

MARÍA DEL CARMEN SALAS QUESADA  

Sistemas de indicaciones geográficas, un debate en transformación. Reflexiones desde regiones y países vitivinícolas emergentes

Recepción: 13 de septiembre de 2023 ▶ Evaluación: 24 de marzo de 2024 ▶ Aceptado: 16 de abril de 2024

Sugerencia de citación. Salas, M. (2024). Sistemas de indicaciones geográficas, un debate en transformación. Reflexiones desde regiones y países vitivinícolas emergentes. *Perspectiva Geográfica*, 29(3), 1-17. <https://doi.org/10.19053/uptc.01233769.16541>

Resumen. En el agronegocio del vino, las representaciones colectivas, como los sistemas de indicaciones geográficas, se crean para proteger la calidad y diferenciar cada región productora en el mercado nacional e internacional. En la actualidad, la diversidad del escenario vitivinícola global, las nuevas demandas de los consumidores y los cambios socioambientales están invitando a repensar este tipo de sistemas de protección de la calidad y a enriquecer el debate en relación con las posibles alternativas a estos. En ese contexto, el presente trabajo explora las opiniones acerca de dicho debate desde regiones y países vitivinícolas emergentes, como es el caso de Sonora, en México. Estos espacios se encuentran en una fase de crecimiento, experimentación y desarrollo que permite analizar cómo se percibe la posibilidad de adoptar y regular modelos de protección geográfica y los desafíos asociados a este tipo de estrategias de clasificación y valorización. Asimismo, a nivel más amplio, este análisis busca reflexionar respecto a la creación de formas alternativas de diferenciar y representar colectivamente la calidad y el valor asociado al lugar de origen de la producción vitivinícola. Lo anterior, finalmente, con el objetivo de comprender en profundidad los cambios a los que se enfrenta la diversificación y transformación de la industria vitivinícola actual en América Latina y a nivel global.

Palabras clave: *calidad; geografías vitivinícolas emergentes; regulación; sistemas geográficos protegidos; valor.*

1 Doctora en Desarrollo Regional con especialidad en Estudios Sociales de la Alimentación, por el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD) de Hermosillo, Sonora, México. mlcopia@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3456-9778>

La información presentada en este trabajo forma parte de la tesis doctoral Cananea (Sonora) y Sonoita-Elgin (Arizona) como nuevas geografías vitivinícolas. Globalización, territorio y creación de valor, realizada en dicho centro durante el periodo de enero de 2018 a diciembre de 2021. No obstante, la elaboración del presente artículo se realiza durante el periodo postdoctoral (2022-2024), el cual se lleva a cabo en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH-UNAM), en Ciudad de México, México.



Geographical indications systems, a debate in transformation. Reflections from emerging wine regions and countries

Abstract. In wine agribusiness, collective representations such as geographical indication systems are created to protect quality and differentiate each producing region in the national and international markets. The diversity of the global wine scene, new consumer demands, and socio-environmental changes are inviting us to rethink this quality protection system and enrich the debate concerning possible alternatives. This work explores the opinions about this debate from emerging wine regions and countries such as Sonora in Mexico. These spaces are in a growth, experimentation, and development phase that allows us to analyse how the possibility of adopting and regulating geographical protection models is perceived and the challenges associated with this classification and valorisation strategy. Likewise, at a broader level, this analysis seeks to reflect on the creation of alternative ways to differentiate and collectively represent the quality and value associated with the place of origin of wine production. Finally, the above aims to contribute to a better understanding of the changes faced by the diversification and transformation of the current wine industry in Latin America and globally.

Keywords: *Emerging wine geographies; Protected geographic systems; Quality; Regulation; Value.*

Sistemas de indicação geográfica, um debate em transformação. Reflexões de regiões e países vinícolas emergentes

Resumo. Na agroindústria vitivinícola, são criadas representações coletivas como sistemas de indicação geográfica para proteger a qualidade e diferenciar cada região produtora nos mercados nacionais e internacionais. A diversidade do panorama vitivinícola global, as novas exigências dos consumidores e as mudanças socioambientais convidam-nos a repensar este sistema de proteção da qualidade e a enriquecer o debate sobre possíveis alternativas. Este trabalho explora opiniões sobre este debate de regiões vinícolas emergentes e países como sonora, no México. Estes espaços encontram-se numa fase de crescimento, experimentação e desenvolvimento que permite analisar como se percebe a possibilidade de adoção e regulação de modelos de proteção geográfica e os desafios associados a esta estratégia de classificação e valorização. Da mesma forma, a um nível mais amplo, esta análise procura refletir sobre a criação de formas alternativas de diferenciar e representar coletivamente a qualidade e o valor associados ao local de origem da produção do vinho. Por fim, o exposto visa contribuir para uma melhor compreensão das mudanças enfrentadas pela diversificação e transformação da atual indústria vinícola na América Latina e no mundo.

