

Los vitivinicultores de la región de Baja California: un acercamiento a su **comportamiento informativo**

The winemakers of the region of Baja California: An approach to their information behavior

Fermín López Franco*

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo dar un panorama del comportamiento informativo que manifiestan los vitivinicultores de la región de Ensenada en el estado de Baja California. Para ello se proporcionan definiciones de lo que es el comportamiento informativo, aspectos relacionados con la forma en que buscan su información las personas dedicadas al cultivo de la uva; se presenta una breve semblanza de la historia de la vid en México, en particular en los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe, Baja California, y se menciona la metodología utilizada para la investigación así como algunos de los resultados obtenidos.

PALABRAS CLAVE: Comportamiento informativo, vitivinicultura, México, Baja California.

Abstract

This paper aims to give an overview of the information behavior manifested by the winemakers from the region of Ensenada in the state of Baja California. This provides definitions of what is information behavior, aspects of how the people who grow grapes seek information; a brief sketch is presented about the history of the vine in Mexico, particularly in the valleys of San Antonio de las Minas and Guadalupe, Baja California, as well as the methodology used for this research and some of the results obtained.

KEYWORDS: Information behavior, winemakers, Mexico, Baja California.

* Coordinación de la Biblioteca "Samuel Ramos" de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Profesor del Colegio de Bibliotecología de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Circuito interior, UNAM-CU, C.P. 04510, México D.F., México. Correo electrónico: ferminl@unam.mx.



creativa o por interés propio, y está influenciado por aspectos relacionados con el mismo individuo, como son las situaciones del entorno laboral, social, académico, etcétera.

Para realizar la presente investigación se llevó a cabo un estudio del comportamiento informativo en la comunidad de los vitivinicultores por ser un sector productivo de nuestro país, ya que México tiene en su territorio diversas regiones como Coahuila, Querétaro, Guanajuato y casas productoras de vino que se ubican en esos estados, y “en materia de empleos, los vitivinicultores en conjunto generan 9 500 fuentes de trabajo, repartidas en 4 500 empleos directos (incluidas las fábricas, oficinas y laboratorios de producción) y casi 5 000 jornaleros (campo vitícola, manuales y otros servicios)”.¹

La industria vinícola en México en años recientes ha obtenido un grado de relevancia, las principales casas productoras de vino y los viñedos más grandes se encuentran en el área sur de la línea fronteriza desde Mexicali hasta Ensenada, allí se puede visitar la Ruta del Vino que abarca principalmente los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe.

Por lo anterior, se buscaron investigaciones que abordaran el comportamiento de los vitivinicultores, pero los trabajos que fueron localizados fueron únicamente sobre el comportamiento informativo en agricultores y granjeros.

Para tener una idea más precisa a continuación se proporcionan aspectos vinculados con el comportamiento informativo y su relación con los vitivinicultores.

Comportamiento informativo

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.

Calva menciona que el comportamiento informativo está delimitado por factores individuales y sociales. El compor-

Introducción

Los vitivinicultores manifiestan su comportamiento informativo, o sea la forma en que buscan su información, pero se desconocen los aspectos de este proceso; es decir, no se tiene conocimiento acerca del lugar y las fuentes de información a las que acuden para llevar a cabo sus diferentes actividades como son la selección de la uva de acuerdo a la zona, la siembra, cosecha, producción y comercialización de la vid, además del embotellamiento de sus productos.

El comportamiento informativo de las personas está motivado por las necesidades de información que manifiestan para desarrollar determinada actividad, ya sea laboral, re-

¹ *Profesionales del vino mexicano y de las vinícolas en México* [en línea]. <<http://vinosdemexico.homestead.com/vincolas.html>>

tamiento puede ser comprendido en función de las necesidades que presentan las personas dentro del contexto en el cual ocurre²; así, el comportamiento informativo surge de las necesidades de información que tiene el individuo y se manifiestan en las fuentes y formatos a los que acude el sujeto para obtener la información que requiere.

