en el imaginario de muchos campesinos las condiciones anteriores no sean las "mejores tierras", la realidad es que la producción de vinos de calidad como lo advierte Fregoni M. (2003), se fundamenta en este tipo de terrenos<sup>4</sup>.

## EL NOMBRE DEL VINO

**E**l "Marqués de Puntalarga", es el nombre escogido para expresar, un nuevo producto agroindustrial de Boyacá.

Puntalarga se refiere a un área del municipio de Nobsa, vereda donde aún se elaboran campanas de forma artesanal y muebles rústicos desde los años 60. La Loma de Puntalarga dio origen en 1982 al gran proyecto vitivinícola regional. Así lo expresa Quijano Rico (2002).

"La compra de la Loma de Puntalarga, en 1982, marca el comienzo de la realización del proyecto vitivinícola, que se venía gestando desde hacía tiempo. En el Valle, La Loma de Puntalarga, llama la atención por ser casi una isla de suelo bermejo y de elevación moderada que se desprende del entorno montañoso y penetra en un buen trecho, de levante a poniente, en territorio llano... Puntalarga, es punto de referencia de caminos coloniales yacimiento de tierras para moldes de fundición de bronce, predio de antiguas haciendas, enclaves de Jesuitas en Firavitoba, Tipacoque, Chita, elaboración de tejidos de algodón y más tarde de lana en Nobsa".

En Puntalarga, se elaboran vinos, con DO Geográfica, entre tintos, blancos y rosados. Algunos de uvas de parcelas plantadas en el sitio, otras, con uvas producidas por campesinos, provienen de veredas de los municipios que hacen parte de la primera zonificación.

<sup>4</sup>Ver Mario Fregoni, la calidad de los vinos de la cordillera oriental, su cual, su ambiente, su zona de base y sus variedades, clima, terreno y labores de campo (tombos o saños). En: In: panfletos de la zona.

1. Localidad, las inscripciones.  
 2. "Terroir" (clima, suelo, calidad). No en terreno sin vides (el suelo es más fértil, fértil, fértil, en agua y perfume en la colina de los vides).  
 3. Calidad de la uva (más de 2000 cepas por hectárea).  
 4. El clima (temperatura) (más de 2000 cepas por hectárea).  
 5. Una "cosecha" es el peso de un punto de la uva (100 por un punto del campo "100" y peso de "1000").  
 6. Carga de uvas por hectárea (1-3 kg por planta).  
 7. "Acidez" (de la uva), eso es el azúcar y el ácido (de la uva).  
 8. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva).  
 9. Vinos de la zona de la zona (de la zona) (de la zona) (de la zona).  
 10. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 11. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 12. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 13. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 14. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 15. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 16. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 17. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 18. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 19. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 20. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 21. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 22. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 23. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 24. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 25. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 26. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 27. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 28. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 29. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 30. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 31. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 32. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 33. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 34. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 35. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 36. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 37. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 38. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 39. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 40. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 41. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 42. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 43. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 44. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 45. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 46. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 47. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 48. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 49. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 50. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 51. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 52. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 53. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 54. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 55. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 56. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 57. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 58. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 59. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 60. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 61. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 62. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 63. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 64. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 65. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 66. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 67. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 68. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 69. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 70. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 71. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 72. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 73. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 74. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 75. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 76. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 77. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 78. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 79. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 80. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 81. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 82. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 83. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 84. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 85. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 86. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 87. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 88. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 89. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 90. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 91. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 92. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 93. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 94. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 95. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 96. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 97. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 98. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 99. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).  
 100. "Ingeniería" (de la uva) (de la uva) (de la uva) (de la uva).



Campeños viticultores.  
 Finca "El mirador". Vereda Tobasía. Municipio de Floresta.

### Etiquetas de vinos que llevan nombre de los municipios

El vino representa un territorio, este expresa a su vez, las características del clima, suelo, subsuelo y una rica tradición vinícola construida constantemente por nuestros campesinos.