Palavras-chave: *Geografias vinícolas emergentes; Qualidade; Regulamento; Sistemas geográficos protegidos; Valor.*

Introducción

La diferenciación y clasificación Viejo Mundo/Nuevo Mundo del vino, cada vez más en desuso (Myles, 2023), se desarrolló con la globalización del sector, y a menudo se simplificó en la idea de que la tradición y el *terroir* del Viejo Mundo se encontraban amenazados por la innovación, la tecnología y la producción en masa del Nuevo Mundo (Anderson & Pinilla, 2018; Banks & Overton, 2010; Demossier, 2011; 2013; 2018; Carter, 2018; Fourcade, 2012; Inglis & Almila, 2020; Paxson, 2010; 2016). Si bien la creciente diversificación y expansión de los mundos del vino demuestra que estos debates se han complejizado y parcialmente superado, todavía se puede observar cómo los espacios vitivinícolas emergentes en ocasiones se piensan como lugares de producción sin carácter, sin una marca de identidad o poco representativos del *terroir*. En ese sentido, la diversidad actual del escenario vitivinícola global, las nuevas demandas de los consumidores y los cambios socioambientales están invitando a cuestionar y repensar este tipo de percepciones.

La relación entre el producto, el territorio y la identidad productiva¹ en el sector agroalimentario se ha materializado en estrategias de valorización y protección como los sistemas de indicaciones geográficas protegidas que se originan en Francia a principios del siglo XX. Dichos sistemas surgen con una doble lógica, proteccionista (cultural) y mercantil (Contreras & Gracia, 2005), que busca generar un valor añadido que asegure la rentabilidad económica de los productos del territorio (Harvey, 2002). En el mundo del vino, la autoridad y el éxito del modelo original francés ha motivado al resto de regiones vitivinícolas a crear alguna versión de este sistema, así como estrategias de identificación, clasificación y representación (Bowen,

2010; Cappeliez, 2017; Trubek & Bowen, 2008). Este tipo de estrategias de producción del lugar (*place based taste identity*), de acuerdo con Jung, (2014; 2016) permiten diferenciar cada región vitivinícola en el mercado internacional y rentabilizar dicha distinción y clasificación. Lo anterior conlleva un esfuerzo colectivo y una coherencia con respecto a los objetivos que persiguen distintos actores a varios niveles de la cadena de valor del vino y, por tanto, una negociación de interés y poderes (Charters & Spielmann, 2014; Larsimont & Facundo, 2023). Dicho esfuerzo se materializa, entre otras respuestas, en una representación colectiva y en una versión de identidad institucionalizada en la que, por lo general, se escogen las similitudes y se excluyen las diferencias (Neuman & Leer, 2018). De esta forma, las indicaciones geográficas, como cualquier versión de la identidad, llevan implícito una clasificación, un control institucional y un sistema jerárquico (Carter, 2018; Demossier, 2011; 2013; 2018; Fourcade, 2012; Jacquet, 2022; Jung, 2014). En ese sentido, el funcionamiento de sistemas de protección como las denominaciones de origen (DO) o las apelaciones de origen controladas (AOC) ha recibido importantes críticas con respecto a la subjetividad de sus divisiones; la jerarquía, la osificación y la verticalidad del sistema; así como el cuestionamiento sobre el proceso de evaluación y sus efectos en la homogenización del gusto (Alonso & Parga, 2019; Carter, 2018; Charters & Spielmann, 2014; Demossier, 2011; 2013; 2018; Fourcade, 2012; Jung, 2014; Moran, 1993; Teil, 2012). No obstante, la inexistencia de un consenso con respecto a un sistema alternativo ha permitido que se mantenga su estatus y que siga sirviendo de modelo de referencia para otros países productores (Moran, 1993).

