

Identificar las necesidades de información y comportamiento informativo de los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca

AMADO VILCHIS LÓPEZ
Universidad Nacional Autónoma de México

INTRODUCCIÓN

El usuario de información es “[...] aquel individuo que necesita información para el desarrollo continuo de sus actividades ya sean profesionales o privadas, y que como tal utiliza un servicio o hace uso de un producto informativo [...]”.¹ En tal virtud,

[...] cuando se habla de diversas comunidades de usuarios se evidencian los perfiles informativos de cada una de ellas, es decir, las características que tienen como usuarios de la información. Debido a que la situación geográfica, social, económica, educativa, tecnológica, política, religiosa, ideológica, histórica y cognitiva

1 Mónica Izquierdo Alonso, “Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y metodológicas”, p. 116.

Comunidades de usuarios, necesidades de información...

es diferente entre todas ellas, cada una de las comunidades presentará diferencias con respecto a otras.²

Ahora bien,

[...] las necesidades de información son entendidas como el conjunto de datos registrados que un individuo necesita poseer para poder cubrir un propósito de uso definido, y el objetivo del uso que se hará de la información determinará la necesidad de información de una persona: a partir de un problema, se busca una solución. El comportamiento en la búsqueda se define como todo proceso que realiza una persona para encontrar información [...] ³ [y] el comportamiento en la búsqueda de información es la manera en que consultan en diversas fuentes y recursos los usuarios que buscan su información para cubrir determinados aspectos de su vida personal, profesional, recreativa, etcétera.⁴

Derivado de lo anteriormente expuesto, nos cuestionamos ¿cuáles son las necesidades de información de los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca? ¿Las fuentes y recursos de información están dentro de las instalaciones de Viñedos Azteca o tienen que consultarlas fuera de ellas? ¿A qué fuentes y recursos de información recurren los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca? ¿Es importante la actualidad de la información para los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca? ¿Internet se encuentra dentro de los recursos a los que acuden los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca para solventar sus dudas?

Para tratar de dar respuesta a estos cuestionamientos se identificarán las necesidades de información de los enólo-

2 Juan José Calva González, "Introducción," en Juan José Calva González (coord.), *Seminario de Usuarios de Información (3: 2008: México, D.F.). La investigación sobre las necesidades de información de diferentes comunidades: memoria del III Seminario de Usuarios de la Información*, p. ix.

3 Patricia Hernández Salazar, "La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios," p. 39.

4 Fermín López Franco, "Los vitivinicultores de la región de Baja California: un acercamiento a su comportamiento informativo," p. 50.

Identificar las necesidades de información y comportamiento...

gos y agrónomos; se analizará su comportamiento informativo; se determinará si las fuentes y recursos de información que usan están dentro de las instalaciones; se identificará si la información contenida en las bibliotecas y centros de documentación de la región es consultada por ellos; se identificará si les es útil Internet.

Para lograr lo anterior se realizará una investigación documental, se utilizará el método cualitativo; como técnica una entrevista y como instrumento un cuestionario. Se pretende que en este apartado se lleve a cabo un análisis de los resultados obtenidos.

LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN Y COMPORTAMIENTO INFORMATIVO

Podemos decir que “Las bibliotecas, o cualquier otra unidad de información, tienen como misión o propósito satisfacer las necesidades de información del sector de la sociedad que le compete (investigadores, obreros, amas de casa, estudiantes, etcétera), ya que fueron creadas por la sociedad para este fin”.⁵ Sin embargo, ¿qué sucede cuando este fenómeno no se cumple? Es decir, cuando el usuario de información no puede recurrir a una biblioteca o centro de información. El Modelo teórico de investigación NEIN (necesidades de información) analiza este fenómeno considerando las necesidades de información, el comportamiento informativo y la satisfacción de necesidades de información.

Las necesidades de información integran de manera paulatina cada una de esas comunidades que tienen necesidades de información, por lo que:

5 Juan José Calva González, *Las necesidades de información: fundamentos teóricos y métodos*, p. 1.

Comunidades de usuarios, necesidades de información...