Cabe señalar que existe un aspecto importante que menciona Calva acerca de la influencia que se tiene sobre el comportamiento del usuario, ya que responde al hecho de que su búsqueda de información está delimitada por los obstáculos de la accesibilidad a la información disponible en las bibliotecas o al estado en que se encuentra el desarrollo de sus colecciones.³

Como se ha observado hasta el momento, el comportamiento informativo abarca los hábitos, costumbres, actitudes, procedimientos y habilidades, que se manifiestan durante la búsqueda y/o localización de la información, así como también incluye la utilización de las fuentes y recursos informativos.

Una definición más del comportamiento en la búsqueda de información es “todo el proceso que realiza una persona para encontrar información”⁴; entre las actividades que se realizan durante el proceso de la búsqueda de información, y son mencionadas por Hernández, se tienen las siguientes:

- Determinar su necesidad de información.
- Transformar esta necesidad en palabras o puntos de acceso que estén incluidas dentro del sistema (autor, título, palabras clave, etcétera).
- Plantearle esta necesidad a algún sistema de información.
- Solicitar a los especialistas de ese sistema

que busquen y encuentren la información que requiere (tipo de búsqueda delegada).

- Realizar las búsquedas en forma personal (tipo de búsqueda directa).
- Utilizar herramientas secundarias: catálogos, índices, resúmenes, bibliografías, etcétera.
- Ir directamente al acervo y tratar de encontrar el material.
- Buscar dentro de las colecciones personales.
- Hacer contacto con colegas (colegios invisibles, medios informales de comunicación).
- Asistir a eventos académicos (medios informales de comunicación).
- Obtener información de referencias y citas.

Con relación a los aspectos mencionados anteriormente, surge la interrogante de la forma en que los vivinicultores buscan la información y si realizan alguno de estos pasos para el desarrollo de sus actividades.

Por otro lado, se presenta un modelo diseñado por Kuhlthau, quien identifica seis etapas en el proceso de búsqueda de información donde los buscadores de información deben ubicar en las fuentes y recursos informativos lo que requieren para realizar su trabajo.

Dicho modelo consta de los siguientes aspectos:

- Iniciación, va de los sentimientos a la incertidumbre.
- Selección, aquí se identifican las posibles fuentes de información.
- Exploración, la persona explora la información general y escoge un tópico; en esta etapa los sentimientos de incertidumbre y confusión se incrementan, así como la incapacidad de expresar concretamente qué información se requiere.
- Formulación, ésta es la parte más crítica del proceso donde el buscador de la información se enfoca a la solicitud.

² CALVA GONZÁLEZ, Juan José. Las necesidades de información de la comunidad académica como base en el desarrollo de las colecciones, p. 52.

³ *Ibid.*, p. 53.

⁴ HERNÁNDEZ SALAZAR, Patricia. La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios, p. 39.

- Recolección, es posterior a la formulación, aquí se precisa la incógnita en la cual se encontraba el solicitante de información, por lo que se encuentra en una etapa de confianza y claridad respecto a lo que solicita y es aquí donde se obtiene la información.
- Presentación, en esta etapa de alivio la búsqueda está completa y se expone el trabajo realizado con la información obtenida a lo largo del proceso.⁵

Estas seis etapas son claras por lo que refiere al comportamiento informativo y se espera que los sujetos que requieren de información las lleven plenamente a cabo. En el caso de los vitivinicultores, no se sabe si de forma consciente llevan a cabo estos pasos cuando requieren de información ya que no se cuenta con antecedentes al respecto en México.

Por su parte, Krikelas proporciona una definición del comportamiento en la búsqueda de información, y dice que es la actividad que un individuo emprende en la identificación de un mensaje que satisfaga su necesidad de información.⁶

Se puede observar que la idea de necesidad es una identificación por parte del individuo de que requiere determinada información para llevar a cabo cierta actividad cotidiana.

Pero una definición que se puede considerar más adecuada del comportamiento en la búsqueda de información es la que proporciona Ucak, al decir que es "cualquier actividad de un individuo dirigida a identificar un mensaje que satisfaga una necesidad percibida como tal. En otras palabras la búsqueda de información comienza cuando alguien se da cuenta de que el nivel actual de conocimientos que posee es menor del que necesita para afrontar una cuestión (o un problema)".⁷

Se puede decir que el comportamiento informativo son las acciones, métodos o estrategias que realiza una persona con el fin de localizar la información que necesita y podrá ubicar dicha información en los formatos que más se adecuen a sus necesidades de información.

