

Revista Difusiones, ISSN 2314-1662, Núm. 24, 2(1) enero-julio 2023, pp. 78 - 92
Fecha de recepción: 21/06/2023. Fecha de aceptación: 15-07-2023

Prácticas y saberes de la actividad vitivinícola en la Quebrada de Humahuaca: Abriendo caminos hacia el enoturismo

Practices and knowledge of the winemaking activity in the Quebrada de Humahuaca: Opening paths towards wine tourism

Carolina Alejandra Ososres¹ carosores@hotmail.com
Universidad Nacional de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales,
Jujuy, Argentina

Pablo Gustavo Guerrero² pablogustavoguerrero@gmail.com
Universidad Nacional de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales,
Jujuy, Argentina

¹ Lic. en Educación para la Salud. Doctoranda en Ciencias Sociales y Maestranda en Planificación y Gestión del Turismo en Destinos Emergentes. Integrante del Centro Enológico para el Desarrollo de la Vitivinicultura de Altura perteneciente a la Facultad de Ciencias Agrarias. Docente Adjunta de Planificación Estratégica de Destinos Turísticos de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Jujuy y Docente Ayudante de primera en Antropología Social y Cultural de la carrera Licenciatura en Educación para la Salud de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNJu.

² Lic. en Turismo. Maestrando en Ambiente y Desarrollo Sustentable. Diplomado en Bases y Herramientas para la Gestión del Cambio Climático de la Universidad Nacional de Quilmes. Sommelier de Vinos Profesional. Docente Adjunto de Turismo Sustentable y Desarrollo Local de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNJu. Integrante del Centro Enológico para el Desarrollo de la Vitivinicultura de Altura perteneciente a la Facultad de Ciencias Agrarias.

Resumen

Este trabajo realiza una descripción de la situación actual del enoturismo en la provincia de Jujuy. Pretende constituirse como aporte a los análisis necesarios que se deben llevar a cabo para considerar poner en práctica el enoturismo como estrategia provincial. Desde una perspectiva sociohistórica se rescatan las voces de bodegueros y referentes provinciales de la vitivinicultura. Así mismo, al promover la cultura del vino en la provincia, el enoturismo rescata prácticas y significados de los agentes implicados en la producción de vinos. Y se constituye como espacio de experiencias en sostenibilidad. Lo que plantea el presente trabajo es la necesidad de una planificación integral y se expresa en la relación que existe entre agentes, territorio y ambiente, espacios y áreas centrales en la complementación del enoturismo y el paradigma sostenible. Es notorio el incremento de la producción vitivinícola en Jujuy, con características únicas que les otorgan a los vinos de la Quebrada sentidos que expresan la autenticidad de la región, así como el crecimiento de la actividad turística, en donde el norte de la provincia se presenta como principal centro de recepción de turistas y visitantes. Al tener en cuenta que la producción vitivinícola y la turística aún continúan por caminos diferentes en Jujuy, ambos fenómenos deben considerarse desde una perspectiva integral con factores a favor y en contra, y que deben encontrar puntos de encuentro para el desarrollo local. La propuesta de este análisis se produce en una época propicia para producir aportes que sean considerados en los distintos espacios de gestión pública y privada, en pos de planificar el desarrollo de futuras implementaciones enoturísticas.

Palabras clave

Enoturismo, actividad vitivinícola, Quebrada de Humahuaca

Abstract

This paper describes the current enotourism situation in the province of Jujuy. It intends to be a contribution to the necessary analysis that must be carried out to consider the implementation of enotourism as a provincial strategy. From a socio-historical perspective, the voices of winemakers and provincial winegrowing referents are recovered. Likewise, by promoting wine culture in the province, enotourism revives the practices and meanings of the agents involved in wine production. And it is constituted as a space for experiences in sustainability. The present work raises the need for comprehensive planning, and is expressed in the existing relationship between agents, territory and environment, central spaces and areas in the complementation of enotourism and the sustainable paradigm. The increase of wine production in Jujuy is notorious, with unique characteristics that give the

wines of the Quebrada senses that express the authenticity of the region, as well as the growth of tourism, as the north of the province represents the main centre of reception of tourists and visitors. Bearing in mind that wine production and tourism still follow different paths in Jujuy, both phenomena should be considered from an integral perspective with factors in favour and against, and they should find meeting points for local development. The proposal of this analysis comes at a propitious time to produce contributions to be considered in the different spaces of public and private management to plan the development of future wine tourism implementations.