Un Terroir prometedor...,  
vereda Sagra, Municipio de Socha. 04-08-04.



Uvas doradas por el  
patrimonio luminico en el municipio de Socha. 04-08-04.



## DISCIPLINAR PARA LA PRODUCCIÓN DEL "MARQUÉS DE PUNTALARGA"

La DD Geográfica del vino Marqués de Puntalarga, está reservada a los vinos entre tintos, blancos y rosados, que responden a los requisitos plasmados para el "Consortio del Sol de Oro. Proyecto de extensión vitivinícola regional". Se plasma en los siguiente puntos entre otros:

1. "Las selecciones clonales de cepas de Vitis Vinifera de La Loma de Puntalarga, SCLPL, son el resultado de 15 años de investigación sobre el comportamiento y características de las uvas y de los vinos de 33 introducciones de Vitis Vinifera, realizados en el viñedo de Puntalarga. Por lo tanto, el germoplasma SCLPL, no puede ser reproducido por terceros, comercializado ni cambiado de lugar sin previa autorización; debe ser colocado en lugares óptimos para asegurar la calidad".

2. El "Marqués de Puntalarga", debe ser obtenido de las uvas que provienen de las copas: Pinot Noir, Riesling, Riesling X Silvaner,

3. Las uvas destinadas a la producción de vino "Marqués de Puntalarga", deben ser producidas en la "zonificación", construida por el Consortio y que comprende una zona administrativa de cincuenta y dos (52) municipios del departamento, en los "Terroir" que cumplen las condiciones ambientales requeridas como los siguientes: ser plantadas en ladera, disponer de excelente exposición solar, altitud entre 2400 y 2700 msnm, temperatura entre 15 y 17°C diurno y 10 y 12°C nocturno. Los suelos deben ser: franco arenosos y de baja fertilidad y el clima tropical de altitud.

4. La producción de racimos por planta no debe exceder 7.5 Kg/año y la densidad es 3300 y a 10.000 plantas por hectárea.

5. Deben respetarse las técnicas de conducción Guyot sencillo o doble según el caso.

6. La comercialización del vino "Marqués de Puntalarga", por ahora es exclusiva del sitio Loma de Puntalarga.

*Marqués de Puntalarga*

CAÑÓN DE SOCHA D.O.G

CALIDAD  
SUPERIOR  
QUALITY

12,5% Vol.  
750 ml



RIESLING  
SILVNER

SECO  
DRY

Produced and bottled by / Produced and bottled by  
Vinos de Casa Loma de Puntalarga

Socha, Boyacá, Colombia

El nombre de variedad es propiedad para la zona. Prohibida la venta a menores de edad

De lo anterior, se puede inferir que la incorporación tecnológica vitícola, bajo los conceptos de DO, zonificación y Terroir, la viticultura tropical del Valle del Sol en Boyacá, construye una nueva forma de división territorial, espacio-geográfica; que redirecciona las relaciones del campesino con la tierra y con el entorno medioambiental, permitiendo entre otras cosas, recapitalizar culturalmente, un patrimonio que no se reduce sólo a "monumentos nacionales", sino a un patrimonio rural enmarcado en su quehacer con la flora, la fauna y su correspondiente microflora y microfauna, asentadas en una rica biodiversidad tropical.

La construcción permanente del concepto de campesino y su espacio de ruralidad, planteados para el Departamento de Boyacá, concuerdan con el eje fundamental de la agroindustria; pero no es posible hablar de este concepto, desconociendo las limitaciones y potencialidades que sólo una política científica acerca de la zonificación y el Terroir, pueden garantizar.

