



Editada por el Instituto de Estudios Avanzados  
Universidad de Santiago de Chile

# VITIVINICULTURA INDÍGENA Y ENOTURISMO EMERGENTE: TRANSFORMACIONES SOCIALES EN LA COMUNIDAD KUMIAI



*Indigenous viticulture and emerging wine tourism:  
Social transformations in the Kumiai community  
Viticultura indígena e enoturismo emergente:  
Transformações sociais na comunidade kumiai*

**Volumen 13, número 38, 222-239, enero 2026**

ISSN 0719-4994

Artículo de investigación

<https://doi.org/10.35588/9tgbac98>

**Benjamín Medina Treviño**

Universidad Autónoma de Baja California  
Tijuana, México

ORCID <https://orcid.org/0009-0000-2405-4968>  
[benjamin.medina.trevino@uabc.edu.mx](mailto:benjamin.medina.trevino@uabc.edu.mx)

## Recibido

14 de marzo de 2025

## Aprobado

21 de octubre de 2025

## Publicado

28 de enero de 2026

## DOSSIER Patrimonio etílico:

**Paisajes y espacios de  
producción, circulación y  
consumo**

## Cómo citar

Medina Treviño, B. (2026). Vitivinicultura indígena y enoturismo emergente: Transformaciones sociales en la comunidad kumiai. *RIVAR*, 13(38), 222-239, <https://doi.org/10.35588/9tgbac98>

## ABSTRACT

This study examines the heritage-making process of wine in the Kumiai indigenous communities of San José de la Zorra and San Antonio Necua, in Baja California. Using a qualitative approach that incorporates documentary analysis, field observation, and interviews, this study explores how viticulture has been adopted as a strategy for sustainable development and identity reinforcement. Wine has been culturally reinterpreted, linking artisanal production, wine tourism, and community practices. The study highlights benefits such as economic diversification and cultural visibility, while also addressing persistent challenges related to limited access to resources, inadequate infrastructure, and unequal participation in the regional wine industry.

## KEYWORDS

Vitiviniculture, indigenous people, territory, wine tourism.

## RESUMEN

Este estudio analiza el proceso de patrimonialización del vino en las comunidades indígenas kumiai de San José de la Zorra y San Antonio Necua, en Baja California. A través de un enfoque cualitativo con análisis documental, observación y entrevistas, se examina cómo la vitivinicultura se ha integrado como estrategia de desarrollo sostenible y de fortalecimiento identitario. El vino ha sido resignificado culturalmente, articulando producción artesanal, enoturismo y prácticas comunitarias. Se destacan beneficios como la diversificación económica y la visibilidad cultural, así como desafíos persistentes, en torno a acceso a recursos, infraestructura y participación equitativa en la industria vinícola regional.

## PALABRAS CLAVE

Vitivinicultura, pueblos indígenas, territorio, enoturismo.

## RESUMO

Este estudo analisa o processo de patrimonialização do vinho nas comunidades indígenas kumiai de San José de la Zorra e San Antonio Necua, na Baixa Califórnia. Com uma abordagem qualitativa baseada em análise documental, observação e entrevistas, investiga-se como a vitivinicultura foi adotada como estratégia de desenvolvimento sustentável e de fortalecimento identitário. O vinho foi ressignificado culturalmente, articulando produção artesanal, enoturismo e práticas comunitárias. O estudo destaca benefícios como diversificação econômica e visibilidade cultural, além de abordar desafios persistentes, como acesso limitado a recursos, infraestrutura insuficiente e participação desigual na indústria vinícola regional.

## PALAVRAS-CHAVE

Vitivinicultura, povos indígenas, território, enoturismo.

## Introducción

La cultura kumiai, originaria del noroeste de México, mantiene una relación estrecha con su entorno natural, basada en una cosmovisión que combina lo espiritual, ecológico y social. Sus prácticas tradicionales —como la caza, la recolección y el cultivo de plantas silvestres— reflejan un profundo conocimiento del ecosistema bajacaliforniano, transmitido de generación en generación mediante relatos, rituales y estructuras comunitarias (Garduño, 2017; Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023). Para ellos, la tierra no es solo un recurso, sino parte esencial de su identidad.

Frente a la globalización, el crecimiento agroindustrial y la presión inmobiliaria en el Valle de Guadalupe, los kumiai han buscado adaptar sus prácticas sin perder su conexión ancestral con el territorio. Una de sus respuestas ha sido integrarse a la vitivinicultura, impulsada por el auge de esta industria en Baja California. Aunque el cultivo de la vid no era tradicional, su incorporación ha permitido explorar formas de sustentabilidad y autonomía económica, combinando saberes ancestrales con nuevas oportunidades (Cornejo-Denman et al., 2023). Este proceso se relaciona con casos similares en otras comunidades indígenas del mundo, donde la agricultura tradicional se ha resignificado como forma de resistencia cultural. En España, por ejemplo, se han conservado variedades ancestrales de uva mediante prácticas agrícolas históricas (Tello et al., 2024). Asimismo, los rankülche en Argentina y los bribri en Costa Rica han incorporado productos como el vino y el cacao a procesos de patrimonialización que impulsan el desarrollo local y refuerzan la identidad cultural (Arias-Hidalgo y González, 2020; Giacomasso, 2017).

En el caso kumiai, el cultivo de la vid comienza a verse como una forma de mantener su relación con la tierra. La Tabla 1 compara prácticas agrícolas y vitivinícolas de distintas comunidades indígenas, mostrando que los kumiai han adoptado técnicas sostenibles como el uso de plantas nativas y la gestión de corredores naturales. Ello los vincula con experiencias como la de los apatani en India o los pueblos indígenas de América del Norte, que integran conocimientos tradicionales con prácticas regenerativas. Tales coincidencias respaldan la idea de que una vitivinicultura artesanal y colectiva puede alinearse con los valores culturales indígenas.