Key Words

Wine tourism, viticultural activity, Quebrada de Humahuaca

Introducción

En el presente artículo se analiza la situación actual de la vitivinicultura en la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy, en base a las prácticas y saberes de esta actividad desde un abordaje sociológico. Existe un capital creciente alrededor del turismo enológico por lo que resulta necesario realizar un análisis relacional en torno a los intereses de los agentes vinculados a la vitivinicultura y su posible inserción al turismo, Se presenta como principal hipótesis de trabajo que, si bien el contexto resulta positivo para la inserción de la actividad vitivinícola a la oferta turística de la Quebrada de Humahuaca, las características económicas, sociales, políticas, representan una debilidad para llevar a cabo el objetivo de considerar el turismo desde una perspectiva vitivinícola.

Es así que, el presente artículo enmarcado desde un abordaje sociológico se propone como objetivo analizar la producción vitivinícola de la Quebrada de Humahuaca buscando así diferentes enfoques en relación con los protagonistas: productores, bodegas, pequeñas y medianas empresas y entidades públicas o privadas.

Se observa que el entorno geográfico que posee la provincia de Jujuy y dadas las condiciones climáticas, la producción y el consumo de la vid puede ocupar un lugar importante dentro de los productos tradicionales dentro de la región de la Quebrada de Humahuaca. *“...Como a su vez confluir a la revalorización de la tradición local en las comunidades vecinas, todas estas acciones que se realizan con un fin específico es lograr la iniciativa local desde un importante sostén de desarrollo”* (Guerrero, P. 2016).

Actualmente, la actividad vitivinícola está dirigida por la secretaria de Vitivinicultura, dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico y Producción de Jujuy, como institución, adquiere un lugar importante dentro del campo de estudio siendo una red de apoyo activa en tanto cuenta con altísimo volumen de capital cultural institucionalizado, brinda asesoramiento y capacitación que junto a otras instituciones buscan contribuir con los pequeños, medianos y grandes productores de las zonas aledañas a la Quebrada de Humahuaca, a través de la incorporación de técnicas y procesos productivos más adecuados para el avance de la producción.

Los productores vitivinícolas contienen la tradición histórica del producto en sí, tratando de conservar los valores simbólicos de autenticidad, tradición, naturalidad, etc., y que a su vez conllevan estrategias políticas para el beneficio de lo local, tratándose de un producto innovador que podría competir con vinos de otras zonas vitícolas de la Argentina.

Alcanzar una nueva diversificación en zonas rurales a través del cultivo de la vid y su transformación en vino, cumple con las expectativas que se plantean en un ambiente con características diversas en el ámbito natural y cultural como es la Provincia de Jujuy, resultando de gran interés a la hora de combinar, viñedos, bodegas, construcciones sociales en la que reflejan los modos de vida, de tradición y de una ancestral relación con el medio natural que pueden llegar a formar parte de una gran puesta en valor para el turismo de la

provincia (Guerrero, P. 2016).

Mucho ha cambiado en el turismo después de la pandemia por COVID-19, los hábitos de consumo por turistas/visitantes demandan experiencias y encuentros que sean sostenibles, responsables y amigables con el medio ambiente. *“Una de las principales razones detrás de este creciente interés de la vitivinicultura por la sostenibilidad se debe a que los consumidores están integrando consideraciones ambientales y sostenibles en su estilo de vida”* (Smith & Marsden, 2004). La cultura del vino es una puesta en valor que refleja experiencias históricas, sociales y culturales asociadas a cada territorio, que aporta características propias, distintivas y singulares de cada productor de vid como lo expresan Hall, Johnson, Cambourne, Macionis, Mitchell y Sharples (2000) *“... que la compra de vino no será, generalmente, la única razón para visitar un destino enoturístico y añaden otras posibilidades, como la comprensión del proceso de producción, el disfrute de los aspectos sociales del vino o quizá motivos de salud. Asimismo, apuntan que las motivaciones de una misma persona pueden cambiar a lo largo de los años según va añadiendo experiencias a su bagaje y de la misma manera, pueden verse fuertemente influenciadas por campañas de promoción en un cierto viñedo o el estreno de una película sobre una región en particular”*.