[...] las necesidades de información son la carencia de conocimientos e información sobre un fenómeno, objeto, acontecimiento, acción o hecho que tiene una persona, producidos por factores externos e internos, que provocan un estado de insatisfacción, misma que el sujeto se ve motivado a satisfacer a través de presentar un comportamiento para buscar la satisfacción.⁶

Asimismo, se estudiará el comportamiento informativo, que es un modo de proceder, indicativo de una cualidad que tiene el ser humano de optar por algo, por lo que ante un motivo, causa o razón, tenderá a inclinarse por esto o aquello; diremos que: “[...] el comportamiento es la manera de proceder que tienen las personas u organismos, en relación con su entorno o mundo de estímulos. El comportamiento puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, público o privado, según las circunstancias que lo afecten.”⁷

Se debe mencionar que esta necesidad, al ser transformada en el interior del individuo, se convierte en un comportamiento que genera cambios en:

[...] a) Hábitos, b) Costumbres, c) Actitudes, d) Procedimientos, e) Habilidades, f) Modos de acción, etcétera. Estos comportamientos que exhibe el sujeto en la búsqueda de información, se pueden mover en dos direcciones: a) Los recursos informativos: Bibliotecas, Centros de documentación... y b) Las fuentes de información: Monografías, revistas, diarios, etcétera.⁸

Por ende,

[...] la investigación sobre el comportamiento informativo debe intentar responder cuestionamientos como: ¿dónde obtiene el

6 *Ibid.*, p. 68.

7 Wikipedia, la enciclopedia libre, s.v. “Comportamiento” [en línea], <http://es.wikipedia.org/wiki/Comportamiento>

8 Juan José Calva González, *Las necesidades de información...*, *Op. cit.*, p. 104.

Identificar las necesidades de información y comportamiento...

sujeto la información? ¿Dónde está la información que cubre la necesidad del sujeto? ¿Qué tipo de documento es el que usa y necesita el sujeto tanto en forma individual como colectiva? ¿Cuáles son los recursos informativos que utiliza el sujeto para buscar la información y encontrar la satisfacción a su necesidad? ¿Con qué recursos y fuentes informativas pueden ser satisfechas las necesidades de información?

VIÑEDOS AZTECA

La ciudad de Querétaro fue fundada el 25 de julio de 1531. Se encuentra ubicada en el centro geográfico de la República Mexicana, entre los 1,800 y los 2,000 metros sobre el nivel del mar, y entre los paralelos 20° 01' 02" y 21°40' latitud norte y los meridianos 99° 03' 23" y 100° 36' longitud oeste. Por sus características geográficas, se ha desarrollado de manera óptima la vitivinicultura. Un dato importante es que en 1995 tenía 821 hectáreas cultivadas; para 2002, 430, y para 2008 solamente 400.

Viñedos Azteca está ubicada en Carretera San Juan del Río-Cadereyta, km 40 + 0.4, en Ezequiel Montes, Querétaro (a 400 metros de Cavas Freixenet). Fue fundada en el año 2005 por Jorge Ferreira Garza, José Antonio Llaquet y José Espinoza. Sobre sus vinos, expresa lo siguiente: "Jóvenes como la cultura del vino en México, pero fuertes y alegres de ofrecer una gama que muestra un terruño que combina historia con visión de futuro. Recorrerlos es convivir armoniosamente con seis variedades: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Malbec, Shiraz y Tempranillo".¹⁰

Su filosofía se centra en las experiencias, productos y servicios. Esta filosofía los llevó a compartir con sus coterráneos

⁹ *Ibíd.*, p. 109.

¹⁰ Viñedos Azteca [en línea], <http://www.losazteca.com/azteca/nuestros-vinedos/>

estas experiencias, que fueron concretadas en la fundación de la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro. Esta situación ha sido un factor determinante para el cultivo y producción de las diferentes variedades de uva “el terruño”.