Comportamiento informativo en el área vinícola

Como se carece de estudios sobre el comportamiento informativo de la comunidad de vitivinicultores en un país determinado, sólo se ubicaron trabajos que tratan sobre el comportamiento informativo en agricultores y granjeros. Una de las razones por las que se seleccionaron fuentes donde se habla sobre este tipo de comportamiento informativo es que las ciencias biológicas y agrícolas son áreas muy cercanas, ya que examinan aspectos fundamentales de los sistemas vivos y su relación con el medio ambiente, mientras que las ciencias agrícolas se enfocan a aspectos nacionales y globales de la producción y el consumo de alimentos.⁸

Existe una relación entre ambas disciplinas porque son áreas cercanas y ofrecen las mismas características para su estudio, ya que se han realizado estudios de necesidades de información y comportamiento informativo de físicos, geólogos, pero desafortunadamente no del área vinícola y por esta razón se estudia a los sujetos del área agrícola para entender sus actividades.

Tomando en cuenta lo antes expuesto, uno de los trabajos identificado es el de Kuruppu, quien presenta aspectos relacionados con el comportamiento de los agricultores, además de que menciona que su investigación tiene por objetivo examinar las necesidades de información y el comportamiento informativo de los científicos del área de la biología y la agricultura en la Universidad Estatal de Iowa, relacionados con la enseñanza, investigación y actividades de extensión.

Los cuestionamientos de los que parte Kuruppu para llevar a cabo su estudio son los siguientes:

estudiosos de una Universidad Turca [en línea]. <<http://www.ifla.org/IV/ifla64/041-112s.htm>>

⁸ KURUPPU, Pali U. Understanding the information needs of academic scholars in Agricultural and biological sciences, p. 609.

- ¿Cuál es el tipo de información que utilizan los científicos de las áreas biológica y agrícola?
- ¿Qué fuentes utilizan ambas comunidades?
- ¿Qué herramientas y procedimientos utilizan para localizar su información?
- ¿Qué fuentes y servicios adicionales les gustaría tener disponibles para encontrar su información?⁹

De los cuestionamientos de Kuruppu se observa que en ellos incluye necesidades y comportamiento en la búsqueda de información, y menciona los motivos por los cuales los investigadores la requieren y las fuentes a las que acuden para localizar su información.

Otra autora que aborda el tema del comportamiento informativo es Nason, quien menciona que los agricultores de naciones en desarrollo tienen necesidades similares a las de sus colegas norteamericanos, ya que se enfrentan a un trabajo y problemáticas similares como son el tipo de suelo de los campos de cultivo y el clima y necesitan acceder a tecnología agrícola, obtención de créditos y mercado de precios.¹⁰

Los aspectos que menciona Nason y que requieren los granjeros son los siguientes:

- Información sobre métodos de agricultura.
- Legislación y políticas en operaciones agrícolas.
- Políticas de mercado.

Las fuentes a las que alude Nason y en las que busca su información la comunidad citada son las siguientes:

- Fuentes electrónicas, entre las que se encuentran las bases de datos PLANTS y AGRICOLA
- Radio y televisión.
- Publicaciones para granjeros y agricultores.

⁹ *Ibid*, p. 611.

¹⁰ NASON, Lisa. The farmers in the library: information needs of farmers and how the rural Public library can fulfill them, p. 20.

- Bibliotecas.
- Servicios cooperativos.
- Estaciones experimentales.¹¹

Se pueden observar las distintas fuentes a las que acude un agricultor y los recursos en los que se apoya cuando requiere información, además de utilizar la biblioteca.

También, Simon es otro investigador que ha trabajado el comportamiento informativo en granjeros y presenta los siguientes recursos informativos:¹²

- Colección personal de libros.
- Contacto con colegas.
- Contacto con investigadores.
- Granjeros.
- Bibliotecas.
- Centros de información agrícola.
- Televisión.
- Radio.
- Periódicos.
- Revistas.