En este contexto, se presupone analizar una nueva práctica turística denominada “Enoturismo” o “Turismo Enológico” que toma o adquiere diferentes definiciones, Según Charters y Ali-Knight, (2002: p312), el turismo del vino es *“el viaje que se desarrolla con el propósito de tener experiencias con bodegas y regiones del vino, así como con sus estilos de vida”* Por otro lado, para Szmulewicz y Álvarez (2002), *“el turismo enológico es la actividad turística que se relaciona principalmente con el conocimiento in situ del proceso de la elaboración del vino, donde el turista visita las instalaciones de las bodegas y los viñedos, además de poder degustar cada uno de los vinos que se le ha presentado con anterioridad; también es posible complementar con visitas a museos, casas típicas de la región, conocer la historia, entre otras actividades”*. Torrejón (2004) (citado por Szmulewicz, 2008), señala que este tipo de turismo conjuga el interés por la cultura del vino con su potencial turístico. Según expresa Claudio Zucchini propietario y dueño de Viñas de Uquía *“Nuestro enoturismo recorre los viñedos, la bodega y la Cava Mina Moya, un socavón minero abandonado a 3640msnm donde maduramos nuestros vinos de extrema altura y producción orgánica en un lugar con gran riqueza técnica para la crianza y una vista increíble donde degustamos los frescos vinos criados en su interior”*³.

Alcanzar una nueva diversificación en zonas rurales a través del cultivo de la vid y su transformación en vino, cumple con las expectativas que se plantea en la Ley N°5882 “Promoción y Fomento de la Vitivinicultura Jujeña” en el artículo n° 2 donde:

“Se busca lograr el crecimiento de la actividad vitivinícola, aumento de la superficie

³ <http://www.vinasdeuquia.com.ar>

aprovechada, el empleo, la producción y el desarrollo de la actividad, la ampliación del mercado interno y expansión de mercados externos nacionales e internacionales, ello mediante la integración y coordinación de vínculos entre todos los actores del proceso productivo y la instalación de la marca Jujuy, a los fines de lograr la sustentabilidad de la actividad y el desarrollo de la misma explotando las potencialidades y ventajas comparativas de los vinos y productos vinculados de la vitivinicultura jujeña, todo ello respetando el patrimonio cultural e histórico de la provincia y el medio ambiente.”⁴

Desarrollo

Una combinación de ambiente natural y cultural como es la Provincia de Jujuy resulta de gran interés a la hora de combinar, viñedos y bodegas; Actualmente se han detectado 20 bodegas, de las cuales 15 se localizan en la Quebrada de Humahuaca y 5 en los valles templados del sur de la provincia; con 96 hectáreas de vid para el año 2022, 76 en la quebrada y 20 en los valles (Rampoldi, 2020 en Braticevic; 2022:3). Los viñedos y sus modos de producción representan construcciones sociales, en las que se reflejan los modos de vida, de tradición y de una ancestral relación con el medio natural que pueden llegar a formar parte de una gran puesta en valor para el turismo de la provincia.

Contar una historia, no es tarea fácil, y encontrar diferentes protagonistas que comparten trayectorias, tampoco. Sin embargo, la propuesta teórico-metodológica hace posible reunir diferentes fuentes para poder configurar la historicidad del campo vitivinícola de la Quebrada de Humahuaca. Desde este enfoque la teoría de los campos de Bourdieu (1998) hace mención a la inexistencia de toda práctica social desinteresada, buscando así determinar qué motiva a los agentes a llevar determinadas prácticas para, no sólo conformar el “campo de juego”, sino también “ganarlo”.

El autor hace mención de que el espacio social es un sistema de posiciones que configuran a su vez relaciones entre posiciones. En este campo se podrán observar sub campos estructurados en razón de las relaciones y posiciones de los agentes involucrados, teniendo en cuenta el capital en juego y el grado de priorización de los mismos. Bourdieu dice: “*Un campo social es el espacio históricamente constituido que refleja un sistema de posiciones y de relaciones entre posiciones, tanto de los agentes individuales y colectivos comprometidos en el juego como de las prácticas y producciones de dichos agentes*” (Bourdieu P.1988: 128 in Gutiérrez A.; 1994: 21).

En este caso todos los agentes que conforman el campo social de “La Producción Vitivinícola de la Quebrada de Humahuaca”, presentan sus intereses que se ven reflejados a través de los conocimientos y sus procesos de formación. En esta propuesta desde la teoría de los

⁴ <http://boletinoficial.jujuy.gob.ar/?p=24859>

campos, se tomará a los Productores Vitivinícolas de la Quebrada de Humahuaca como subcampo del campo: “la vid en Jujuy”, en donde los agentes individuales, es decir, los productores de las fincas, estarán en constante debate con los agentes colectivos: Secretaria de Vitivinicultura, Universidad Nacional de Jujuy, Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) y Secretaria de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy. De esta manera, se observa que el campo es un fragmento específico del espacio social, en donde las relaciones se definen en relación a un capital específico de los agentes que hacen parte del juego.