**Tabla 1.** Comparativa de vitivinicultura y agricultura indígena  
*Table 1. Comparison of indigenous vitiviniculture and agriculture*

| Comunidad                      | Prácticas tradicionales                                         | Importancia cultural                                 | Prácticas sostenibles                                     |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Kumiai (Baja California)       | Uso de plantas silvestres, manejo de recursos naturales.        | Conexión profunda con la tierra, identidad cultural. | Uso sustentable de corredores naturales, biodiversidad.   |
| Pueblos originarios americanos | Intercultivo «Tres hermanas», salud del suelo.                  | Identidad cultural, compromiso comunitario.          | Biodiversidad, conservación del suelo.                    |
| Apatani (India)                | Agricultura sostenible, diversidad de cultivos.                 | Equilibrio ecológico, patrimonio cultural.           | Agrobiodiversidad, manejo comunitario.                    |
| Bishnoi (India)                | Protección de la vida silvestre, gestión de recursos naturales. | Administración ambiental, valores culturales.        | Conservación de la biodiversidad, prácticas sustentables. |

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

La patrimonialización, entendida como el proceso mediante el cual ciertas prácticas y productos son reconocidos como parte del patrimonio cultural de una comunidad (Givre, 2015), constituye un eje central para interpretar esta transformación. En el ámbito vitivinícola, este proceso ha permitido reconocer variedades tradicionales de uva como bienes culturales, valorando sus formas de cultivo, su vínculo con el paisaje y su rol identitario en diversas regiones (Tello et al., 2024). Para los kumiai, este proceso aún está en construcción, pero se vislumbran signos de apropiación cultural del vino como símbolo de adaptación, resiliencia y proyección social.

La Tabla 2 muestra que la patrimonialización de la viticultura en contextos indígenas contempla impactos diversos. En Valle del Sol se conservaron técnicas tradicionales; en los Valles Calchaquies se impulsó la economía local con la venta de vino (Hafner y Rainer, 2017), y entre los Bribri, el cacao fortaleció saberes y cultura (Arias-Hidalgo y González, 2020). Estas experiencias destacan cómo el reconocimiento patrimonial puede fortalecer la identidad cuando se mantiene bajo control de las propias comunidades.

**Tabla 2.** Impacto de la patrimonialización en la viticultura en contextos indígenas  
*Table 2. Impact of heritage-making on viticulture in indigenous contexts*

| Región                        | Impacto en la viticultura                                                                        | Resignificación cultural                                                                   |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Valle del Sol, Boyacá         | Preservación de variedades de uva tradicionales y técnicas de vinificación (Espinosa, 2018).     | Revitalización de prácticas tradicionales y construcción de nuevas identidades culturales. |
| Valles Calchaquies, Argentina | Promoción de las economías locales a través de la producción de vino (Hafner y Rainer, 2017).    | Reconocimiento de la viticultura como parte del patrimonio cultural de la región.          |
| Pueblo Bribri, Costa Rica     | Diversificación de fuentes de ingresos para familias indígenas (Arias-Hidalgo y González, 2020). | Recuperación y conservación de las tradiciones como signos únicos de identidad.            |

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

El proceso de patrimonialización vitivinícola en comunidades indígenas, como la kumiai, enfrenta tensiones derivadas de la mercantilización cultural, que puede distorsionar el sentido original de las prácticas e imponer intereses externos (Maraña, 2022; Sepúlveda y Licuime, 2024). Por ello, es fundamental que esta transformación refuerce la autonomía cultural y territorial. Esta investigación analiza cómo las comunidades de San José de la Zorra y San Antonio Necua han incorporado el vino como parte de un proceso de adaptación identitaria, explorando su potencial como herramienta de desarrollo culturalmente sostenible a partir de la agricultura, el territorio y el enoturismo.

## Área de estudio: Baja California, México

La historia del cultivo de la vid en Baja California se remonta al siglo XVII, cuando los misioneros jesuitas introdujeron las primeras cepas. Desde entonces, la región ha consolidado una importante industria vinícola, particularmente en el Valle de Guadalupe, que hoy concentra más del 90% de la producción nacional de vino (Ruiz et al., 2015; Zepeda y Lagarda, 2010). Dicho crecimiento ha sido favorecido por condiciones climáticas óptimas, avances tecnológicos y una demanda creciente de vinos mexicanos tanto a nivel nacional como internacional.

No obstante, la expansión acelerada de esta industria ha generado tensiones, especialmente para las comunidades indígenas que habitan estos territorios, como los kumiai. El desarrollo de la vitivinicultura y del turismo ha transformado profundamente la región, generando presión sobre los recursos naturales y los territorios tradicionales. En particular, el acceso al agua y el uso del suelo agrícola han sido temas críticos que afectan directamente a las comunidades originarias. Frente a estas transformaciones, los kumiai de San José de la Zorra y San Antonio Necua han comenzado a participar en la producción de vino no solo como una fuente alternativa de ingresos, sino también como una herramienta para fortalecer su identidad cultural mediante la patrimonialización del vino como producto simbólico y económico.

Estas comunidades ubicadas en la zona norte de Baja California, dentro del área geográfica del Valle de Guadalupe, pertenecen a una región de clima mediterráneo, suelos minerales y alta biodiversidad, lo que la hace ideal para el cultivo de la vid (Zepeda y Lagarda, 2010; Ruiz et al., 2015). Sin embargo, la transformación del territorio a través del turismo enológico y los modelos productivos industriales ha generado desafíos para la subsistencia de los pueblos indígenas, quienes tradicionalmente han mantenido una relación sustentable con su entorno.

Históricamente asentados en estos territorios, los kumiai han construido una identidad cultural basada en el manejo responsable de los recursos y una cosmovisión profundamente ligada a la tierra (Garduño, 2017). Su participación en la vitivinicultura ha evolucionado: de ser trabajadores en viñedos ajenos, han pasado a desarrollar proyectos propios como el Viñedo Kumiai en San José de la Zorra y la Cava Kak Nua en San Antonio Necua. Aunque todavía son iniciativas incipientes, representan un esfuerzo claro de apropiación cultural del vino como expresión de resistencia y desarrollo (Reyes-Orta et al., 2016).