Por lo que respecta al ámbito latinoamericano, Jofré menciona que “los campesinos requieren información para resolver cuestiones como: información sobre la actividad silvoagropecuaria y para el profesional de la actividad”.¹³

Además, Jofré menciona aspectos que desafortunadamente impiden el desarrollo agrícola en la región latinoamericana, ya que la actividad del campesino es subvalorada o denigrada por la sociedad, mencionando algunas consecuencias:¹⁴

¹¹ *Ibid*, p. 24.

¹² OSEI, Simon K. A study of the information needs of agricultural extension agents in Ghana, p. 86.

¹³ JOFRÉ FUENTES, Omar. El campesino como usuario de la información, p. 110.

¹⁴ *Idem*.

- Desconocimiento y desaprovechamiento del bagaje cultural y técnico campesino.
- Imposición abusiva de otros técnicos hacia el campesino.
- Desaprovechamiento de recursos públicos y privados.
- La indolencia significativa del sector público y privado en validar la tecnología propia como base del mejoramiento y desarrollo de la propia tecnología.

Los aspectos mencionados anteriormente por Nason, Kurppu y Osei corresponden a agricultores, campesinos y personas relacionadas con el área biológica-agrícola. En este trabajo se busca relacionar esos aspectos con los vitivinicultores de Baja California, pero antes se proporciona brevemente información relacionada con la uva en México para tener una idea más clara de la vitivinicultura.

La vid en Baja California

Hernán Cortés tiene el mérito de haber sido el primer promotor del cultivo de la *Vitis vinífera* en México, el primer sitio del continente americano donde comenzó a ser cultivada regularmente la vid. Cortés dio a México el primer cuerpo legislativo el 22 de diciembre de 1520 en la ciudad de Tlaxcala y las ordenanzas fueron promulgadas el 26 del mismo mes, en éstas se asienta que cualquier persona que tuviese a su cargo indios eran obligados a cultivar sarmientos, también las ordenanzas tenían como fin el buen comportamiento de los conquistadores.¹⁵

La península de Baja California tiene 1 257 km. de largo y un promedio de 90 km de ancho, siendo una de las penínsulas más grandes del mundo. Tiene casi el 12% de las aguas territoriales de México. Posee también 1 381 km de playa a lo largo del Océano Pacífico y 640 km a lo largo del Golfo de California (Mar de Cortés).

El estado de Baja California está situado en la región noroeste en la semidesierta península del mismo nom-

bre en la que sólo brota la vegetación gracias a la humedad de las nieblas matutinas y las brisas marinas. El clima es mediterráneo con inviernos húmedos y veranos secos y templados.¹⁶

Su capital es Mexicali y junto con Tijuana son las ciudades más pobladas, ambas ubicadas en la frontera con Estados Unidos; otras ciudades de importancia son: Ensenada, Tecate, Playas de Rosarito, San Felipe, San Quintín, Ejido Tabasco, Los Algodones y La Rumorosa. El estado tiene poco más de 3.0 millones de habitantes (2010).

Las principales actividades económicas del estado son la industria manufacturera y la turística; también son parte de éstas la producción agrícola, ganadera y pesquera. Respecto al sector de comunicaciones, el estado cuenta con buenas y modernas carreteras que unen los principales destinos dentro y fuera del estado, así como ferrocarriles, puertos marinos y aeropuertos.

Por lo que respecta a la uva en Baja California, los jesuitas plantaron las primeras vides en las misiones de esta región desde 1697 y fueron reemplazados por los franciscanos cuando en 1767 se les expulsó de América. Finalmente los dominicos continuaron con esa actividad, abriendo nuevas misiones y cultivos en los valles de Guadalupe y Santo Tomás.

Por lo que respecta al vino, éste se ha elaborado en Baja California desde el siglo XVIII, al llevar los misioneros jesuitas a la península los sarmientos de lo que después se conocería como uva misión y que hasta la fecha sigue cultivándose. En el año de 1834 los misioneros dominicos establecieron la Misión de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte, la cual le dio su nombre al valle. Esta fue la última misión establecida en las Californias y la que menos tiempo funcionó, pues fue abandonada en 1840 después de un ataque indígena.¹⁷

Para ratificar la importancia de la región vinícola en Baja California, Emile Peynaud, consejero de la Escuela Superior de Enología de Burdeos, dijo que “el viñedo de

¹⁵ *Diccionario Porrúa: de historia, biografía y geografía de México.*

¹⁶ MELGAR GIL, Luis Tomás. *La enciclopedia del vino*, p. 70.

