



Incorporación de la Producción del Vino al Turismo Rural utilizando la Interpretación del Patrimonio: Caso Villa Progreso, Querétaro, México

Diana Irma Millán Gómez¹
Gerardo Novo Espinoza de los Monteros²
Felipe Carlos Viesca González³
Víctor Manuel López Guevara⁴

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

La industria vinícola en México se encuentra en auge, de 2010 al 2020 se nota un crecimiento considerable. Una de las regiones vinícolas con mayor crecimiento es el estado de Querétaro, posicionada como la tercera región con mayor producción del país (CMV, 2018). El enoturismo en Querétaro es visto por las bodegas como su mayor punto de venta. Sin embargo, las experiencias, productos enoturísticos y beneficios económicos, en muchos casos, son aislado y desvinculado de la cultural local, recurriendo a mecanismos de invención eurocentrista, teatralización y montaje de escenografías (Jesús-Contreras; Thomé-Ortiz, 2018) poniendo en riesgo identidad de la comunidad.

El objetivo de este estudio fue la incorporación de la producción vinícola al turismo local de Villa Progreso, con el fin de contribuir a la dinamización e identidad

¹Maestrante en Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario. Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales. Universidad Autónoma del Estado de México. dmillang002@alumno.uaemex.mx

²Doctor en Estudios Turísticos. Centro de Investigación y Estudios Turísticos y Gastronómicos. Universidad Autónoma del Estado de México. gespinosad@uaemex.mx

³Doctor en Administración. Facultad de Gastronomía y Turismo. Universidad Autónoma del Estado de México. fviescag798@profesor.uaemex.mx

⁴Doctor en Turismo, Derecho y Empresa. Centro de Estudios en Turismo, Medio Ambiente y Sustentabilidad. El Colegio de Tlaxcala. victorlopez@coltlax.edu.mx



del territorio, y evitar que grupos no locales con mayor poder adquisitivo puedan explotar desmedidamente los recursos naturales desplazando a las comunidades originarias dejando de ser protagonistas de su propio territorio.

2 ENOTURISMO, PATRIMONIO E IDENTIDAD: DIFERENCIAS ENTRE VIEJO MUNDO Y NUEVO MUNDO

Diversos autores como Özlem y Gromova (2016), Santos *et al.* (2019) y De Uña Álvarez y Villarino Pérez (2019) perfilan al enoturismo como un configurador y protector de la identidad cultural de la región, así mismo el uso de los recursos locales como la gastronomía, el paisaje y el patrimonio, contribuyendo a la marca territorial de la región vitivinícola.

Sin embargo, las afirmaciones pasadas se desarrollaron en el contexto del denominado viejo mundo del vino, donde la historia de la producción de vino y el desarrollo de la región fueron de la mano, por lo tanto, el vino es parte de su historia, sus actividades y por ende de su identidad. Mientras que, en regiones como Querétaro, la producción de vino se desarrolló mucho tiempo después de que ya existiera una dinámica social consolidada. Por lo que, se necesita nuevas formas de integrar la producción de vino a la propuesta turística de una localidad rural.

2.1 DESARROLLO DEL PROYECTO

Villa Progreso es una comunidad de ascendencia hñähñu, grupo originario del centro de México, en Ezequiel Montes uno de los municipios con mayor promoción enoturística del estado de Querétaro. Cuenta con una gran diversidad de bienes patrimoniales, entre la que destacan los arquitectónicos, históricos, artísticos y gastronómicos. Desde hace más de 10 años se realiza vino, comenzando a llegar turistas a la localidad.

Teniendo en cuenta que el contexto turístico donde se encuentra Villa Progreso y buscando no caer en un modelo de turismo masivo, se escogió a la interpretación



del patrimonio como herramienta de diseño, ya que logra una conservación, un mayor aprecio y un disfrute de la región por parte de los visitantes (Peñate Villasante, 2019).

Según Bacher *et al.* (2007), este proceso se resume con la fórmula $(CR + CA) \times TA = OI$, donde el conocimiento del recurso (CR) y de la audiencia (CA), junto con técnicas adecuadas (TA), generan oportunidades de interpretación (OI). Para el recurso se debe determinar la esencia que cada elemento tangibles o intangibles tiene. La audiencia, en este caso, el turista, se analiza para adaptar la complejidad del mensaje según su perfil. Mientras que las técnicas interpretativas incluyen comparaciones, analogías, actividades prácticas, humor, misterio, preguntas estratégicas y discusiones, entre otras.

Para llevar a cabo cada parte de la interpretación, se realizó un diagnóstico territorial colaborativo a partir de la revisión de bibliografía, observación directa y entrevistas a profundidad con diversos actores, representantes municipales y organizaciones de la localidad, dando como resultado un análisis FODA, un perfil del turista y un mapeo de actores. Con estos elementos, se obtuvo la interpretación patrimonial de Villa Progreso incorporando la producción de vino (ver tabla1).