Desde el abordaje bourdiano, el campo es vivido como una red de relaciones objetivadas históricamente, sigue regularidades, las cuales dependen del estado de las relaciones de fuerza entre los agentes involucrados en el juego, y el volumen de capitales de los agentes dentro de las fronteras del campo (Guerrero, P. 2016).

Según Bourdieu hay cuatro tipos de capitales, la distribución de estos cualquiera que sea, es la que define la posición relativa que cada agente va a ocupar en un campo, para comprender la noción y la dinámica es necesario remitirse al texto de Niding, expresado en Do Santos⁵.

En el presente artículo, el capital específico en juego está dado por el capital cultural incorporado, que se observa en este caso, en pequeños, medianos y grandes productores que, por cuestiones ligadas a trayectorias familiares, han incorporado en el seno familiar el saber hacer. De este modo, capital cultural incorporado y habitus, constituyen conceptos de relevancia y que se expresan en permanente correlación.

La noción de habitus, en Bourdieu se presenta “como el sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser el producto de la obediencia a reglas, y, a la vez que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta”(Bourdieu, P.; 1991:92).

El habitus como sistema de disposiciones que poseen los agentes dentro del campo, constituye una estructura que integra “todas las experiencias pasadas” y funciona en cada momento como una matriz de percepciones, apreciaciones y acciones que tiene cada uno de los agentes, determinado por la posición que ocupan cada agente en el espacio social y que lo va adquiriendo a través de múltiples procesos de socialización a los que está expuesto a lo largo de su trayectoria. De este modo, hablar de habitus implica tener en cuenta la noción histórica de los agentes.

⁵ <https://studylib.es/doc/8539792/monografia-de-grado.-do-santos> “Problemática de Sistemas Productivos Tradicionales: Abordaje Sociológico de Secaderos Barbacuá en las colonias de Zona Centro de la Provincia de Misiones orientados al Turismo” 2014; pag 13.

Discusión

El cultivo de la vid, es una actividad tradicional en las historias vividas de los agentes individuales, muchos comparten la misma historia devenida por los parientes, que se asentaron en terruños de la quebrada y trajeron consigo el arte de hacer vino. Los agentes entrevistados son propietarios de sus vides, algunos por medio de herencia, otros por compras de terrenos o ya sea por el legado de un proyecto pensado a futuro. El capital cultural incorporado hace de esta manera que los agentes que pertenecen a una misma posición dentro del campo mantengan la tradición, la experiencia, y el conocimiento transmitido por sus pares

"La producción de 'Herederos', que es el vino de casa, se hizo con base en cepas criollas que tenemos en la Casa Uwa Wasi, ubicada en el centro de Tilcara y que perteneció a mis abuelos", (Gustavo Chapor, Tilcara, 2022)⁶

La transmisión de conocimiento de los padres hacia los hijos y la obtención de los objetos, espacios o instalaciones a partir de los cuales se obtiene la materia prima es lo máspreciado: son en términos de Bourdieu los capitales que están en juego dentro del subcampo.

La historia de la vid permite conocer personas, que se han dedicado a esta actividad, ya sea por costumbre, hobby, o por buscar una nueva diversificación en sus productos de la finca. Los conocimientos familiares e históricos de la producción vitivinícola hicieron que grandes historias se proyecten y que se ponga en valor una práctica que existe en la provincia y es desconocida para muchos otros.

"Boutros El Bayeh llegó a la Argentina en 1926. Su hijo Pedro Manzur se estableció en Maimará y se dedicó al cultivo y comercio de frutas y verduras. Hoy sus descendientes crearon una bodega que lleva el nombre familiar e impulsa los vinos regionales. Todo comenzó en 2018, cuando la cuarta generación de Manzur decidió cumplir el sueño de su abuelo Pedro y dedicarse al vino. Él era hijo de Boutros El Bayeh, que llegó a la Argentina desde El Líbano en 1926." (Pedro Manzur. Abril, 2023)⁷

El trabajo de los vitivinicultores de la Quebrada se encuentra enmarcado dentro de prácticas agrícolas tradicionales. Según Fabron, se denomina prácticas agrícolas tradicionales a la integración de prácticas, saberes y conocimientos locales sobre tecnologías utilizadas ancestralmente y transmitidas de generación en generación (Fabron, G. 2014).