Además, otros miembros de la comunidad participan en actividades complementarias como el enoturismo y la producción artesanal, lo que demuestra una integración económica diversa sin romper el vínculo con sus valores tradicionales (León-Pozo et al., 2022). Para los kumiai, la vitivinicultura es más que una actividad económica: es una estrategia para insertarse en dinámicas de mercado desde una posición que respeta sus saberes, historia y territorio. El proceso de patrimonialización del vino en estas comunidades refleja, así, una transformación cultural que vincula identidad, economía y sostenibilidad (Garduño, 2017; Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023).

## Metodología

Este estudio se enmarca en un enfoque cualitativo de carácter exploratorio, con orientación narrativa e interpretativa. El objetivo fue comprender cómo se ha integrado el vino en la cultura de las comunidades kumiai, a partir de los procesos emergentes de apropiación simbólica, transformación territorial y valorización identitaria vinculados a la vitivinicultura. Para ello, se empleó una estrategia metodológica basada en la triangulación de fuentes: análisis documental, entrevistas semiestructuradas y observación directa en campo.

El trabajo de campo se realizó en las comunidades de San José de la Zorra y San Antonio Necua, ubicadas en el norte de Baja California. Las observaciones directas permitieron documentar prácticas agrícolas, actividades turísticas y dinámicas de interacción comunitaria

relacionadas con la producción y promoción del vino. Paralelamente, se revisaron fuentes documentales sobre la historia vitivinícola regional, el contexto político de los pueblos indígenas y los marcos teóricos de patrimonialización cultural (Zepeda y Lagarda, 2010; Cornejo-Denman et al., 2023).

Se realizaron 19 entrevistas semiestructuradas: nueve con miembros de la comunidad kumiai directamente involucrados en la producción o promoción del vino, cinco con productores vinícolas regionales que han colaborado con estas comunidades, y cinco con especialistas en vitivinicultura, desarrollo rural y turismo cultural. En todos los casos, se solicitó el consentimiento informado de manera verbal y se garantizó la confidencialidad de los testimonios. Por razones éticas, se optó por mantener el anonimato completo de los informantes para garantizar la confidencialidad, conforme a los acuerdos éticos establecidos con las comunidades participantes.

El análisis se realizó mediante una lógica inductiva, permitiendo que las categorías emergieran de las narrativas y observaciones de campo. Fueron identificados cuatro ejes: (i) resignificación cultural del vino; (ii) apropiación comunitaria de la vitivinicultura; (ii) vínculos entre producción artesanal y territorialidad, y (4) tensiones del enoturismo como estrategia de valorización. Tales categorías permitieron interpretar los significados atribuidos al vino por los actores locales. La perspectiva de los kumiai fue central, desde una perspectiva participativa que valora su conocimiento como base para un desarrollo culturalmente sostenible.

El enfoque adoptado dialoga con investigaciones previas sobre procesos de patrimonialización en comunidades indígenas que han integrado productos agrícolas a su identidad cultural, como el cacao en el pueblo bribri de Costa Rica (Arias-Hidalgo y González, 2020) o el vino en los Valles Calchaquíes de Argentina (Hafner y Rainer, 2017). Esas referencias comparativas permitieron contextualizar los hallazgos y reforzar la pertinencia de una perspectiva situada y participativa.

## Resultados

La historia de la vitivinicultura en Baja California muestra la evolución agrícola y cultural de la región. Desde que los misioneros jesuitas introdujeron la vid en el siglo XVIII con fines litúrgicos, la producción de vino ha experimentado etapas de crecimiento, estancamiento y modernización. Tras la expulsión de los jesuitas en 1767, la actividad vitivinícola disminuyó, pero resurgió a finales del siglo XIX con un enfoque comercial (Zepeda y Lagarda, 2010). La incorporación de nuevas variedades de uva y tecnologías de vinificación marcó el inicio de un proceso de profesionalización del sector (Ruiz et al., 2015). Pese al crecimiento sostenido en las últimas décadas, la industria vinícola enfrenta desafíos estructurales, como la escasez de agua, la competencia con vinos importados y la falta de políticas públicas específicas (Cota-Cota et al., 2024). Para responder a estos retos, muchos productores han adoptado innovaciones como el riego por goteo, el uso de insumos orgánicos y técnicas de mínima intervención, en tanto estrategias que buscan mantener un equilibrio entre productividad agrícola y sostenibilidad ambiental, adaptándose a las demandas del mercado global.

Actualmente, el Valle de Guadalupe produce cerca del 90% del vino mexicano (Zepeda y Lagarda, 2010). Su éxito se debe en gran medida a las condiciones edafoclimáticas favora-

bles: clima mediterráneo, suelos minerales y altitud adecuada para la maduración de cepas como Cabernet Sauvignon, Nebbiolo y Tempranillo. Además, el crecimiento del enoturismo ha sido un factor decisivo. La denominada Ruta del Vino ha generado una oferta turística basada en la combinación de degustaciones, gastronomía y cultura regional (Baltazar Ramos y Molina Martínez, 2023).

Este modelo ha dinamizado la economía local, estimulando la apertura de nuevas bodegas y generando empleos en servicios turísticos y gastronómicos. También ha reforzado la percepción del vino como símbolo identitario de Baja California. Instituciones como Proviño BC, universidades y el Consejo Mexicano del Vino han contribuido a profesionalizar el sector (Meraz Ruiz y Maldonado Radillo, 2016). Sin embargo, subsisten limitaciones como la escasa infraestructura para exportación, dificultades de financiamiento y la necesidad de diversificar los canales de comercialización (Cota-Cota et al., 2024).

Tradicionalmente, el consumo de vino en México era limitado frente a bebidas como la cerveza o el tequila. En las últimas décadas, sin embargo, el vino ha registrado un crecimiento anual del 12% en su demanda, impulsado por campañas educativas y una mayor oferta de eventos enológicos (Ruiz et al., 2015), un cambio que ha permitido que el vino se consolide como producto de prestigio y símbolo cultural (Baltazar Ramos y Molina Martínez, 2023).