Las marcas de vino elaborados son los siguientes: Pretexto (Premium Tinto seis variedades), Dos viñedos (Mezcla de tintas Francia y México), Contexto (Cava Premium), Cahuayo (un vino que brinda homenaje al caballo), Cap Negre (Vino francés blanco, rosado y tinto) y Vinos Magnum: Independencia y Revolución.

Comentó el ingeniero Ferreira que Viñedos Azteca sintetiza sus dos pasiones: el vino y los caballos; previa cita, las personas pueden agendar un paseo a caballo por la hacienda y tierras circundantes; ellos poseen una raza de caballos llamada Azteca. Finalmente, se pueden agregar algunas de las necesidades de información de los vitivinicultores “[...] clima y suelos, variedades y patrones de vid, hectáreas de cultivo, propagación de la vid, protección del viñedo, alta calidad del vino, vendimia, maquinaria, equipo y asociaciones.”¹¹

Rescapitulando, tenemos que los usuarios de información originan diversas comunidades académicas, universitarias, escolares, gremiales, empresariales, industriales, etcétera. Hoy en día estas comunidades pueden ser reales o virtuales, pero es un hecho que, con independencia del lugar o circunstancia en la que se encuentren, requieren información. Esta información, independientemente del formato, idioma, lugar etcétera, debe ser atendida. El presente trabajo realizará una aproximación a la comunidad vitivinícola por medio de un instrumento que nos permita identificar cuáles son las necesidades de información y el comportamiento in-

11 José Mejía Ruiz, *El perfil informativo de los vitivinicultores en el estado de Querétaro: el cultivo de la vid*, p. 68.

formativo de los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca, y saber de qué manera resuelven estas necesidades.

METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se realizará una investigación documental relativa a identificar las necesidades de información y comportamiento informativo de enólogos y agrónomos; se utilizará el método cualitativo, y como técnica una entrevista. Por consiguiente, como instrumento, un cuestionario que funja como guía durante la entrevista que, dicho sea de paso, tiene la cualidad de ser una réplica de la que fuera utilizada en las otras casas vinícolas por el maestro José Mejía Ruíz¹². Asimismo, se hará un análisis de los resultados obtenidos.

Las entrevistas se aplicaron a un enólogo y un agrónomo; los otros dos personajes que no tuvimos la oportunidad de entrevistar son el enólogo catalán José Antonio Llaquet y el ingeniero Eduardo Madero, pues no radican en Querétaro. La organización de los resultados se realizará de acuerdo a los dos grandes rubros del estudio: Necesidades de información y Comportamiento informativo, considerando los aspectos de datos generales de los entrevistados, lo cual se refiere a conocer su profesión, puesto actual en la empresa, años en la organización, relación con el viñedo y cómo es que surge su interés por el vino.

El responsable del viñedo, médico veterinario zootecnista, es el gerente de operaciones y responsable de los caballos de raza azteca. Es socio y cofundador; tiene en la empresa alrededor de siete u ocho años. El gusto por el vino y los caballos le viene de familia, dado que sus abuelos poseen propiedades con características parecidas, aunque

12 *Ibid.*, p. 69.

aclara que tenía experiencia en cultivos, pero no en uva; así que en ese momento inicia su aprendizaje en el conocimiento del cultivo de vides. También atiende las cabalgatas, que requieren de un impresionante cuadro de logística.

El responsable de la Bodega es ingeniero agroindustrial de profesión y es quien hace el vino. Su vocación por el vino le viene por gusto propio; siempre tuvo una inclinación por la uva y las bebidas fermentadas. La elaboración de los vinos ha tenido más bien que ver con su experiencia, porque su perfil sería más bien el proceso de alimentos. La afinidad es que en lugar de ser fermentaciones lácticas son malolácticas. Su primer empleo inicia precisamente en una vinícola, en donde se relaciona plenamente con el mundo del vino.

NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Son muy variados y específicos los tópicos que mencionan. Sin embargo, se listan algunos sólo como ejemplos de las necesidades. Se debe puntualizar que muchos de los temas que no se incluyen es porque, de alguna manera, resultan muy obvios para ellos. Dado que no hacen labor de campo están en el campo y sus necesidades de información se pueden ver reflejadas en los siguientes temas: administración, agua, asociaciones, aspectos bioquímicos y microbiológicos, barricas, bodegas, cavas, clima, comercialización, componentes del suelo, composición bioquímica de la uva, costos, crianza, cultivo, depósitos, embotellado, enfermedades de la uva, importancia sociocultural del vino, injertos, marco legal, maridaje, mecanización, microbiología, mostos, operaciones en verde, orientación del viñedo, plantación, poda, producción, propiedades organolépticas, química y bioquímica de

la vid, sistemas de conducción, suelos, técnicas de mantenimiento, vendimia, vinificación, viñedo y zonas productoras.

COMPORTAMIENTO INFORMATIVO

Viñedos Azteca ha definido su nombre en virtud de haber ensamblando las dos grandes pasiones de sus fundadores: el vino y los caballos de raza azteca. Todas las actividades giran en torno al viñedo, los procesos de vinificación y la crianza y cuidado de los caballos de raza azteca. Como derivación de éstas, que se pueden considerar las actividades centrales, surgen las necesidades de información que los llevan a investigar, al principio, en la información impresa que posee Viñedos Azteca, en páginas de Internet y, finalmente, acudir a la asesoría especializada en sus dos vertientes: agronomía y vinificación.

La información impresa que se posee, manuales, libros, revistas, etcétera, es altamente confiable en virtud de ser sumamente especializada. La que se obtiene de Internet se toma con muchas reservas; empero, la que tiene el mayor peso o importancia es la otorgada por los asesores o los expertos en el tema de que se trate. Se cuenta con un equipo multidisciplinario de asesores y expertos en lo referente a viñedos, pero la mayor relevancia radica en el consejo de Eduardo Madero Tamargo y en el de José Antonio Llaquet.

Bajo este tenor se realiza el análisis del “Terruño” (o microclima particular). Obtenidos los resultados, se determina el tipo de uva que se cultivará; para el caso, las variedades seleccionadas han sido: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Malbec, Shiraz y Tempranillo. Detrás de esta actividad, está el equipo de Querétaro, que apoya con los estudios de suelos y demás actividades inherentes al cultivo

de la uva; también coadyuva en lo referente a los fertilizantes. Ellos son quienes de manera prácticamente inmediata dan la atención médica, clínica y de todos los órdenes respecto a cualquier asunto que tenga que ver con las enfermedades en las plantas.

En este sentido, el cultivo de la vid es 3 a 1, líneas de máximo 100 metros de longitud para que el sistema de riego tenga funcionalidad y sea homogéneo y no se tengan variantes en presión. La distancia de las tablas es de 100 metros separada cada tres metros. Es importante la separación y orientación de los surcos, porque lo que se busca es la pendiente y la mayor exposición solar al día, pues es de suma importancia y vitalidad para la uva. Los tres metros entre surco y surco es por el tipo de maquinaria que se utiliza para la atención de los viñedos.

El corolario de esta actividad es la culminación de todo el proceso de cultivo: la vendimia, que se realiza con personal de la Hacienda. Estas personas laboran para Viñedos Azteca desde la fundación, por lo que es personal que sabe probablemente su trabajo y que está en constante comunicación con el agrónomo y enólogo. Este último es quien determina la fecha de la vendimia, dado que es quien ha dado puntual seguimiento al cultivo de las vides y eso le da los argumentos para determinar la fecha de corte. En palabras del enólogo: la vendimia es el resultado del esfuerzo realizado a lo largo de todo el año.

En este orden de ideas otro factor importante es la Bodega, que contempla muchas normas, especialmente la comercialización del vino; para ello, se requiere de una autorización especial que se llaman “Marbetes”, los cuales están muy bien regulados: necesitan de mucha inspección por parte de las autoridades sanitarias, control de calidad, control de higiene, control de los materiales que se utilizan,

Identificar las necesidades de información y comportamiento...

todo tiene que ser con grado alimenticio. El primer paso que han dado es el “Distintivo M”, que es una certificación de calidad, uno de los pasos previos para llegar a alguno de los ISO y buscar el resto de las certificaciones.