El Terroir, que empieza un proceso de apropiación por parte de los campesinos, tiene entre otros el mérito de revalorar fenómenos climatológicos que inciden categóricamente en los cultivos como la luz solar, las características de los suelos, la presencia en la finca de especies de fauna y flora, la continuidad o discontinuidad de prácticas tecnológicas, que garanticen la recolección de las cosechas. Esta apropiación, empieza a ser entendida por los viticultores, como lo expresa don Juan:

"La clave para que los vinos sean de calidad, pues yo creo que es por la altura y por el nivel de azúcar que contiene la uva, también porque la luz que reciben las plantas o sea la cantidad de luz que reciben, que es casi todo el día" (entrevista a Juan Pablo Albarracín. Floresta, vereda Chorrera Abajo. 21-09-03).

En consecuencia, zonificación, DO y Terroir, aplicados para el vino Marqués de Puntalarga, en Boyacá, en palabras de Arturo Escobar (1999), es una reinención de la "naturaleza" y una democratización de la información. Es descubrimiento de "otro territorio" (Ortiz R. 1998), invención de una tradición (Hobswain E. y Ranger T. 1983), construcción y recreación de identidades campesinas (Suhner S. 2002), entrada de una población en lo que Castell M. (1998) denomina informacionalismo o sociedad en red, era de la información.

La zonificación vitícola para la producción de este vino, asimismo, es un nuevo diseño de división territorial que involucra directamente los campesinos. Son actores principales de esta nueva división territorial: la información climática (temperatura, precipitaciones, evapotranspiración, heladas, indi-



ces bioclimáticos, balance hídrico); una información de la vegetación (masas y especies forestales vegetación natural interrelaciones con la bioclimatología y características del medio (vegetación potencial) y socio-económicas, zonificación del suelo: (litología, geomorfología) y, por supuesto, los campesinos. En sí, consiste en una construcción del territorio, que incorpora el concepto de complejidad como mecanismo para abordar no sólo los procesos agrícolas sino el mismo análisis social y explicación del campesinado. Una actividad vitícola temprana, en campesinos boyacenses, y mediante el uso de conocimiento científico, está logrando una capitalización cultural en el descubrimiento de patrimonio biodiverso.

De otro lado, la información necesaria para obtener calidad de la producción vitícola, se convierte en una redefinición del campesinado boyacense contemporáneo. El concepto de DO, zonificación y Terroir implícitamente introducen nuevas identidades rurales. El encuentro de un grupo de campesinos boyacenses, de cultivos tradicionales (cebada, maíz, papa, trigo, entre otros), con la viticultura tropical de altitud; liderado por el proyecto "Consortio del Sol de Oro. Proyecto de extensión vitivinícola regional", reta e invita a científicos sociales a un acercamiento etnográfico a lo que he llamado "cultura de la agricultura" en actores sociales campesinos; aceptando el llamado de Starn, Orin (1991) acerca de: "el campesinado es categoría vital para entender las nuevas formas de hacer política en América Latina".

La viticultura cargada de patrimonio simbólico milenar, utilizada por los romanos como estrategia de expansión (Johnson, Hugo., 1989) de los conquista-





dores y misioneros como colonización (Bermúdez M., 1999), hoy en día es una de las actividades agrícolas de mayor exigencia científico-tecnológica, competitividad en cuanto a calidad y uno de los negocios y mercados más rentables<sup>7</sup>. Los países vitícolas, en Latinoamérica, Argentina y Chile sirven de ejemplo (Hernández, A.), y en Colombia, la experiencia del Valle del Cauca (Galindo José et al 1996).

Los campesinos del Valle del Sol, en sus tradiciones, han incorporado la viticultura de calidad "con Denominación de Origen Geográfica", para la producción de vinos altamente competitivos en el mercado internacional y no sólo han gustado

el vino, sino sus excedentes.

"En este pedazo de tierra antes sembraba hortalizas, zanahoria y remolacha, pero muchas veces no quise ni siquiera sacarla al mercado, valía más el empaque y transporte que la mercancía, ahora imagínese, cuando había recibido yo tanta plata por una cosecha, ahí reuní los hijos y les di a cada uno su parte de plata" (Entrevista a don Florentino, septiembre de 2003).