En este contexto, la participación de las comunidades kumiai en la producción de vino representa una transformación significativa. De dedicarse a la caza y la recolección, han pasado a incorporar el cultivo de la vid y la elaboración artesanal como parte de una estrategia de adaptación cultural y económica (Garduño, 2017; Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023). Dicha transición implica no solo un cambio agrícola, sino una resignificación del vino como símbolo de identidad. A través del acceso a asesoría técnica, el desarrollo del enoturismo y la apropiación simbólica del vino, las comunidades de San José de la Zorra y San Antonio Necua han iniciado un proceso de patrimonialización que articula cultura, territorio y desarrollo (Givre, 2015; Arias-Hidalgo y González, 2020; Hafner y Rainer, 2017).

El trabajo de campo revela que la producción de vino en las comunidades kumiai no responde únicamente a intereses comerciales, sino que se ha convertido en un medio de reafirmación cultural. Mediante etiquetas en lengua indígena, diseños elaborados por miembros de la comunidad e ilustraciones que reflejan su cosmovisión, el vino ha adquirido un carácter identitario. Su incorporación en festividades locales, actividades turísticas vivenciales y proyectos educativos interculturales refuerza esta resignificación cultural, sin omitir que este proceso no está exento de tensiones.

Persisten también limitaciones importantes, como la falta de infraestructura adecuada, el acceso desigual a recursos de producción y la presión del desarrollo inmobiliario sobre los territorios agrícolas. Además, existe el riesgo de una mercantilización excesiva de los elementos culturales, que podría desvirtuar su sentido original (Maraña, 2022; Sepúlveda y Licuime, 2024). Tal como ocurrió en el caso de la comunidad diaguita en Chile, los procesos de patrimonialización pueden generar conflictos por el control del territorio entre comunidades, gobiernos y actores privados (Sepúlveda y Licuime, 2024).

Pese a estos desafíos, las comunidades kumiai han impulsado estrategias resilientes que les han permitido integrar la producción de vino dentro de un modelo de desarrollo propio. El

trabajo colectivo, la transmisión de conocimientos entre generaciones y la construcción de redes externas de colaboración han sido factores clave para esta apropiación. El vino, más que un producto, se ha convertido en una herramienta narrativa que expresa resistencia, adaptación y afirmación cultural ante un entorno en constante transformación.

Tradicionalmente, los kumiai han sustentado su vida en prácticas como la caza, la recolección y la agricultura básica, profundamente conectadas con su visión del mundo y el conocimiento ecológico ancestral (Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023). Mas la globalización y el crecimiento de la industria vitivinícola en Baja California han generado presiones que han motivado a la comunidad a explorar nuevas estrategias económicas (Cornejo-Denman et al., 2023). Las entrevistas realizadas muestran que la transición hacia la viticultura ha sido gradual y responde tanto a necesidades económicas como al deseo de reconectar con el territorio. Un productor lo resume así: «Antes trabajábamos en otros viñedos, pero ahora estamos aprendiendo a hacer nuestro propio vino».

Actualmente, proyectos como el Viñedo Kumiai en San José de la Zorra y la Cava Kak Nua en San Antonio Necua son ejemplos de esta iniciativa. Aun así, continúan enfrentando obstáculos relacionados con el acceso al agua y la falta de capacitación técnica. Una integrante de la comunidad señala: «El agua sigue siendo un problema grande. Es difícil competir con las grandes vinícolas, pero estamos buscando formas de aprovechar lo que tenemos». La incorporación del vino en estas comunidades responde a múltiples factores: la expansión del mercado vitivinícola, el apoyo de programas de desarrollo y las oportunidades derivadas del turismo cultural. Para los kumiai, el vino ha abierto caminos para diversificar ingresos, mantener su vínculo con la tierra y fortalecer su visibilidad identitaria.

El desarrollo de la viticultura en las comunidades kumiai ha contado con el apoyo de asesoría técnica y programas de formación para pequeños productores indígenas. No obstante, persisten limitaciones importantes en financiamiento, infraestructura y respaldo institucional. Algunas bodegas regionales han facilitado vínculos iniciales, pero el camino hacia una viticultura con identidad comunitaria sigue enfrentando obstáculos estructurales. Uno de los hallazgos clave es la diversidad de percepciones sobre el vino dentro de la comunidad. Al respecto, una entrevistada comenta: «Para muchos, el vino es un medio para generar ingresos, pero también se está convirtiendo en un símbolo de identidad. Representa la conexión con la tierra y con su historia».

Esta resignificación revela que el vino empieza a ser visto como una expresión cultural. Al mismo tiempo, hay posturas críticas. Un entrevistado señala: «No todos están convencidos de que el vino sea parte de nuestra cultura, pero estamos construyendo un nuevo significado para él. Ahora forma parte de nuestra historia». Estas tensiones muestran que la producción vinícola es parte de un proceso colectivo en evolución, donde el vino se integra de forma negociada a la narrativa identitaria kumiai.

La elaboración de vino ha favorecido la interacción entre los kumiai y visitantes, principalmente mediante el enoturismo. Dicha apertura ha fortalecido el orgullo identitario, como señala un grupo familiar entrevistado: «La gente viene y quiere probar nuestro vino, pero también quiere conocer nuestra historia. Eso nos motiva a seguir adelante y a compartir quiénes somos». El vino se convierte así en un medio de visibilización y afirmación cultural.

El análisis de los discursos muestra que este proceso es complejo y multidimensional, ya que involucra factores económicos, históricos y culturales. La adopción de la vitivinicultura ha requerido superar desafíos estructurales —como la escasez de recursos y la falta de formación técnica—, al tiempo que abre nuevas oportunidades para fortalecer la identidad colectiva y diversificar la economía local. Un ejemplo destacado es el Viñedo Kumiai en San José de la Zorra, iniciado en 2008, que refleja tanto una consolidación productiva como una apropiación simbólica del vino dentro de la comunidad. Sin embargo, esta integración no ha sido homogénea.

Mientras algunos ven el vino como algo ajeno, otros lo resignifican como parte de su historia. Por ello, la patrimonialización del vino no debe entenderse solo como transformación productiva, sino como una estrategia de resistencia simbólica y continuidad cultural. Esta experiencia demuestra la capacidad de la comunidad para reinterpretar elementos externos desde sus propios marcos culturales, fortaleciendo su vínculo territorial y su agencia colectiva (Reyes-Orta et al., 2016).