¹⁷ *Monte Xanic* [en línea]. <<http://www.montexanic.com.mx/inicio.htm>>



Calafia, situado en el corazón del Valle de Guadalupe, a 335 metros sobre el nivel del mar es una verdadera colección botánica en donde se encuentran reunidas las mejores variedades de uva en el mundo”.¹⁸

Con un clima básicamente subtropical, no es de sorprender que México sea el trigésimo segundo país en la lista de la producción mundial de vino y que exporte poco. En México 13 estados se dedican a la producción de uva, entre los que destacan: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Querétaro, Puebla, Sonora, Zacatecas; los cuales, durante el periodo de 1997 a 2007, contribuyeron con el 97.7% de la superficie sembrada a nivel nacional.¹⁹

El estado de Baja California cuenta con las siguientes zonas vinícolas:

¹⁸ *Zona vinícola de Baja California* [en línea]. <<http://vinomex.homestead.com/bajaPresentacion.htm>>

¹⁹ *Sistemas Producto* [en línea]: *perspectivas del mercado de la uva* <http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva>

- Valle de Guadalupe y Valle de Calafia, al noroeste de Ensenada
- Valle de Santo Tomás, a 45 km. al sur de Ensenada
- Valle de San Vicente, a unos 90 km. al sur de Ensenada
- Valle de San Antonio de las Minas, al noroeste de Ensenada

Los Valles de San Antonio de las Minas, Guadalupe y Calafia, son el corazón de la Ruta del Vino, misma que se extiende al norte hacia el Valle de las Palmas en el municipio de Tecate, y al sur de Ensenada hacia los Valles de Santo Tomás y San Vicente.²⁰ Para el presente trabajo se seleccionó el valle de San Antonio de las Minas, que se ubica en la parte norte del estado de Baja California y goza de un clima mediterráneo ideal para el cultivo de la vid.

²⁰ *Baja California* [en línea]: *ruta gastronómica*. <<http://www.descubrebajacalifornia.com/2012/index.php>>



San Antonio de las Minas

San Antonio de las Minas es un pueblo de 494 habitantes, ubicado a 240 metros de altitud y es considerado uno de los principales atractivos con relación a las vinícolas asentadas en este valle y se le denomina Ruta del Vino, la cual se extiende también hacia el norte al Valle de las Palmas y hacia el sur a los de Santo Tomás y San Vicente Ferrer, lugares en donde se cultivan uvas Chenin Blanc, Colombard, Sauvignon Blanc y Chardonnay para los vinos blancos, al igual que Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Grenache, Carignan, Barbera, Nebbiolo y Zinfandel para los tintos.

Metodología y análisis de resultados

Se llevó a cabo un estudio de usuarios, el cual permite identificar la forma en que las personas o grupos usan los recursos y fuentes informativas, pues se consideró que es el más adecuado para identificar el comportamiento informativo que manifiestan los vitivinicultores de la zona antes mencionada. Y se consideró importante indagar si acuden a un centro de información o biblio-

teca y cuáles son las fuentes de información a las que acuden para satisfacer sus necesidades de información.

Según datos proporcionados por la Asociación de Vitivinicultores de Baja California son 10 las casas vinícolas en el valle mencionado, las cuales son socias de dicho organismo aunque en folletos obtenidos en la región se mencionan algunas más.

Los datos que proporciona esa asociación y los folletos que presentan los vitivinicultores difieren en cantidad y no son exactos en cuanto a su ubicación, además de que existen vinícolas que no se encuentran afiliadas a ninguna asociación y aparecen en las guías turísticas. Al momento de visitar la región y buscar la señalización para ubicarlas y realizar las entrevistas con los responsables nos percatamos de que la ubicación no es la adecuada ya que los letreros han sido destruidos, y al preguntar a los habitantes no supieron indicar dónde se localizan las casas dedicadas a la producción de la vid.