Por eso, al campesinado de la economía familiar (Chayanov, 1981) de la producción de excedentes (Wolf Eric, 1966), del apego a la tierra y subordinado (Shanin, 1979), del que posee unas estrategias de hogar particulares (Rivera R. 1988), es necesario complementarlo con el campesino interconectado, construido y creativo (Starn, Orin Ibid.) que, gracias a la "irrupción de lo biológico" en este caso lo biotecnológico, ya la Denominación de Origen Geográfica<sup>8</sup>.

"Una manera de hablar sobre la naturaleza, dentro de una profunda mediación tecnocientífica, es también una nueva interfase entre la naturaleza, el capital y la ciencia" (Ibid.)

La biodiversidad como imaginario de cultura y

<sup>7</sup>Proyectos multifuncionales de inversión en viticultura existen hoy en Chile (U.V. Australia, India y China), El programa del gobierno colombiano se prevé en los departamentos de Cauca y Valle del Cauca. Ver: "Agrarismo y biodiversidad", *Trópicos y Ecológica*, No. 11, febrero de 2002.

<sup>8</sup>Unos indican la singularidad del ambiente y otros la calidad de vida, analizando sustancias químicas por técnicas más sofisticadas. En la zona de Cauca y Valle del Cauca, la forma de producción biológica con la que se trabaja, fomenta el modo de vida y la formación de identidad de los "Valle del Sol" y "Valle del Cauca" una biodiversidad por la biodiversidad (C.I.T. Vitivinícola y C.I.T. Vitivinícola).

naturaleza, el encuentro de la ciencia y el capital para recrear y disciplinar el paisaje (Delunze y Guattari 1987), fase ecológica del capitalismo (O'Connor, 1993) y en el contexto del Valle del Sol, es un hecho. El proyecto ha zonificado la región. Hoy, por ejemplo, existe la Asociación de Viticultores de Floresta, incorporada en el proyecto general, y con particularidades territoriales locales expresadas en el producto, nuevo: "Vino Valle de Floresta D.O.G.". Por el producto de carácter biotecnológico, el boyacense es en este caso: campesino, viticultor, florestaño e inscrito a la economía capitalista mundial.

La identidad y el territorio en la irrupción de la biodiversidad y la biotecnología son escenarios "naturales". A su vez, estos sirven para que el campesino de la nueva ruralidad (interconectado, constructor de identidad, móvil, poli-activo), sea sujeto político y para que la "cultura de la agricultura" adquiera sentido. En consecuencia, y como lo describe Escobar:

"El territorio es un espacio para "ser" (político, económico, espiritual), es un espacio, para la creación de futuros de esperanza y continuidad de la existencia, relacionado con el concepto de Biodiversidad. El territorio para el campesino en América Latina, es un espacio ecológico, productivo y cultural y una nueva exigencia política que necesita una reterritorialización motivada por prácticas políticas concretas" (Ibid.).

El territorio reencontrado mediante la intervención de la ciencia, biodiversidad y zonificación (Fregoni M. 2003, Scienza A. 2003), ha causado en el mundo vitícola la creación o reconstrucción de nuevas identidades es como: "Identificamos con algo que ya es distinto" (Zambrano C. 2001).

Una vez delimitado el territorio (económico, social), la lucha por la identidad no se hace esperar; ya sea por el reconocimiento de los productos agrícolas biotecnológicos o por la protección que estos necesitan en los mercados. Finalmente, lo que ellos pretenden es la identidad: "La historia del sujeto, es la historia de sus identificaciones y no hay una identidad oculta que deba ser rescatada más allá de la última identificación" (Zambrano C. 2001). Hace apenas veinte años algunos campesinos de Floresta eran sólo eso, campesinos; hoy son campesinos viticultores conectados a TV internacional, provistos de carreteras, con familiares en Europa o Estados Unidos, familiares ciclistas que han "recomido el mundo". Los viticultores son asesorados científicamente en un cultivo desconocido para ellos. Según Zambrano C., citando a Mouffe, son "identidades en continua transformación", o producciones colectivas de identidad. Así a la pregunta de ¿Cómo definir hoy el campesino, Shunher responde:

"Mucho se ha escrito en el pasado para intentar definir lo que caracteriza a un campesinado. El campesinado no tiene que ser necesariamente un agricultor, puede ser también pequeño comerciante o vendedor, trabajador agrícola asalariado, etc. o varias de esas cosas a la vez. El campesino es el integrante de una sociedad más compleja con una variedad de intereses y tipos de organización. El campesino como sujeto social varía con el tiempo de modo que cada época y cada circunstancia política-socioeconómica o cultural tienen un tipo de campesinado diferente" (Sunher, Stephen 2002:29).

El concepto campesino, es simultáneamente la dinamicidad cambiante de su identidad. Las identidades "son históricas y se transforman de manera permanente, ellos pueden ser movilizadas tanto en la confrontación con otros, como entre sí" (Zambano C. 2001:265). En los mismos términos se expresa Starn, Orin, 1991, quien refiriéndose a Foucault y Touraine argumenta que la mayoría de identidades políticas poseen un carácter construido, y que la identidad se convierte en algo que debe ser creado y articulado en vez de ser asumido como la precipitación de un conjunto dado de relaciones sociales. Por otro lado, la propia sociedad se convierte en un proceso autocreativo más que en edificio acabado. "La definición creativa de la identidad política campesina puede ocurrir en el corazón del mundo occidental industrializado", como está ocurriendo en el caso que me ocupa. La pregunta actual por lo campesino es más enfática, al abordarlos como interconectados y en permanente construcción.

De manera que la "irrupción de lo biológico o biotecnológico (viticultura), y el encuentro de la ciencias y el capital en la recreación de un paisaje (Escobar, A. 1999), o la expresión: "ecología es economía" (Linkenback, Antje 1994), son a mi modo de ver, escenarios donde el campesinado puede ganar una lucha política y económica. La viticultura, bajo la DO Geográfica genera biodemocracia. Ésta es inherente a las DO que implican: zonificación, descubrimiento de Terroir, delimitación, cultura, región, localidad, suelo, clima y protección. Al respecto el mismo autor, citando a Vandana Shiva, afirma:

"La biodemocracia está fundamentada en la eliminación de proyectos a gran escala, el reconocimiento de los derechos de las comunidades, la redefinición de la productividad y la eficiencia que refleje como resultado ecosistemas de usos múltiples: el reconocimiento del carácter biodiverso de la cultura y el control de recursos localmente por las comunidades" (Escobar, A: 246)

La biodemocracia no puede funcionar en una sociedad donde el conocimiento, especialmente el

científico y tecnológico, es privilegio de pocos e inalcanzable aun para la mayoría de campesinos de la nación y la región.

"A la globalización no le interesan los campesinos tradicionales mediocremente escolarizados, demasiado localistas y denominados pobres" (Jiménez A. y Gendran M. 2001).

La incorporación del conocimiento científico en la cultura campesina, respetando los otros elementos como la religión, estrategias de hogar, folklor, apego a la tierra, es quizá uno de los argumentos que hasta el momento ha mantenido el proyecto vitivinícola del Valle del Sol<sup>1</sup>

Esta nueva categoría, - biodemocracia- deberá transformarse para la nueva ruralidad, en un indicador de protesta, reclamo, movilización, negociación y resistencia. De hecho, los campesinos deben ganar espacios políticos desde lo que son y saben hacer. Muchos de ellos son aún agricultores y producen alimentos.