Es preciso mencionar que existe un asesor especialista en leyes y gente que tiene conocimientos en cada una de las áreas que conforman Viñedos Azteca; ellos saben y conocen de aspectos legales, comercialización, elaboración, producción, cómo difundir y dar los servicios turísticos; no hay un bufete de abogados como tal, pero se cuenta con contadores, abogados, notarios, etcétera.

En la Bodega existe maquinaria que es usada para fabricar el vino; ésta es híbrida en cierto modo, dado que se cuenta con algunas máquinas que ayudan en el proceso del vino; por ejemplo el llenado y vaciado de barricas es apoyado por unas pequeñas bombitas para facilitar la operación, sobre todo buscando que no se oxide (oxígeno) en exceso. De esta etapa se pasa a la crianza de diferentes tiempos; el mismo vino guía en el momento que ya no aguanta la barrica y hay que embotellarlo. Todo depende en cierto modo de la calidad de la fruta.

Aquí se debe puntualizar que se maneja una bitácora, que siempre está empatada la agenda personal y es supervisada en todo momento por los asesores. Cualquier detalle pequeño o grande inmediatamente se anota y de lo cual el próximo año ya se tiene la experiencia y la precaución para hacer o no lo mismo, para no cometer en el caso el mismo error.

La actividad subsecuente y de alta importancia es dar a conocer los productos; situación que es realizada en gran parte por el ingeniero Jorge Ferreira, gracias a su inquietud por estar conociendo más áreas, empresas, etcétera, y buscar establecer contacto directo con otros productores; uso

de la Web y por medio de visitas guiadas, además de organizar y acudir a degustaciones de vinos.

Se realiza un análisis de mercado, existe un área de mercadotecnia que se encarga de realizar los estudios correspondientes y las áreas que tienen que ver con la producción; aportar la información que les corresponde con el fin de retroalimentar esta actividad, aunque básicamente está basada en el análisis de costo y análisis de mercado y de ahí sale el costo. Es importante considerar que el vino es de calidad Premium.

Finalmente, el fundador de Viñedos Azteca ha promovido la colaboración del gremio y, como producto de esta actividad, ha fundado la Asociación de Vitivinicultores del Estado de Querétaro y la Escuela de Vino Artesanal.

CONCLUSIONES

La información impresa (libros, revistas, informes, manuales, etcétera) sigue siendo un factor de utilidad muy grande para todas las comunidades, incluyendo la vitivinícola (en este caso, la de la región de Querétaro), en función de que recurren a ésta como parte fundamental en la resolución de sus dudas o necesidades de información.

No existe una biblioteca especializada en vitivinicultura dentro del “Corredor del Vino”, por lo que ésta no es ni ha sido una opción a la cual puedan recurrir los enólogos y agrónomos de Viñedos Azteca.

La asesoría directa en esta comunidad se toma como un primer recurso, por lo que esta asesoría especializada es una opción de solución; asimismo, la asesoría se convierte en una situación pedagógica que va aportando experiencia y conocimientos a quien la recibe.

Identificar las necesidades de información y comportamiento...

Otra opción son los cursos, talleres, conferencias y capacitaciones que proporcionan actualidad en la información requerida porque se precisa conocer los últimos avances en las materias y temas que están relacionados con la vitivinicultura.

Algo innovador ha sido la iniciativa de compartir los conocimientos con los coterráneos a través de la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro. Esta opción ha dado como resultado la Escuela de Vino Artesanal y un programa llamado “Tu Barrica”.

Finalmente, se debe mencionar que el uso de las TIC le da un potencial de actualidad en términos muy amplios, situación que puede ser aprovechada por el gremio bibliotecológico para satisfacer necesidades de información a distancia.