Tabla 1. Resumen de la interpretación del patrimonio de Villa Progreso

Tema	Recurso-esencia	Perfil turista y característica del patrimonio	Estrategias para conectar	Herramienta del discurso	Hilo conductor
Pasado indígena	Cocina tradicional hñähñu: <i>Conexión con el semidesierto, la temporalidad y trabajo colectivo</i>	Cada ingrediente tiene su momento y su propósito- Comparación con alacena o supermercado	Recorrido + almuerzo hñähñu Explicación de la recolección, procesos y tiempos de cocina.	Uso de verbos activos Metáfora Mostrar causa y efecto	Interacción con el semidesierto: alimentación y cosmogonía
	Artesanía ixtle <i>Tradicón, raíces, orgullo y colectivismo</i>	Usos y pensamiento del maguey	Participación en la elaboración de ixtle	Exagerar tópicos como tiempo y espacio	Interacción con el semidesierto: herramientas y decoración

Pasado Colonial	Capilla oratoria <i>Unión familiar y comunitaria.</i> <i>Reflejo de la familia</i>	Convivencia y organización comunal	Recorrido guiado Explicación: importancia de las capillas y festividades	Personificación Situaciones imaginarias cuento	Sincretismo entre la cultura hñähñu y catolicismo
Presente emergente	Producción de vino. <i>Puente entre la tradición y modernidad.</i>	Maridajes con algo típico y endémico de su región	Cata maridaje con alimentos de recolección	Autorreferencia, analogías y comparaciones	Capillas: Evangelización y vino

Fuente: Elaboración propia

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

La industria vinícola en Querétaro ha crecido, en gran parte al turismo que cada vinícola ha desarrollado, pero las experiencias ofrecidas están completamente desvinculadas de la cultura local, así mismo, han comenzado a cumplir todas las exigencias de los turistas que acuden, amenazando la identidad territorial y desplazando a la comunidad de los beneficios económicos que pudieran atraer.

El presente trabajo buscó a partir de la interpretación del patrimonio la integración del vino a la narrativa turística de Villa Progreso, buscando una armonía con su entorno donde la cultura indígena, su pasado colonial y sus tradiciones religiosas son sus principales componentes de identidad.

La metodología usada puede ser una propuesta de herramienta para replicar y adaptar a diversos entornos rurales en México que han comenzado a producir vino, y así se contribuiría no solo a la identidad de la región, sino también a la identidad propia del producto.

Palavras-chave: Turismo rural, Patrimonio, Enoturismo, Interpretación.

REFERÊNCIAS



BACHER, K. *et al.* Foundational Competencies for All NPS Interpreters Foundations of Interpretation. **National Park Service U.S. Department of the Interior Interpretive Development Program**, 3 jan. 2007.

CMV. **Producción de Vino en México**. Disponível em: https://uvayvino.org.mx/html/docs/produccion_consumo_vino.pdf. Acesso em: 16 out. 2023.

DE JESÚS CONTRERAS, D.; THOMÉ-ORTIZ, H. Patrimonio enogastronómico en el centro de México Estetización y autenticación como mecanismos de apropiación turística **Anthropology of food**, n. 13, 19 jul. 2018. DOI: <https://doi.org/10.4000/aof.8333>. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aof/8333>. Acesso em: 5 jul. 2024.

DE UÑA ÁLVAREZ, E.; VILLARINO PÉREZ, M. Enlazando Cultura Del Vino, Identidad, Turismo Y Desarrollo Rural En Un Territorio Con Denominación De Origen (Noroeste De España). **Cuadernos de Turismo**, v. 44, p. 533–539, 2019. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404761>. Disponível em: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/404761>. Acesso em: 8 ago. 2024.

ÖZLEM, G.; GROMOVA, E. Wine Tourism. **Global Issues and Trends in Tourism**. Sofia St. Kliment Ohridski University Press. Sofia, p. 383–395, 2016. Disponível em: https://www.academia.edu/30282140/Global_Issues_and_Trends_in_Tourism_pdf_pdf. Acesso em: 15 out. 2023.

PEÑATE VILLASANTE, A. G. Propuesta de un concepto sobre interpretación del patrimonio. **Atenas: Revista Científico Pedagógica**, Cuba, v. 1, n. 45, p. 99–113, jan. 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=478058273007>. Acesso em: 22 out. 2023.

SANTOS, V. *et al.* Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes** Emerald Group Holdings Ltd., v. 11, n. 6, p. 718-730 2 dez. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2019-0053>. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/whatt-09-2019-0053/full/html>. Acesso em: 17 set. 2023.