En regiones emergentes, como es el caso abordado en este trabajo, se ha identificado que el rápido crecimiento de la actividad vitivinícola, el limitado apoyo institucional y gubernamental, la diversidad de intereses entre los actores de la cadena de valor y la libertad de producción en ausencia de una regulación

1 Esto es, el resultado de una estrategia y proceso de valorización basado en un esfuerzo colectivo de representación mediante el cual se identifican, se codifican y se comunican las relaciones entre una determinada industria o producto y los atributos específicos que le otorga el territorio donde se produce (definición propia inspirada en el trabajo de Castells [1999]; Contreras & Gracia [2005]; Giménez [1997]; Flores [2007]; y Prats [1997], entre otros autores).

específica han complejizado el debate en torno a la adopción de sistemas de regulación/protección/clasificación bajo el modelo europeo de referencia. En ese contexto, el presente trabajo plantea discutir las percepciones, posibilidades y desafíos preliminares para la creación de sistemas de protección y representación colectiva a través de los hallazgos de un estudio etnográfico en la región vitivinícola emergente de Sonora en México. Para ello, en las siguientes secciones se muestra: 1) una argumentación teórica sobre el surgimiento y funcionamiento de los sistemas de protección geográfica; 2) seguidamente, se explica el diseño metodológico empleado en esta investigación; 3) a continuación, se contextualiza el caso de análisis; 4) posteriormente se exponen los resultados del trabajo de campo; 5) y, finalmente, se presentan las consideraciones finales.

Reflexiones y críticas sobre los sistemas de indicaciones geográficas protegidas

Las indicaciones geográficas se originan en Francia en 1905 con el objetivo de controlar el fraude (Carter, 2018; Colman, 2018; Fourcade, 2012; Jacquet, 2022; Moran, 1993; Teil, 2012). En 1935 se crea el término “apelación de origen controlada” (AOC), el cual se respalda en una estructura legal dirigida por el Instituto Nacional de Origen y Calidad (Institut National de l’Origine et de la Qualité [INAO]) (Bowen, 2010). Este mecanismo de control, protección y clasificación es el más antiguo y, hasta ahora, el más estricto y mejor desarrollado del mundo (Bowen, 2010).

El estatus social, económico y político asociado a las regiones más consolidadas que impulsan los sistemas de protección geográfica se analiza críticamente en trabajos como los de Fourcade (2012) y Carter (2018), en los cuales se argumenta que la superioridad de las regiones donde se originan estos sistemas no se puede justificar a través de una superioridad de las características geográficas. Como explica Fourcade

(2012), en su origen, la calidad de regiones emblemáticas como Borgoña y Burdeos se consideraba natural, al igual que era natural y dado el estatus social de dichas regiones. De acuerdo con las mismas autoras, las AOC originalmente se crean para proteger la calidad de la producción de vino frente al fraude, pero también frente a la sobreproducción de regiones que eran consideradas menos sofisticadas u ordinarias (Carter, 2018; Fourcade, 2012). La amenaza de estas “otras regiones” se refería inicialmente (a finales del siglo XIX y comienzos del XX) a Argelia, España o Italia y algunas regiones del sur de Francia, y posteriormente a las regiones productoras del Nuevo Mundo. En ese sentido, expone Carter (2018), las AOC no solo explican la diferencia en la calidad, sino también la diferencia de las clases sociales y los poderes detrás de las regiones donde se crean dichos sistemas. De esta forma, los sistemas de indicaciones geográficas protegidas han creado un tipo de identificación que lleva implícita una clasificación y un control social e institucional (Appadurai, 1991; Barker, 2004; Moran, 1993). En dichos sistemas, los distintos espacios productivos se encuentran conectados jerárquicamente y la representación/identidad surge de la intersección de dicho sistema jerárquico (Gupta & Ferguson, 1992). El funcionamiento y la lógica de este modelo juega un papel central en las bases, el sustento y el mantenimiento del mercado del vino (Zhao, 2005).

Las AOC representan la tipicidad del lugar, la expresión del *terroir*, atributo que, en última instancia, se asocia con las características organolépticas del producto final (Alonso & Parga, 2019). Así, el *terroir*, como representante de la calidad en el que se basa la mistificación de las distintas AOC (Demossier, 2011; 2013; 2018), se objetiviza, se estandariza y se reproduce globalmente a través de estos sistemas de evaluación y clasificación, legitimados por la cultura oficial de expertos a nivel internacional. Esta evaluación ha sido criticada entre productores y otros profesionales del sector que cuestionan el hecho de que las tendencias del mercado global y la hegemonía del gusto oc-

cidental han hecho que este tipo de sistemas y sus evaluadores no sean capaces de reconocer el auténtico *terroir* (Alonso & Parga, 2019; Jung, 2014; Teil, 2012).