Se utilizó una cédula de entrevista que se estructuró en dos partes:

1. Datos personales, como nombre del entrevistado, edad, profesión, puesto en la empresa y años en la misma, relación con el viñedo y cómo nace su interés por la industria del vino.
2. Información que necesitan y fuentes o recursos a los que acuden para obtenerla en las actividades de procedimiento, cultivo, recolección, sobre la empresa y en general del mercado del vino.

Las respuestas que proporcionaron las personas entrevistadas en la región de Baja California, en particular los valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe, son las siguientes:

1. Por lo que respecta a la primera parte de la cédula se obtuvieron los siguientes datos:
 - Ingeniero agrónomo, ayudante del viticultor, enólogo principal, ayudante del enólogo, agricultor, maestro normalista, bibliotecaria, biólogo.
 - La edad de los entrevistados fluctúa de los 26 a los 56 años.
 - Años en la organización, manifiestan de 4 a 55 años; hay quien menciona toda su vida.
2. En lo concerniente a la segunda parte de la cédula se pudo recabar la siguiente información:
 - a. *Procedimiento:*
 - Las personas entrevistadas realizan diversas actividades en el viñedo, es decir, desde el cuidado de la planta, la cosecha, la vinificación, hasta la venta de sus productos. En pocos casos las personas entrevistadas tienen sólo el cargo de ser los responsables del viñedo.
 - La información que obtienen para realizar su trabajo es a través de la experiencia, acuden a proveedores de insumos, agrónomos, enólogos, etcétera.
 - b. *Cultivo:*
 - Acuden a fuentes como distribuidores, catálogos de venta, páginas de Internet, personas del medio, colegas, asesores, conferencias, libros, revistas, experiencia.
 - Los problemas que surgen en el cultivo de la vid los resuelven acudiendo al agrónomo, al enólogo, aunque en su mayoría resuelven los problemas a través de la experiencia.
 - Las hectáreas de cultivo de la vid las determinan de acuerdo al proyecto que tienen en mente.
 - La forma de cultivar la vid o expandir el viñedo es de acuerdo a su experiencia, por medio de estacas, de reducir el tamaño del surco, etcétera.
 - c. *Recolección:*
 - Los viticultores saben cuánta gente requieren de acuerdo a su experiencia, además de que las personas contratadas ya han realizado la actividad con anterioridad.
 - Utilizan maquinaria y muy poco herramientas; para realizar las reparaciones mayores en el caso de la maquinaria se recurre a personal especializado, en pocos casos el personal de la vinícola las realiza.
 - d. *Empresa:*
 - El nombre de la empresa está definido en su mayoría por el apellido del o de los dueños, por un recuerdo familiar, o por el nombre en una lengua indígena.
 - Por sus lecturas en revistas, libros e Internet saben quiénes son productores de vino en el país y en el mundo.
 - En su mayoría coinciden en afirmar que para establecer el precio de su vino la base es cubrir sus costos de producción, y en el menor de los casos consideran un arte la producción del vino.



Análisis de resultados

La forma en que manifiestan los vitivinicultores su comportamiento informativo es acudiendo a las siguientes fuentes de información: enólogo y agrónomo, Internet, bitácoras de trabajo, colegas, revistas, libros, asesores.

Por lo que respecta a la primera parte de la cédula se obtuvieron los siguientes datos:

1. Como ya se mencionó, entre las profesiones o actividades de los vitivinicultores destacaron las siguientes: ingeniero agrónomo, ayudante del viticultor, enólogo principal, ayudante del enólogo, agricultor, maestro normalista, bibliotecaria, biólogo.
 - La edad de los entrevistados fluctúa de los 26 a los 56 años.
 - En años en la organización, manifiestan de 4 a 55 años; hay quien mencionó toda su vida.
 - Sobre la relación que tienen con el viñedo, mencionan que tiene que ver con la cosecha, encargado del viñedo, dueño, socio, enólogo.
 - De cómo nace su interés por la vitivinicultura, comentan que es por herencia de sus padres y abuelos, una cuestión personal.

e. *Comportamiento informativo:*

- Cuentan con libros y revistas, además de la información o asesoría que les proporcionan las asociaciones de vitivinicultores a las que pertenecen, e Internet para buscar la información que requieren.
- Cuentan con registros sobre los acontecimientos relacionados con el viñedo, tales como el agua, plagas, temperatura.