La patrimonialización del vino en la cultura kumiai es un proceso en construcción, donde esta bebida ha comenzado a resignificarse como parte de su patrimonio cultural. No se trata de una simple adopción externa, sino de una reelaboración simbólica que vincula el vino con valores identitarios propios. La cosmovisión kumiai, basada en una relación espiritual con la tierra como eje de su organización social y cultural (Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023), ha sido clave para reinterpretar la viticultura desde una lógica indígena.

Aunque el vino no formaba parte de su tradición ancestral, ha adquirido un nuevo significado dentro de la comunidad. Para varios de sus integrantes, representa una herramienta de resistencia frente a procesos históricos de exclusión y un medio para reconstruir una identidad indígena contemporánea. Así lo expresa un productor de San José de la Zorra: «Antes, el vino no era algo nuestro, pero ahora lo estamos haciendo parte de nuestra historia. Es una manera de demostrar que podemos adaptarnos sin dejar de ser kumiai».

Desde una perspectiva teórica, patrimonializar implica apropiarse simbólicamente de bienes o prácticas que, a través de procesos históricos y culturales, se integran al patrimonio comunitario (Garduño, 2017; Tello et al., 2024). En este marco, la vitivinicultura kumiai ha trascendido lo económico, transformándose en una forma de expresión cultural. El paso de ser mano de obra en viñedos ajenos a desarrollar proyectos propios refleja una afirmación política y cultural (Reyes-Orta et al., 2016).

Además, esta actividad ha visibilizado la cultura kumiai en espacios donde antes estaba ausente, como indica Diego Ruiz, de Bodegas de Santo Tomás: «El vino les ha dado una nueva forma de contar su historia. Ahora la gente llega interesada en su cultura, no solo en comprar una botella». En contraste con el modelo industrial dominante del Valle de Guadalupe, la producción vinícola kumiai se distingue por su enfoque artesanal, familiar y comunitario. Este modelo entrelaza conocimientos tradicionales, vínculos afectivos y valores colectivos, reforzando su identidad cultural y posicionando al vino como símbolo de continuidad territorial e innovación desde lo propio.

Estas prácticas se expresan no solo en la manera en que se produce el vino, sino también en su presentación y simbolismo. La Figura 1 muestra las etiquetas de los vinos de la cava Kak

Nua, un proyecto vinícola de San Antonio Necua, donde se refleja de manera explícita la centralidad de la familia y la identidad kumiai. Las ilustraciones hechas a mano representan a familiares directos de los productores, reafirmando la conexión afectiva con el producto y su origen. Además, los nombres de los vinos, escritos en lengua kumiai o inspirados en la vida cotidiana de la comunidad, funcionan como vehículos de transmisión cultural. Este tipo de representación gráfica y simbólica convierte al vino no solo en un producto de consumo, sino en una forma de contar historias, preservar memorias y compartir una visión del mundo propia. Así, el vino kumiai se convierte en un medio de patrimonialización activa, donde la producción agrícola se articula con la identidad y la agencia cultural.

**Figura 1.** Línea de vinos de Cava Kak Nua, en la comunidad de San Antonio Necua

*Figure 1. Cava Kak Nua wine line in the San Antonio Necua community*



Fuente: fotografía del autor. Source: author's photograph.

Uno de los aspectos más destacados en el desarrollo de la vitivinicultura kumiai es la combinación de saberes tradicionales con técnicas modernas, lo que ha permitido construir un modelo productivo diferenciado del industrial. A diferencia de las bodegas del Valle de Guadalupe, los kumiai emplean prácticas sustentables como el uso mínimo de agroquímicos, la selección manual de uva y la elaboración artesanal sin maquinaria pesada. Tales decisiones, tomadas dentro del ámbito familiar, priorizan el respeto al entorno y la calidad por encima de la producción en masa. Como señala una académica entrevistada, «los kumiai están aprendiendo a hacer vino de forma profesional, pero sin perder su esencia. Están desarrollando su propio estilo, con prácticas más sustentables y respetuosas con la tierra».

El vínculo con el territorio es central en este modelo. Para los kumiai, la tierra no es solo un espacio productivo, sino un paisaje cultural con profundo significado espiritual e históri-

co (Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023). El viñedo representa una forma de habitar, cuidar y transmitir la identidad a nuevas generaciones. El vino, aunque no ha desplazado a las bebidas tradicionales, ha sido incorporado a festividades y eventos comunitarios como símbolo de orgullo colectivo. Como expresa un integrante de San Antonio Necua, «nosotros nunca habíamos pensado en el vino como algo nuestro, pero ahora lo vemos como una parte de lo que hacemos y lo que podemos compartir con los demás».

Este proceso se enmarca en una lógica de patrimonialización, donde una actividad productiva se transforma en un signo de cohesión social y expresión cultural (Reyes-Orta et al., 2016). La vitivinicultura ha permitido que los kumiai fortalezcan su arraigo territorial y encuentren alternativas económicas. Una académica lo resume así: «El vino ha permitido que los kumiai mantengan su conexión con la tierra. Antes, muchos tenían que salir a buscar trabajo en otros lados, pero ahora pueden quedarse y trabajar su propio viñedo». Esta actividad contribuye al reconocimiento de sus derechos territoriales y a evitar el despojo (Cornejo-Denman et al., 2023).

Los kumiai demuestran cómo una actividad inicialmente ajena puede ser apropiada mediante procesos de resignificación cultural. El vino se ha convertido no solo en un recurso económico, sino en un símbolo de resiliencia, identidad y visibilización. A través de prácticas locales y narrativas propias, estas comunidades han diferenciado su producción del modelo comercial convencional, construyendo una relación cultural profunda con esta bebida. Si bien aún enfrentan desafíos como el acceso a recursos y la consolidación comercial, la experiencia vitivinícola kumiai representa un proceso emergente que apunta hacia un modelo de desarrollo basado en el arraigo territorial, la identidad indígena y la sostenibilidad cultural.