La práctica actual de la agricultura se observa en toda su extensión y ha sido caracterizada por presentar un sistema mixto de horticultura, floricultura, cultivos de cereales y forrajes

⁶ (<https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2022-1-10-1-0-0-en-la-quebrada-se-producen-vinos-familiares-con-uva-criolla>)

⁷ (<https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares/el-bayeh-la-bodega-jujuna-que-apuesta-por-el-enoturismo-y-la-uva-criolla-nid17042023/>)

complementada con cría de ganado menor de ovinos y caprinos para autoconsumo e intercambio (Tsakoumagkos et al. 2010).

Se considera que en las prácticas agrícolas tradicionales se pueden observar saberes, conocimientos y prácticas ancestrales (Rabey 1987; Altieri 1991; Berkes 1993; Gómez-González et al. 1998; Gómez-Espinoza y Gómez-González 2006; Pochettino y Lema 2008; Bossio 2010; Herrera Wassilowsky 2012, entre otros). Es decir, que a pesar de la introducción de nuevas técnicas y del avance tecnológico, la actividad vitivinícola es una tradición de las familias de los productores que aún conservan antiguas formas de hacer vino.

El hábito de realizar vino es una de las prácticas sociales más antiguas que tiene la provincia. El saber hacer vino se ha convertido con el paso del tiempo una tradición familiar y que resulta de gran interés para aquellos que buscan resurgir los viñedos en la provincia. Al respecto dice Javier Vargas:

“Somos una bodega familiar enclavada en el corazón de la histórica Quebrada de Humahuaca, en el pequeño paraje Villa el Perchel, situado entre Huacalera y Tilcara. Comenzamos con Viñas del Perchel en el año 2005 persiguiendo un objetivo muy ambicioso y definido: elaborar vinos extremos en una zona extrema. Así, fuimos de los primeros en implantar variedades finas para la producción de vinos en la Quebrada, a más de 2.625 metros sobre el nivel del mar, en una zona de condiciones naturales sumamente desafiantes. Al ser una bodega familiar, somos especialmente conscientes de la importancia del trabajo en conjunto.”⁸

Entender esta actividad implica adentrarse no sólo en la vida cotidiana de los agentes a lo largo de su historia, sino también es observar el proceso de diálogo con la naturaleza y de la creación de sus culturas, de apropiación de técnicas agrícolas, de elaboración, de envasado, entre otras prácticas y métodos. Se genera así una importante tarea que compromete la necesaria transmisión de experiencias y conocimientos de una generación a otra.

Con motivo de la gran cantidad de cambios que en los últimos años se han producido en la actividad turística, se ha dado lugar a la creación de nuevos productos turísticos, sobre todo a lo relacionados con las raíces locales y regionales.

En este sentido se busca que a través del turismo los pequeños, medianos y grandes productores puedan tener una experiencia nueva y poder insertarse en el mercado del turismo, buscando de alguna manera fomentar la conservación de la biodiversidad y el mejoramiento de la calidad de los recursos naturales. Como así también promover la formación técnica superior y capacitación en el área rural, reconociendo las formas propias de aprendizaje y transmisión de conocimientos del sector turístico como una nueva veta económica para sus propias unidades productivas. De tal manera lo expresa Verónica Sato agente institucionalizado colectivo, perteneciente a la Secretaría de Vitivinicultura:

⁸ www.vinasdelperchel.com/proyecto/

“Para lograr una buena política productiva tienen que participar los distintos actores, entre ellos el Ministerio de Cultura y Turismo que asume que debe estar a la par del desarrollo productivo de los viñedos ya que se está desarrollando la "Ruta del vino", una propuesta de enoturismo. Otro actor es la universidad, un rol que estimó es fundamental para generar capacidades profesionales locales, las capacitaciones para formar profesionales especialistas en el tema por entender que la vitivinicultura es una agricultura de precisión más allá de las hectáreas. Detalló que necesita especialistas en la parte agronómica como enológica”⁹ (Verónica Sato, 2022)

Cabe destacar el aporte que realiza El Centro Enológico para el Desarrollo de la Vitivinicultura de Altura (CEDVA) que depende de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu) agente con capital cultural institucionalizado vinculado a la actividad vitivinícola, precisamente por contar con el conocimiento e instrumentos para la elaboración de vinos.

“El centro se creó debido a la necesidad de los productores y bodegueros de poder empezar a trabajar con la universidad en temas de investigación, acompañamiento a los productores y muchas otras actividades que se pueden realizar en forma conjunta”, explicó Natalia Ávila Carreras, directora del Centro Enológico para el Desarrollo de la Vitivinicultura de Altura de la Facultad de Ciencias Agrarias.