2. En lo concerniente a la segunda parte de la cédula se pudo recabar la siguiente información, que se presenta en forma resumida y sintetizada y será analizada en los siguientes apartados:

Comportamiento informativo:

- Cuentan con libros y revistas, además de la información o asesoría que les proporcionan las asociaciones de vitivinicultores a las que pertenecen e Internet para buscar la información que requieren.

- Las fuentes de información a las que acuden son las siguientes:
 1. Compañías proveedoras de productos.
 2. Distribuidores.
 3. Enólogo.
 4. Páginas de Internet.
 5. Personas del medio vinícola.
 6. Asesores, entre los cuales se encuentran enólogos, agrónomos y contadores.
 7. Conferencias y seminarios.
 8. Libros y revistas.
 9. Experiencia.
 10. Colegas.
- Expertos o asesores del área (contadores, agrónomos, enólogos, técnicos.)
- Revistas.
- Internet.
- Distribuidores.
- Catálogos de venta.
- Páginas de Internet.
- Conferencias.
- Asociaciones de vitivinicultores.
- Registros sobre los acontecimientos relacionados con el viñedo, tales como el agua, plagas, temperatura, etcétera.

Esta información coincide con lo mencionado por Nason, Kuruppu y Osei, en el sentido de que acuden a:

Conclusiones

Los vitivinicultores presentan un proceso similar a los mencionados por Hernández y Kuhlthau, ya que:

- Establecen o determinan su necesidad de información.
- Transforman esa necesidad en palabras.
- Buscan en su colección particular.
- Acuden a la persona o instancia que consideran más adecuada.
- Contactan a sus colegas.
- Asisten a eventos propios de su especialidad.
- Se presentan en ferias.
- Colección personal de libros y revistas.
- Internet.
- Llevan registros de sus viñedos, donde consiguen información como temperatura, lluvia, plagas, eventos especiales, etcétera.
- Colegas.

En el caso de los vitivinicultores entrevistados, no acuden a las siguientes instancias de acuerdo a Nason y Osei: biblioteca, radio y televisión, ya que en la biblioteca no localizan la información que requieren para la realización de sus actividades y en el caso del radio y la televisión sólo les son útiles para saber de las condiciones del clima.

El comportamiento informativo de los vitivinicultores va en función de las actividades que se mencionaron anteriormente, como son:

Además puede observarse que, por los datos que se han obtenido hasta el momento, los vitivinicultores de la región de Baja California, y en particular el valle de San Antonio de las Minas, manifiestan su comportamiento informativo contando con:

- Colección personal de libros.
- Contacto con colegas.
- Procedimientos en el cultivo: siembra, cosecha, vinificación.
- Cultivo, aquí acuden a colegas, agrónomos, enólogos, experiencia.

- Recolección, conocen de acuerdo a su experiencia las personas que se requieren para la cosecha de la uva y utilizan su experiencia para el arreglo de su maquinaria o acuden al técnico.
 - Empresa, en este caso acuden a contadores y administradores cuando tienen alguna duda con impuestos o legislaciones aplicables a la industria.
1. Establecer un centro de información relacionado con la vitivinicultura y el cultivo de la vid en Ensenada, que no sólo atienda a los de los Valles de San Antonio de las Minas y de Guadalupe ya que esta ciudad se encuentra cercana geográficamente a los valles de Santo Tomás, San Vicente, Ojos Negros y de la Grulla.
 2. Adquirir, por parte de las bibliotecas pertenecientes a universidades e instituciones gubernamentales localizadas en la entidad, los libros y revistas recientes que puedan apoyar a esta comunidad en la realización de sus actividades. ☞

Después de haber realizado la presente investigación se considera pertinente sugerir las siguientes propuestas:

Obras consultadas

ATTFIELD, Simon. Information seeking in the context of writing: a design psychology interpretation of the problematic situation. *Journal of Documentation*, 2003, vol. 59, no. 4, p. 432.

Baja California la frontera mexicana para negocios de éxito [en línea]: *ruta del vino* <<http://www.investinbaja.gob.mx/estilo/recreacion.htm#06>> [Consulta: 27 septiembre 2008].

Baja California [en línea]: *ruta gastronómica*. <<http://www.descubrebajacalifornia.com/2012/index.php>> [Consulta: 30 agosto 2008].