Asimismo, buscan un reconocimiento político (Ramírez M. 2001) y un deseo de incorporación en la sociedad. Los campesinos quieren ser sujetos de un Estado en el cual estén representados como ciudadanos; reclaman hoy la protección de sus productos, su segura comercialización, protestan por el alto costo de los "líquidos" como los llaman (fungicidas, pesticidas, abonos químicos), construcciones de represas, destrucción del medio ambiente, explotación de petróleo. Eventos y circunstancias similares son descritas por Linkenback, Antje, 1994 y Omvedt Gail, 1993) en: "Los movimientos ecológicos y la crítica al desarrollo; agentes e interpretes" y "El movimiento de los granjeros en India". La protesta campesina podría ser analizada desde lo que Escobar ha llamado irrupción de lo biológico, capitalismo ecológico, o como lo anota Zamosc:

"Con la consolidación del capitalismo, el campesinado evoluciona como sujeto social cuyas aspiraciones se orientan no solamente hacia la defensa y promoción de la economía campesina libre, sino también hacia una conquista y ejercicio de derechos políticos que deberían venir asociados con el status ciudadano de la nueva sociedad" (Zamosc, León 1992:60).

<sup>1</sup>Las áreas de la vid y el vino que se celebran cada año, el nombre y grado, según el nivel de calidad, pertenencia, relación espacial, bendición de las viñas, premio al magro uvidado, entre otros.