BIBLIOGRAFÍA

Calva González, Juan José (coord.), *Seminario de Usuarios de Información (3: 2008: México, D.F.). La investigación sobre las necesidades de información de diferentes comunidades. Memoria del III Seminario de Usuarios de la Información*, México, UNAM / Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2009.

_____, *Las necesidades de información: fundamentos teóricos y métodos*, México, UNAM / Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2006.

Hernández Salazar, Patricia, “La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios”, *Investigación Bibliotecológica*, 15(30), enero/junio de 2001, pp. 29-64.

Izquierdo Alonso, Mónica, “Una aproximación interdisciplinar al estudio del usuario de información: bases conceptuales y meto-

Comunidades de usuarios, necesidades de información...

dológica”, *Investigación Bibliotecológica*, 13(26), enero/junio de 1999, pp. 112-134.

López Franco, Fermín, “Los vitivinicultores de la región de Baja California: un acercamiento a su comportamiento informativo”, *Biblioteca Universitaria*, 15(1), enero-junio 2012, pp. 49-61.

Mejía Ruíz, José, *El perfil informativo de los vitivinicultores en el estado de Querétaro: el cultivo de la vid*, México: El autor, 2010.

The University of Chicago, *The Chicago Manual of Style 16th edition text* (2010) [en línea], http://www.chicagomanualofstyle.org/tools_citationguide.html

Wikipedia, la enciclopedia libre [en línea], <http://es.wikipedia.org/wiki/Comportamiento>

ANEXO

Cédula de entrevista

1. Nombre del entrevistado.
2. Profesión.
3. Puesto actual.
4. Años en la organización.
5. Relación que tiene con el viñedo, bodega, cava, etc.
6. ¿Cómo surge su interés por el vino o vitivinicultura?

Preguntas

1. ¿Cuáles son las actividades que realizas en tu trabajo?
2. ¿Cómo obtienes la información que necesitas para hacer tu trabajo?

Identificar las necesidades de información y comportamiento...

3. ¿Qué tanto confías en la información que obtienes para desarrollar tu trabajo?
4. ¿Cómo obtienes la información para solucionar algún problema en el desarrollo de tu trabajo?
5. ¿Cómo sabes qué tipo de uva debes cultivar?
6. ¿Cuántas hectáreas cultivas para fabricar el vino?
7. ¿Cómo sabes cuántas hectáreas debes cultivar para producir el vino o producir ciertas cantidades de vino?
8. ¿Cómo definieron el nombre de su marca de vino?
9. ¿Qué medios usan para dar a conocer sus vinos? (ferias, exposiciones, concursos, mercado exterior, etc.)
10. ¿Con base en qué información determina el precio de los vinos que producen?
11. ¿Cómo determinas la forma de cultivar o expandir la vid del viñedo? (sembrado de semillas, estacas, injertos, clones, experimentar con nuevas variedades, fertilizantes que se pueden utilizar, crecimiento de la vid, poda, etc.)
12. ¿Cómo solucionas los problemas que surgen en el cultivo de la vid?
13. ¿Cómo obtienes la información sobre el clima y los suelos para poder utilizarla en el cuidado de tu viñedo?
14. ¿Cómo obtienes la información sobre las enfermedades que pueden atacar la vid?
15. ¿Cómo sabes cuánta gente necesitas para la vendimia?
16. ¿De dónde viene la gente para la recolección en la vendimia?
17. ¿Cómo aseguras que tiene los conocimientos para la recolección de la vid?

Comunidades de usuarios, necesidades de información...

18. ¿Con que tipo de información solucionas los problemas que surgen en el proceso de cultivo?
19. ¿Con que tipo de información solucionas los problemas que surgen en el proceso de la vendimia?
20. ¿Qué situaciones se tienen que ver en la construcción de la Bodega?
21. ¿Cómo saben qué impuestos, leyes, reglamentos o normas?
22. ¿Llevan o conservan registro de lo que hacen?
23. ¿Es miembro o socio de alguna asociación civil que tenga relación con el vino?
24. ¿Cómo se mantienen al día respecto de la información que requieren?