## El enoturismo como estrategia de valorización cultural

En la comunidad kumiai, el enoturismo se ha convertido en una estrategia clave para la valorización cultural, al posicionar el vino no sólo como un producto económico, sino también como un medio de expresión identitaria y herramienta de comunicación simbólica. En las comunidades de San José de la Zorra y San Antonio Necua, el vino se incorpora en narrativas locales que fortalecen el vínculo con el territorio, revitalizan la memoria colectiva e integran elementos de la cosmovisión indígena en las experiencias turísticas. Dichas prácticas resignifican la vitivinicultura como un proceso patrimonial en construcción, que permite la transmisión intergeneracional de saberes, el reconocimiento externo de su herencia cultural y la afirmación de su presencia histórica en la región (Reyes-Orta et al., 2016; Garduño, 2017).

Las actividades enoturísticas en estas comunidades incluyen visitas guiadas, degustaciones con relatos sobre el proceso productivo, talleres de cestería, gastronomía tradicional y venta de artesanías. Están dirigidas a turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles. De todos modos, este modelo conlleva tensiones: la excesiva mercantilización puede desvirtuar prácticas culturales y generar presiones sobre la comunidad, además de provocar desigualdad en la distribución de beneficios (Sepúlveda y Licuime, 2024; Maraña, 2022).

En Baja California, el enoturismo es una industria consolidada. Para los kumiai representa una fuente de ingresos, pero también una vía para el fortalecimiento identitario y el reconocimiento territorial. Desde un enfoque teórico, el enoturismo combina el disfrute del vino con la inmersión en las tradiciones y el paisaje local (Ruiz et al., 2015). En este marco, los kumiai han adoptado el enoturismo como estrategia de diversificación económica y como herramienta para posicionar su patrimonio cultural dentro de la industria vitivinícola.

El modelo adoptado por estas comunidades prioriza la conservación del paisaje y las prácticas agrícolas sostenibles. Una turoperadora lo explica así: «El enoturismo no solo es una fuente de ingresos, sino que también permite a la comunidad mantener el control sobre su territorio. Si ellos pueden atraer visitantes con experiencias auténticas, tienen menos presión para vender sus tierras o emigrar». La combinación de producción vinícola y turismo contribuye a un modelo de desarrollo sostenible que promueve el arraigo, el uso responsable de recursos y la participación de las nuevas generaciones (Gutiérrez-Sánchez y Leyva-Aguilera, 2023).

El Viñedo Kumiai, en San José de la Zorra, ofrece experiencias que vinculan la producción de vino con la difusión activa de la herencia cultural. Como muestran las Figuras 2 y 3, las etiquetas de sus vinos incorporan elementos gráficos que aluden al entorno natural, a la vida cotidiana kumiai y al papel de la mujer, reforzando el carácter comunitario del proyecto. Palabras como *auka* (saludo), *shaak spiruar* (mujer fuerte) y *ja tñur say* (agua amarga) reflejan una apropiación lingüística del producto y su resignificación simbólica.

Son decisiones no solo estéticas, sino políticas y pedagógicas: las etiquetas funcionan como instrumentos de patrimonialización, traduciendo el relato identitario al lenguaje del mercado. En las degustaciones guiadas se narra el proceso del vino desde una perspectiva comunitaria, destacando la participación familiar y las técnicas artesanales. A ello se suman actividades culturales como talleres de cestería, demostraciones culinarias y venta de joyería artesanal, lo que diversifica la economía local y convierte el vino en un vehículo de diálogo intercultural. Como afirma una investigadora, «el enoturismo para los kumiai no es solo vender vino, sino compartir su forma de vida. Cuando los visitantes llegan a San José de la Zorra o San Antonio Necua, aprenden sobre su cultura y su conexión con la tierra». Así, el enoturismo se configura como una forma de patrimonialización activa, donde la comunidad presenta y fortalece su identidad desde su propia voz, en diálogo con públicos externos.

**Figura 2.** Línea de vino tinto del Viñedo Kumiay  
*Figure 2. Red wine line from Kumiay Vineyard*



Fuente: fotografía del autor. Source: author's photograph.

**Figura 3.** Línea de rosado del Viñedo Kumiay  
*Figure 3. Rosé wine line from Kumiay Vineyard*



Fuente: fotografía del autor. Source: author's photograph.

Las experiencias enoturísticas desarrolladas por la comunidad kumiai han incrementado su visibilidad dentro del circuito turístico de Baja California, destacándose por ofrecer propuestas auténticas frente a modelos más comerciales. Como señala Diego Ruiz, «hay un creciente interés en experiencias más auténticas. La gente ya no solo quiere probar vino, sino conocer las historias detrás de él, y eso es lo que hace tan valioso el turismo con los kumiai». No obstante, estos avances también enfrentan desafíos importantes que requieren atención para asegurar la sostenibilidad del modelo.

Según la Tabla 3, el enoturismo ha generado beneficios como la diversificación económica, el fortalecimiento identitario y la valorización cultural, aunque plantea retos estructurales importantes, especialmente en lo ambiental y territorial. La expansión desmedida de infraestructura turística en zonas vitivinícolas ha sido señalada como una amenaza para la vocación agrícola regional; la urbanización asociada puede desplazar el uso de suelos agrícolas y comprometer la sostenibilidad futura del vino. Reorientar el desarrollo hacia modelos sustentables y comunitarios, con límites claros a la carga turística, protección del agua y conservación de tierras agrícolas, permitiría consolidar una estrategia de equilibrio. Así, el enoturismo podría integrarse como complemento a la vitivinicultura, sin sustituirla ni erosionar su base territorial y productiva.