También desde la mirada institucional académica se pretende brindar asesoramiento a asociaciones, cooperativas o grupos de personas interesadas en dicha actividad, como así también prestar servicios a terceros (productores), ayudando a la elaboración de vino, fortalecer el turismo enológico e incluso hasta montar sus propias bodegas.

Esta nueva práctica turística da lugar a la apreciación de la vida tradicional de las diferentes regiones vitivinícolas en tanto sea: sus costumbres, su gastronomía, como al mismo tiempo promueve la conservación del paisaje, y brinda la oportunidad a las bodegas de comercializar su producto en forma directa. *“En todas las actividades turísticas que se pueden desarrollar en torno al vino, se difunde el conocimiento de la cultura del vino, lo que favorece el desarrollo del respeto hacia la misma, y por tanto su defensa y protección, ya que permite identificarla como una cultura con entidad propia. Con todo ello, claramente, se está contribuyendo a la sostenibilidad cultural de los pueblos y regiones vitivinícolas”* (González-San José, Gómez-Miguel y Sotés; 2017)

Conclusiones

Este nuevo escenario ha contribuido a la puesta en valor de productos pocos considerados y reconocidos en la Quebrada de Humahuaca, teniendo en cuenta que en la región los espacios rurales han desarrollado nuevas funciones, a través de los principales cambios que

⁹<https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2022-11-28-0-42-0-impulsan-el-fortalecimiento-de-la-vitivinicultura-jujuna>

se dan alrededor de la economía, política y el turismo. El turismo vitivinícola aparece como una estrategia potenciadora de diversificación que contribuye con el desarrollo del turismo sostenible convirtiéndose en una herramienta de desarrollo socioproductiva.

La producción vitivinícola cuenta con un gran número de productores, que a través de su saber hacer ha sido transmitida de generaciones como una tradición o simplemente apostando a la diversificación; la actividad turística de esta práctica puede ser vivida por estos agentes como una nueva experiencia que a través de las combinaciones del, turismo comunitario y/o enoturismo buscarán una nueva oferta en el mercado turístico a través de un destino sostenible, con gran sensibilidad ambiental y con una oferta diferenciada de otras actividades turísticas que ofrece la Quebrada de Humahuaca.

Para concluir, se trae a escena la relación de los agentes con el territorio y el ambiente, en lo que se ha dado en llamar el enoturismo. Este último como estrategia para el desarrollo local y sostenible, pensado como superador de posturas meramente económicas, requiere de miradas en las que se considere la relación entre lo local y regional, y la relación de la persona con el medio que habita, así lo enuncia Di Pietro cuando analiza algunas características del Desarrollo Local, "Uno de los factores determinantes del desarrollo local es la conformación de una 'cultura local de desarrollo' donde las características de la comunidad juegan un papel fundamental" (Di Pietro, 2001). Tener en cuenta la característica de local y endógeno en la planificación de un destino turístico, nos permite revalorizar el capital social y el capital humano como factores claves para el desarrollo (Di Pietro, 2001) así como también comprender la relación entre territorio, identidad y cultura. Por ello, cuando pensamos en turismo, y en una planificación sobre un determinado destino, deberemos tener en cuenta como primer paso, la configuración del territorio, construida por la identidad local, por la diversidad cultural, por el patrimonio tangible e intangible, por la forma en que se construye esa identidad histórica y patrimonial, porque de todos esos elementos y del modo de coexistir entre ellos dependerá el impacto de ese turismo que se piensa.

"Hay una evidencia cada vez mayor del surgimiento de un turista más responsable, que demanda productos y servicios turísticos más pensados para la protección del medio ambiente y el beneficio de las comunidades locales. Ser conscientes de esto, además de comprender cómo esta demanda se encuadra en el marco de turismo sostenible para el desarrollo, apunta a que la gestión de destinos asume un papel más fundamental a la hora de integrar el uso eficiente de recursos y de coordinar cómo se implican los diferentes interlocutores en la adopción de políticas, medidas e iniciativas adecuadas"¹⁰.