- ANTONORI P. Et al. "Il decalogo della qualità", en: *Rivista: Civiltà del Bere*. Anno XXIX, No 11, Novembre 2002: 19-29.
- BERMÚDEZ A. (1999). *El Espíritu del Vino*. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- BERTOZZI L. "Evoluzione nella produzione e trasformazione sul latte e tutela della qualità dei formaggi tipici" en: *Scienza e Técnica Lattiero Casearia*. Anno XLII, No 5, Ottobre 1991, Vol. 47: 311-325.
- BRODHAG C. (1999). "Retrouver les terroirs pour une agriculture durable". [www.agora21.org/HyperNews/public/get/terroir/8/1.html](http://www.agora21.org/HyperNews/public/get/terroir/8/1.html).
- BRODHAG C. (1999). "Pour une labélisation internationale des terroirs: outils de développement durable". [www.agora21.org/terroir/terroir.html](http://www.agora21.org/terroir/terroir.html).
- CARBONNEAU, A. (2004). "Éléments de la conduite du vignoble favorisant la protection du Terroir et l'expression de ses vins". *ACE, Revista de Enología*. [www.acenologia.com/ciencia/03.htm](http://www.acenologia.com/ciencia/03.htm).
- CAREY V. (2003). "Fourth international symposium for vitivinicultural zoning". [www.wynboer.co.za/recentarticles/0603sym.php3](http://www.wynboer.co.za/recentarticles/0603sym.php3)
- CASTELLAN, (1998). "Paraisos comunales: identidad y sentido en la sociedad red". *El poder de la identidad*: 27-106 y 132-23. Alianza Editorial, Madrid.
- CHAYANOV, A. (1981). "Sobre la teoría de los sistemas económicos no capitalistas". en "Chayanov y la teoría de la economía campesina". México: Ed. Pasado y Presente.
- DOMINIQUE D. (1995). *Appellation d'origine et indication de provenance*. Ed. Dalloz, Bordeaux IV.
- ESCOBARA, (1999). *El final del salvaje: Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*. Editorial Instituto Colombiano de Antropología, CEREC, Bogotá.
- FERRER, M. (2003). *Cadena vitivinícola. Propuesta de trabajo: el Terroir como herramienta de valorización de la calidad y la tipicidad de los vinos orgánicos*. [www.fegris.edu.ny](http://www.fegris.edu.ny).
- FRIGONI, M. ET AL. (2003). *Terroir, zonazione e viticoltura*. Phytoline, Verona.
- GALINDO J., IRRIO J Y GARCÍA A. (1996). *Manejo técnico de cultivo de la vid en el Valle del Cauca*. Publicación de CENIUNA, Cali Colombia.
- HOBBSWYN E. Y RANGER, T. (1983). *The invention of tradition*. Cambridge University Press.
- <http://es.geocities.com/alfredo061/Duitama.html>
- JOHNSON, H. (1989). *Une histoire mondiale du vin. De l'antiquité à nos jours*. Paris:el.
- LINKENBACK, A. (1994) "Ecological movements and the critique of development: agents and interpreters". Thesis eleven number 39:63-85. MIT, Cambridge.
- WACHADO, A. (2003). "Seguridad alimentaria en el microfundido boyacense" Ponencia presentada en el seminario "Aspectos socio antropológicos de la vida rural en Boyacá". Fundación Universitaria Juan de Castellanos, Tunja, 28-03-03.
- QWEDT G. (1993). *Reinventing Revolution. New social movements and the socialist tradition in India*. W. L. Sharpe, New York. Capítulos 5 y conclusiones.
- ORTIZ B. (1998). *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- PICCINARDI A. "La degustazione. Le diverse scuole di valutazione la terminologia e la regole del concorso", en: *Rivista Civiltà del Bere*. Anno XXIX, No 11, Novembre 2002: 148-157.
- PILLON C. "Zonazione, la partenza per far vini straordinari". En *Rivista Civiltà del Bere*. Anno XXX No 7-8, 2003: 53-55.
- QUIJANO RICO (2000). "PVR. Proyecto Vitivinícola. Viñedo à Cava Vineyard y Celler Loma de Puntalargo. Selecciones Claretas de Puntalargo, SCLPL, condiciones de suministro". Loma de Puntalargo.
- \_\_\_\_\_ (2002). "La Loma de Puntalargo. Entre rituales precolombinos, caminos coloniales y viticultura científica en la edad global". Viñedo à Cava Loma de Puntalargo, Hobso (inédito).
- RAMÍREZ, M. C. (2001). *Entre el estado y la guerrilla: identidad y ciudadanía en el movimiento de los campesinos cocaleros del Putumayo*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, COLCILNLIAS.
- RIVERA, R. (1998). *Los campesinos Chilenos*. Santiago de Chile: Grupo de Investigaciones Agrarias, Academia de Humanismo Cristiano.
- SCIENZA, A. (2003). "La zonazione viticola de Arezzo: una scuola del territorio". In: *Arezzo: terra di vini*. [www.provincia.aretzo.it](http://www.provincia.aretzo.it).
- SERRA C. "Lasciate che i batteri vengano a noi", en *Rivista: Le Scienze*. Edizione Italiana de Scientific American, No 430, Giugno 2004: 16-17.
- SHANIN, T. (1979). *Campesinos y sociedades campesinas*. Trad. de Eduardo L. Suárez. México: Fondo de Cultura Económica.
- SOTOMAYOR, M. (1998). "El espacio nos habita" región Cundiboyacense. En: *Colombia País de regiones 2. Región Santandereana, región Boyacense*. Ed. Cincp. Colecencias, Bogotá. Pág. 163-273.
- STARR, O. (1991). *Reflexiones sobre runcas campesinas, protesta rural y nuevos movimientos sociales*. Instituto de estudios Peruanos, Lima.
- SUNNER, S. (2002). *Resistencia al olvido. Tendencias recientes del movimiento social y de las organizaciones campesinas en Colombia*. Editora Taurus, Bogotá.
- WOLF ERICK. (1982). *Los campesinos*. México: fondo de cultura económica. <http://heatherlon.com/home/es/winemaking/terroir.php>
- [www.ismas.it](http://www.ismas.it)
- [www.santamargherita.com](http://www.santamargherita.com)
- ZAMBRANO C. (2001). "Conflictos por la hegemonía regional. Un análisis del movimiento social y étnico del macizo colombiano". *Movimientos sociales, Estado y democracia en Colombia*. Mauricio Archilla y Mauricio Pardo Joda). 260-285. Universidad nacional de Colombia CES- Instituto Colombiano de antropología e Historia, Bogotá.
- ZAWOSC, L. (1992). "Transformaciones Agrarias y Luchas Campesinas en Colombia: un balance retrospectivo (1950-1990)". *Análisis político* 15: 35-66.

Expreso por consentimiento de Q. Mónica Dujana Rizo