**Tabla 3.** Impacto del enoturismo en la comunidad kumiai

*Table 3. Impact of wine tourism on the Kumiai community*

| Aspectos                                 | Beneficios                                                                                                                                                                                                                                                                        | Desafíos                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diversificación económica                | Generación de nuevas fuentes de ingreso a través del enoturismo comunitario. Inclusión de jóvenes y mujeres en actividades productivas no agrícolas. Reducción parcial de la dependencia de trabajos temporales en viñedos externos.                                              | Carencia de infraestructura básica (vías de acceso, sanitarios, señalización) para recibir visitantes de forma constante y segura. Riesgo de que el turismo se convierta en la única alternativa económica, generando dependencia y vulnerabilidad ante la estacionalidad.                                      |
| Fortalecimiento de la identidad cultural | Revalorización de prácticas tradicionales a través de su integración en experiencias turísticas. Visibilización de la lengua, la gastronomía y las artesanías en contextos de interacción intercultural. Consolidación del vino como símbolo de identidad y continuidad cultural. | Necesidad urgente de capacitación en narrativas culturales, gestión turística y sostenibilidad para evitar distorsiones o simplificaciones culturales. Posible presión para «exhibir» la cultura en función del gusto turístico, generando tensiones en la comunidad sobre qué y cómo representar su identidad. |
| Visibilidad y reconocimiento             | Posicionamiento de los kumiai como actores activos en el desarrollo económico y cultural de la región. Reconocimiento del vino como parte de su patrimonio cultural emergente.                                                                                                    | Riesgo de sobreexplotación de recursos naturales y desplazamiento del uso agrícola del suelo debido al crecimiento turístico no regulado. Necesidad de una gestión territorial equilibrada que priorice la sustentabilidad de la vitivinicultura tradicional.                                                   |

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

El enoturismo ha tomado un papel clave en las comunidades kumiai, al ofrecer una alternativa de desarrollo sostenible que permite diversificar su economía sin perder su identidad. A través de experiencias basadas en el vino y la cultura, han fortalecido su presencia en la industria vitivinícola de Baja California. Para asegurar su viabilidad a largo plazo, se requieren mejoras en infraestructura, capacitación comunitaria y manejo responsable de recursos. Como señala un turoperador: «El reto es hacerlo bien, que el turismo beneficie a la co-

munidad sin cambiar su esencia. Si logramos eso, el enoturismo puede ser una herramienta poderosa para el futuro de los kumiai». Este crecimiento muestra cómo una actividad inicialmente externa puede convertirse en una vía de empoderamiento cultural y económico, garantizando la continuidad del legado kumiai en un contexto contemporáneo.

## Discusión

La experiencia vitivinícola de las comunidades kumiai de San José de la Zorra y San Antonio Necua constituye un ejemplo significativo de patrimonialización en contextos indígenas, donde una actividad productiva inicialmente ajena ha sido resignificada culturalmente. Más que una mera adopción técnica, el vino ha sido integrado desde las lógicas propias de cada comunidad, articulando estrategias familiares, narrativas identitarias y prácticas de sostenibilidad. En San José de la Zorra, destaca un viñedo consolidado desde 2008 con fuerte control comunitario del proceso productivo; mientras que en San Antonio Necua, el énfasis recae en la visibilización cultural a través del diseño simbólico de sus etiquetas, como el uso de términos en lengua kumiai y la centralidad de la familia como eje narrativo.

Desde la teoría de la patrimonialización (Garduño, 2017; Tello et al., 2024), esta apropiación se interpreta como una estrategia de resistencia cultural, donde el vino funciona como medio de expresión territorial e identitaria. Al igual que en experiencias como la del pueblo Bribri en Costa Rica (Arias-Hidalgo y González, 2020) o los Valles Calchaquíes en Argentina (Hafner y Rainer, 2017), los kumiai han articulado autonomía económica y visibilización cultural mediante prácticas agroproductivas con anclaje local. Sin embargo, persisten desafíos estructurales que limitan su sostenibilidad: falta de infraestructura, dependencia de actores externos para la capacitación técnica y ausencia de políticas públicas con enfoque intercultural. Además, la expansión turística desregulada en el Valle de Guadalupe amenaza la vocación agrícola y el equilibrio territorial (Cota-Cota et al., 2024). Como señalan Sepúlveda y Licuime (2024) y Maraña (2022), la mercantilización cultural puede conllevar riesgos de simplificación identitaria. Por ello, el caso kumiai subraya que el éxito del enoturismo indígena no depende solo del mercado, sino del fortalecimiento organizativo, el control comunitario y el reconocimiento de sus marcos culturales propios.

## Conclusión

El proceso de patrimonialización del vino en la comunidad kumiai constituye una experiencia emergente de resignificación cultural, donde la vitivinicultura ha sido incorporada como una estrategia de desarrollo con anclaje territorial e identitario. A través del enoturismo y la producción vinícola, las comunidades de San José de la Zorra y San Antonio Necua han proyectado su cultura hacia públicos externos, fortaleciendo su visibilidad regional y generando beneficios concretos como la diversificación económica, la participación de mujeres y jóvenes, y la creación de microemprendimientos con valor simbólico y cultural. Dichas dinámicas reflejan una forma de agencia colectiva frente a los retos de un entorno turístico en expansión.

No obstante, como advierten Garduño (2017) y Maraña (2022), la patrimonialización implica más que la visibilización simbólica: requiere apropiación comunitaria, transmisión generacional y consolidación en las prácticas sociales cotidianas. En este sentido, el vino aún

no puede considerarse plenamente patrimonializado en el contexto kumiai, pues su significado no ha sido adoptado de forma homogénea y su integración permanece en construcción. Si bien algunos sectores lo resignifican como símbolo de orgullo cultural, otros mantienen posturas más críticas o distantes.

Experiencias comparables, como el cacao en el pueblo Bribri (Arias-Hidalgo y González, 2020) o la viticultura indígena en los Valles Calchaquies (Hafner y Rainer, 2017), demuestran que la consolidación de una práctica como patrimonio requiere tiempo, participación comunitaria sostenida y políticas públicas respetuosas de la autonomía cultural. En el caso kumiai, persisten desafíos estructurales como el acceso limitado a infraestructura, financiamiento y formación técnica que obstaculizan el desarrollo equitativo del enoturismo. Por ello, se requiere un acompañamiento institucional con enfoque intercultural y políticas inclusivas que fortalezcan las capacidades organizativas de los productores. Solo mediante un proceso colectivo y contextualizado, el vino podrá consolidarse como un verdadero patrimonio cultural vivo de la comunidad kumiai.