CALVA GONZÁLEZ, Juan José. Las necesidades de información de la comunidad académica como base en el desarrollo de las colecciones. En: Seminario Internacional de Desarrollo de Colecciones (1º: 1997: Ciudad de México, México). *Primer Seminario Internacional de Desarrollo de Colecciones*. María del Carmen Negrete Gutiérrez, coordinadora. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 1998, p. 52.

Caminata mensual a San Antonio de las Minas en Ensenada [en línea]. <<http://bajacalifornia.travel/caminata-mensual-a-san-antonio-de-las-minas-en-ensenada/>> [Consulta: 1 septiembre 2008].

Diccionario Porrúa: de historia, biografía y geografía de México. 6ª ed. México: Porrúa, c1995. 4 v.

Enciclopedia de México. México: Enciclopedia de México, 2003. t. 2.

Enciclopedia hispánica. 2ª ed. Barcelona: Barsa-Planeta, 2003. t. 14.

Enciclopedia universal ilustrada: europea americana. Madrid: Espasa-Calpe, 1996. T. 66.

GUZMÁN PEREDO, Miguel. *El vino en México* [en línea]. <<http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/744-El-vino-en-M%E9xico>> [Consulta: 2 febrero 2009].

- HERNÁNDEZ SALAZAR, Patricia. La producción del conocimiento científico como base para determinar perfiles de usuarios. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 2001, vol. 15, no. 30, p. 29-64.
- JOFRÉ FUENTES, Omar. El campesino como usuario de la información. *Revista de la Asociación Interamericana de Bibliotecarios, Documentalistas y Especialistas en Información Agrícola*, 1993, vol. XIV, no. 2, p. 109-111.
- KRIKELAS, J. Information Seeking Behavior: patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 1983, vol. 19, no. 2.
- KURUPPU, Pali U. Understanding the information needs of academic scholars in Agricultural and biological sciences. *The Journal of Academic Librarianship*, 2006, vol. 32, no. 6.
- MELGAR GIL, Luis Tomás. *La enciclopedia del vino*. Madrid: Ramón Llaça, 2008.
- Monte Xanic* [en línea]. <<http://www.montexanic.com.mx/inicio.html>> [Consulta: 2 agosto 2008].
- NASON, Lisa. The farmers in the library: information needs of farmers and how the rural Public library can fulfill them. *Rural Library*, vol. 27, no. 2, 2007, p. 19-45.
- OSEI, Simon K. A study of the information needs of agricultural extension agents in Ghana. *Quarterly Bulletin*, 2006, vol. 51, no. 2, p. 82-88.
- OZENC UCAK, Nazan. *Necesidades de información y comportamiento para la búsqueda de información entre los estudiosos de una Universidad Turca* [en línea] <<http://www.ifla.org/IV/ifla64/041-112s.htm>> [Consulta: 21 agosto 2002].
- Profesionales del vino mexicano y de las vinícolas en México* [en línea]. <<http://vinosdemexico.homestead.com/vincolas.html>> [Consulta: 1 junio 2008]
- RODRÍGUEZ, Roberto. Diagnóstico de necesidades de información. *RIDECAB*, 1987, vol. 8, no. 16, p. 61-85.
- SANTOS ROSAS, Antonia. El diseño de un sistema de información en hipertexto. En: *Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía (29: 1998: Veracruz, Ver.)*. *XXIX Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía: memoria 29, 30 de abril y 1 de mayo de 1998*. México: AMBAC, 1998, p. 128-136.
- SIMON, Joanna. *Conocer el vino*. Nueva edición revisada y ampliada. Barcelona: Blume, 2004. 160 p.
- Sistemas Producto* [en línea]: *perspectivas del mercado de la uva* <http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=uva> [Consulta: 26 septiembre 2008].
- Valle de Guadalupe* [en línea]. Wikipedia: la enciclopedia libre. <[http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Guadalupe_\(Baja_California\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Guadalupe_(Baja_California))> [Consulta: 30 junio 2008].
- Zona vinícola de Baja California* [en línea]. <<http://vinomex.homestead.com/bajaPresentacion.html>> [Consulta: 30 junio 2008].