Para ingresar a una AOC, las regiones o espacios geográficos de producción delimitada que quieran proponer su candidatura deben realizar una solicitud a la comisión encargada. En el caso de Francia, modelo hegemónico de referencia, dicha solicitud es dirigida al Comité Nacional de Denominaciones de Origen de Vinos y Bebidas del INAO. La solicitud debe contener un expediente técnico que integra, entre otras particularidades², la demarcación geográfica, las prácticas vitivinícolas y enológicas y el proyecto de especificaciones (*project de cahier des charges*), que incluye una descripción analítica y organoléptica de los vinos del área por registrar. En la evaluación de la candidatura se verifican las condiciones presentadas en la solicitud, lo cual incluye un examen de las características organolépticas. El objetivo de dicho examen es “confirmar la aceptabilidad del producto dentro de su categoría, su familia y su denominación” (Le Fur, 2018 [traducción propia]). Las directivas legales relativas a la comisión de este examen organoléptico han sufrido distintas modificaciones, particularmente después de la reforma de 2006 con la que se fortaleció la responsabilidad y participación de productores organizados a través de la figura de los organismos de defensa y gestión (ODG) (INAO, 2024b; Le Fur, 2018). Estos organismos, aunque constituidos por productores, deben ser reconocidos, previo dictamen, por el director y el comité competente del INAO.

De este modo, la tipicidad y el reconocimiento externo de la calidad de una producción vitivinícola asociada a su origen requieren ser legitimadas. Dicha legitimación puede conseguirse, por tanto, a través de acreditaciones como los sistemas de AOC, pero también participando en concursos, ferias y eventos donde participen actores con poder de evaluación y legitimación en el sector a nivel global (Jung, 2014).

De forma que la consolidación de la calidad de la producción de un área geográfica o región, además de requerir que se comparta y se desarrolle un conocimiento y un aprendizaje colectivo, también depende de factores y evaluadores externos que validen la calidad y legitimen su reputación. Estos argumentos apoyan la idea de que la materialización de la especificidad y la tipicidad solo tiene sentido cuando se reconoce de manera externa y a nivel global (Jung, 2014).

A pesar de las críticas recibidas con respecto a la subjetividad de las divisiones, la osificación, la verticalidad y jerarquía de ciertas regiones de las AOC (Carter, 2018; Demossier, 2011; Fourcade, 2012; Jacquet, 2022; Jung, 2014; Moran, 1993; Teil, 2012); la hegemonía del gusto occidental y su estandarización (Alonso & Parga, 2019; Jung, 2014), así como la inexistencia de un consenso con respecto a un sistema alternativo, han permitido que los sistemas de indicaciones geográficas mantengan su estatus y siga sirviendo de modelo para otros países productores (Colman, 2008). En consecuencia, este tipo de estrategia ha sido traducida en los distintos países productores con versiones alternativas y, en ocasiones, más flexibles (Moran, 1993). Tal es el ejemplo de EE. UU., que a finales de los años setenta creó el sistema de indicaciones de origen encuadrado bajo el modelo de las American Viticulture Areas (AVA), menos restrictivo que el modelo francés; o más recientemente tenemos el caso de México, donde en 2018 se impulsa un mecanismo de protección y representación todavía más flexible a través de la marca colectiva Vino Mexicano. El entonces presidente del Consejo Vitivinícola Mexicano, Daniel Milmo Brittingham, durante el evento del 70 aniversario de la mencionada institución, presenta el lanzamiento de la marca colectiva donde expone que lo que se busca es “otorgarle un distintivo de calidad e identidad de origen de nuestros vinos, frente a la enorme competencia en relación con los extranjeros” (Gutiérrez, 2018). Esta declaración deja ver que independientemente de la regulación, más o

2 Consultar la *Guía para los solicitantes de una DOC/BOP de vino de la INAO* (2024a).

menos restrictiva en los distintos países, en este tipo de modelos se comparten los principios de protección, identificación y mercantilización. Es decir, se crean para proteger y distinguir la calidad de la producción, para diferenciar cada región vitivinícola en el mercado nacional e internacional (que permita obtener una ventaja competitiva), y, finalmente, para rentabilizar (más ventas y mayores precios) esa diferenciación.