### Declaración de autoría

**Benjamín Medina Treviño:** Conceptualización, curación de datos, análisis formal, captación de fondos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción – borrador original y redacción – revisión y edición.

### Referencias

- Arias-Hidalgo, D. y González, M.M. (2020). Patrimonio cultural inmaterial indígena: Análisis de las potencialidades turísticas de los simbolismos del cacao del pueblo bribri (Talamanca, Costa Rica). *Cuadernos de Turismo*, 46, 505-530. DOI [10.6018/TURISMO.451941](https://doi.org/10.6018/TURISMO.451941)
- Baltazar Ramos, V. y Molina Martínez, R. (2023). Análisis comparativo de las empresas vitivinícolas exportadoras de Valle de Guadalupe y el resto de las empresas vitivinícolas de Baja California: Una contrastación empírica. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, 17(1), 83-133. DOI [10.33110/rnee.v17i1.336](https://doi.org/10.33110/rnee.v17i1.336)
- Cornejo-Denman, L., Romo-León, J.R. y Lutz-Ley, A. (2023). Traditional agricultural practices and their contribution to habitat quality and carbon storage in arid Northwest Mexico: A social-ecological approach in the Rio Sonora sub-watershed. *Ecology and Society*, 28(1), 18. DOI [10.5751/ES-13676-280118](https://doi.org/10.5751/ES-13676-280118)
- Cota-Cota, C., Cabrera-Flores, M., León-Pozo, A. y Peris-Ortiz, M. (2024). Advances in marketing innovation to enhance resilience in the wine industry in Mexico: A comprehensive analysis. En C. Popescu, J. Martínez-Falcó, B. Marco-Lajara, E. Sánchez-García y L. Millán-Tudela (Eds.), *Economics and Environmental Responsibility in the Global Beverage Industry* (pp. 1-19). IGI Global. DOI [10.4018/979-8-3693-2149-2.ch001](https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2149-2.ch001)

- Espinosa, N. (2008). Economía campesina, sistemas de producción y viticultura en el Valle del Sol (Boyacá). *Revista Cultura Científica*, 6, 46-55.
- Garduño, E. (2017). Cartografía simbólica sobre el territorio tradicional de los kumiai. *Desacatos Revista de Antropología Social*, 26(2), 121-140. DOI [10.29340/55.1806](https://doi.org/10.29340/55.1806)
- Giacomasso, M.V. (2017). Patrimonio cultural indígena: Representaciones y prácticas rankülches en Pueblo Ranquel (Argentina). *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 33, 123-139. DOI [10.4206/rev.austral.cienc.soc.2017.n33-07](https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2017.n33-07)
- Givre, O. (2015). *Patrimonialisations croisées: Jeux d'échelles et enjeux de développement*. Presses Universitaires de Lyon.
- Gutiérrez-Sánchez, C. y Leyva-Aguilera, C. (2023). Wild food and traditional knowledge of the Kumiai from Baja California. En A. Casas y J.J. Blancas Vázquez (Eds.), *Ethnobotany of the Mountain Regions of Mexico* (pp. 169-196). Springer. DOI [10.1007/978-3-030-99357-3\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-99357-3_7)
- Hafner, R. y Rainer, G. (2017). Resourcing Salta: Viticulture, soy farming and the contested commodification of land. *Die Erde Journal of the Geographical Society of Berlin*, 148(2-23), 121-133. DOI [10.12854/ERDE-148-43](https://doi.org/10.12854/ERDE-148-43)
- León-Pozo, A., Robinson Trápaga, D.G., Cabrera-Flores, M.R. y Collins-García, R. (2022). Emprendimientos vitivinícolas en comunidades indígenas nativas: Una visión de desarrollo incluyente para los valles de Baja California. En A. León-Pozo, D.G. Robinson Trápaga, M.R. Cabrera-Flores y R. Collins-García, *La industria vitivinícola mexicana en el siglo XXI: Retos económicos, sociales y ambientales* (pp. 481-508). Repositorio CETYS. <https://repositorio.cetys.mx/handle/60000/1488>
- Maraña, M. (2022). Patrimonio mundial: Contradicciones y dificultades para las comunidades locales y pueblos indígenas. *Revista PH*, 107, 357-359. DOI [10.33349/2022.107.5210](https://doi.org/10.33349/2022.107.5210)
- Meraz Ruiz, L. y Maldonado Radillo, S.E. (2016). Influencia de la oferta de actividades de enoturismo en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas vinícolas de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe, BC, México. *Revista Global de Negocios*, 4(1), 47-59.
- Reyes-Orta, M., Olague, J.T., Lobo Rodríguez, M.O. y Cruz Estrada, I. (2016). Importancia y valoración de los componentes de satisfacción en la experiencia enológica en Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California: Contribuciones al proceso de gestión sustentable. *Revista de Análisis Turístico*, 22, 39-55.
- Ruiz, L.M., Radillo, S.E.M., Rivera, B.R.G. y Barón, M.C.R. (2015). Characterization of the wineries of the wine route of Valle de Guadalupe, Baja California, Mexico. *European Scientific Journal*, 11(16), 90-101.

- Sepúlveda, M.S. y Licuime, L.A. (2024). Conflictual transactions in the field of patrimonialization: The case of the Diaguita community of Alto del Carmen, Chile. *Sociedad y Territorio*, 5(9), 112-142. DOI [10.22370/syt.2024.9.4232](https://doi.org/10.22370/syt.2024.9.4232)
- Tello, J., Galán, Á., Martínez-Zapater, J.M. y Casanova, A.R. (2024). Genetic fingerprinting reveals how traditional farming practices aided to preserve ancient table grape varieties in Almería (southeastern Spain). *Plants, People, Planet*, 6, 1453-1478. DOI [10.1002/ppp3.10537](https://doi.org/10.1002/ppp3.10537)
- Zepeda, L.S. y Lagarda, A.M. (2010). Vino de calidad: Base de desarrollo endógeno en el Valle de Guadalupe, Baja California. *Revista de Estudios Fronterizos*, 22(44), 85-110. DOI [10.17428/rfn.v22i44.852](https://doi.org/10.17428/rfn.v22i44.852)