El enoturismo engloba en su interior experiencias, placer, historia, expresiones culturales y sociales, hasta disputas y desencuentros desencadenados de esferas económicas diversas,

¹⁰Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos (2018), El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas, OMT, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419937>

pero claramente marcadas (profundos análisis que podrán desarrollarse en otros escritos). Así mismo, incluye prácticas y técnicas que representan un modelo sostenible amigable con el ambiente y el territorio, impulsor de economías locales y regionales. El desafío se encuentra en la planificación integral, receptora de las voces y modos de habitar de cada agente implicado en los circuitos turísticos en los cuales se incluya la actividad vitivinícola. En la provincia de Jujuy, podemos encontrar elementos fundamentales de la cadena productiva que conforma el turismo enológico. Productores, bodegueros, áreas gubernamentales, sectores educativos de nivel superior, consejos consultivos y asociaciones. Sin embargo, la existencia de estos elementos constitutivos no garantiza la cohesión interna. Esto puede traer aparejado, inconvenientes en algunas de las partes cuando un eslabón de la cadena no funciona de la manera correcta. La inserción y la perdurabilidad temporal que requiere pensar el turismo enológico y sostenible, como esa interrelación entre las personas, el medio natural, la cultura y el factor económico, implica precisamente considerar a la cultura, no como un agregado teórico o agregado decorativo, sino como un elemento determinante en la vida de las personas. En ese sentido, las prácticas diarias, el modo de vivir expresadas en la actividad vitivinícola de muchas familias de la Quebrada de Humahuaca, pueden verse alteradas con un impacto negativo si no existe un real compromiso de trabajo en conjunto de todas las partes intervinientes. La cultura, la producción vitivinícola y el turismo, pensados como aspectos complementarios, son un gran aporte a la hora del trabajo inicial de los proyectos turísticos, cuando se deben establecer las relaciones con la población local. Y aunque esto, podría parecer obvio, no lo es, o se le quita la importancia necesaria, ello acarrea el riesgo de lograr el éxito en las planificaciones y en medir el impacto posterior de las mismas. El turismo enológico como actividad emergente en Jujuy, requiere de una planificación estratégica y territorial, a fin de asegurarse la combinación de todos los actores y sectores para ofrecer propuestas consistentes con estas nuevas perspectivas de turismo. Se reflejan distintas facetas en cuanto a las percepciones sobre la actividad vitivinícola en bodegueros y pequeños productores, debido a los diversos modos de vida y de producción. Así mismo, a partir del 2022/2023 el turismo enológico comienza a ser fortalecido con programas y financiamientos, que potencian el desarrollo y perfeccionamiento de la actividad en Jujuy. Desde las áreas de investigación científica, los estudios integrales aún se encuentran en proceso. Lo que pone en el centro del análisis, la necesidad de continuar reforzando los canales de comunicación entre los elementos de la cadena enoturística, el desarrollo de planes turísticos a ser implementados en las bodegas, el acercamiento con las poblaciones locales y la atención a la demanda turística.

Bibliografía

- Alfaro, L. (2022) En la Quebrada se producen vinos familiares con uva criolla. Diario el Tribuno de Jujuy. Jujuy. Recuperado de <https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2022-1-10-1-0-0-en-la-quebrada-se-producen-vinos-familiares-con-uva-criolla>
- Alfaro, L. (2022) Impulsan el Fortalecimiento de la Vitivinicultura Jujeña. Diario el Tribuno de Jujuy. Jujuy. Recuperado de <https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2022-11-28-0-42-0-impulsan-el-fortalecimiento-de-la-vitivinicultura-jujena>.
- Altieri, M. A. (1991). ¿Por qué estudiar la agricultura tradicional? Revista de CLADES número 1, <http://www.clades.org/r1-art2.htm>
- Bossio, M.P. (2010). Biodiversidad y conocimientos tradicionales en la provincia de Jujuy desde la perspectiva de la declaración universal de bioética y derechos humanos. Trabajo presentado en el Primer Congreso Latinoamericano de la Conservación de la Diversidad. San Miguel de Tucumán. Tucumán.
- Bourdieu, P. (1988) "Espacio social y poder simbólico". Buenos Aires, Cosas Dichas Gedisa.
- Braticevic, S. (2022) "Desarrollo de la producción vitivinícola en Jujuy, Argentina: promoción de la "ruta del vino" de extrema altura y viñedos de los valles templados" GEOFRONTER, Vol. 8.
- Charters, S. & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23.
- Di Pietro P. (2001) "Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local". En D. Burin y A. Heras (comps) *Desarrollo Local. Una respuesta a escala humana a la globalización*, pp. 11-50. Buenos Aires, Ciccus- La Crujía.
- Do Santos, V. (2014) "Sistemas Productivos Tradicionales: Abordaje Sociológico de Secaderos de Yerba Mate Barbacuá en la Zona Centro de la Provincia de Misiones orientados al Turismo." Universidad Nacional de Misiones. Misiones.
- Fabron, G. (2014). Producción agrícola tradicional en las nacientes de la quebrada de Humahuaca (Dpto de Humahuaca, Jujuy, Argentina). *La zaranda de ideas*, 10, 29-46.
- Gutiérrez, Alicia (1994) "Pierre Bourdieu: Las prácticas Sociales" Pp.6-67. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- Gómez-Espinoza, J.A. y G. Gómez-González (2006). Saberes tradicionales agrícolas indígenas y campesinos: rescate, sistematización e incorporación a la IEAS. *Ra Ximhai* 1 (2):97-126.
- Gómez González, G., J. L. Ruiz Guzmán y S. Bravo González (1998). Tecnología Tradicional indígena y la conservación de los recursos naturales. Conferencia presentada en el Encuentro Latinoamericano sobre Derechos Humanos y Pueblos Indios, Guatemala.
- González San José; M. L., Gómez Miguel, V. y Sotés V. (2017) "La Cultura del Vino, motor del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas" *BIO Web de Congresos* Vol. 9.
- Guerrero, P. (2016) "Análisis Sociológico de la producción Vitivinícola en la Provincia de Misiones: una propuesta para la diversificación de la oferta turística". Tesis de Licenciatura.

Universidad Nacional de Misiones. Argentina.

Habil, M. (17/04/2023) Lugares, El Bayeh, la bodega jujeña que apuesta por el enoturismo y la uva criolla. Diario La Nación. Buenos Aires. Recuperado

<https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares/el-bayeh-la-bodega-jujena-que-apuesta-por-el-enoturismo-y-la-uva-criolla-nid17042023/>

Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B., Mancionis, N., (eds) (2000): "Wine tourism around the world: Development, management and markets", Elsevier Science, Oxford, UK.

Herrera Wassilowsky, A. (2012). La recuperación de tecnologías indígenas: Arqueología, tecnología y desarrollo en los Andes. Las deudas abiertas en América Latina. CLACSO, Universidad de los Andes, Lima.

Pochettino, M.L. y V.S. Lema. (2008). La variable tiempo en la caracterización del conocimiento botánico tradicional. *Darwiniana* 2(46):227-239.

Rabey, M. (1987). Tecnologías tradicionales y tecnología occidental: un enfoque ecodesarrollista. *Revista de Economía del CERIDE* 8:98-119.

Rampoldi, F. (2020) La cosecha silenciosa. Asociación Argentina de Sommeliers Disponible en: <http://www.aasommeliers.com.ar/novedades/n/338/La-cosecha-silenciosa>

Smith, E. y Marsden, T. (2004). Exploring the 'limits to growth' in UK organics: beyond the statistical image. *Journal of Rural Studies*, 20(3), 345-357. doi: 10.1016/S0743016703000445

Szmulewicz, P., Álvarez, K. (2002) Agroturismo: Una opción de desarrollo sustentable para las comunidades rurales de Latinoamérica. En: *Turismo y Desarrollo Sostenible*, Universidad Externado de Colombia., p.177-197.

Szmulewicz, P. (2008) Generación de empleo y desarrollo de recursos humanos en turismo rural: Aplicación al caso de la comunidad Valenciana, España. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia. Facultad de Economía,

Tsakoumagkos, P., Soverna, S., y Craviotti, C. (2010). Campesinos y pequeños productores en las regiones agroeconómicas de argentina. Buenos Aires: Serie Documentos de Formulación. Imprenta de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

Zucchini, C. Viñas de Uquía. Recuperado de sitio web <http://www.vinasdeuquia.com.ar/>

Fuentes de información

Recursos digitales:

“La Carta Europea del Enoturismo. Principios Generales”

https://www.bbp.cat/info_producida/1000informa.pdf

<https://www.tribuno.com/jujuy/nota/2022-11-28-0-42-0-impulsan-el-fortalecimiento-de-la-vitivinicultura-jujena>

Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos (2018)

El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas, OMT,

Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419937>.

<https://www.lanacion.com.ar/revista-lugares/el-bayeh-la-bodega-jujena-que-apuesta-por-el-enoturismo-y-la-uva-criolla-nid17042023/>

www.vinasdelperchel.com/proyecto/

<https://www.tribuno.com/jujuy/nota/2022-1-10-1-0-0-en-la-quebrada-se-producen-vinos-familiares-con-uva-criolla>

<http://www.vinasdeuquia.com.ar>

<http://boletinoficial.jujuy.gob.ar/?p=24859>