Las geografías vitivinícolas emergentes como las que se analizan en este trabajo se desenvuelven en un contexto de libertad normativa, de rápido crecimiento, de ausencia de regulación y de desarticulación entre distintos actores del sector. En esa posición, la búsqueda de la especificidad y la creación de una representación colectiva útil para que el consumidor pueda identificar el producto o la región, lo clasifique y lo consuma, es un desafío importante. Así, el proceso de experimentación por el que pasan estos espacios y sus iniciativas vitivinícolas permite analizar cómo se llevan a cabo este tipo de procesos, con qué desafíos, y, a la vez, preguntarnos si existen otras maneras de crear el valor añadido, de “vender la especificidad”, el valor de origen, y de representar un territorio vitivinícola individual y colectivamente.

Nota metodológica

El proceso de diferenciación, de producción del lugar y de creación de valor en la industria vitivinícola es heterogéneo y, en parte, de carácter cualitativo, de manera que no se puede medir estadísticamente, al menos de manera integral. Es decir, por ejemplo, con respecto al *terroir*, podemos explicar cómo es, pero no medir cuánto hay³. Por ello, para entender y explicar la conformación y la lógica de la producción de vino y su estrategia de valorización y diferenciación (a través de la posibilidad de implementar sistemas de protección geográfica) en distintos contextos, se escoge el campo disciplinario de la antropología de la alimen-

tación, el cual tiene como uno de sus ejes principales “el estudio de los factores que intervienen en la construcción de los modelos de producción, distribución y consumo” (Contreras & Gracia, 2005, p. 84). De acuerdo con este campo de estudio, se propone un enfoque cualitativo y etnográfico que tiene como objetivo no predecir, sino comprender en profundidad los contextos específicos y sus desafíos al brindar una perspectiva fundamentada en la discusión.

Desde este posicionamiento, el propósito del presente diseño metodológico es comprender el proceso de diferenciación y creación de valor desde la realidad de las geografías vitivinícolas emergentes y sus desafíos actuales. Se escoge el caso de México y su creciente diversificación hacia nuevos estados, como el de Sonora, y se analizan las opiniones de productores vitivinícolas y otros actores claves del sector. La información que se presenta forma parte de una investigación más amplia de tesis doctoral (Salas, 2021) para la que se llevó a cabo el trabajo de campo entre enero de 2018 y agosto de 2021. Se conducen un total de 19 entrevistas semiestructuradas a productores y actores claves en la introducción y el desarrollo de la producción de vino en el estado de Sonora. Las entrevistas se complementan y contrastan con la participación y el trabajo de observación en distintas conferencias y eventos vitivinícolas, así como con el seguimiento de redes sociales de distintas casas vitivinícolas.

La industria vitivinícola en México y su emergencia en el estado de Sonora

En México la producción de vino se ha llevado a cabo desde el siglo XVI y si bien la producción se ralentizó a su mínima expresión como consecuencia de la prohibición colonial impuesta en 1595 a los dominios virreinales en América, existen vinícolas como Casa Madero en el Valle de Parras, Coahuila, a las que se les permitió, por excepción, la producción con fines eclesiásticos (Corona, 2002; 2011). De esta forma,

3 Ejemplo inspirado en la “perspectiva del habitar” en el medioambiente, en el paisaje, de acuerdo con noción de *dwelling perspective* de Ingold (1993).

Casa Madero logró mantener un mínimo de actividad, la cual se ha desarrollado hasta el presente, convirtiéndose así en una vinícola con “más de 424 años de legado” (Casa Madero, 2024). No obstante, a escala global, México se encuentra dentro de la categoría de países productores emergentes. Lo anterior debido a que el impulso y crecimiento de esta actividad se lleva a cabo de manera reciente, especialmente en el último cuarto del siglo xx (Cruz, 2004; De Jesús & Thomé, 2019). México cuenta con una superficie aproximada de 36.000 hectáreas dedicadas al cultivo de vid, la cual se destina en un “65,6% al cultivo de uva de mesa, un 10,5% al de la uva pasa y el 23,9% restante a variedades industriales destinadas a la producción de zumos y vinos” (Reyes, 2022, p. 11). De

acuerdo con la información del Consejo Mexicano Vitivinícola, en 2018 se aprobó la Ley de Fomento Vitivinícola con la que se busca aumentar dicha superficie de cultivo. Con respecto al consumo de vino, este se ha incrementado considerablemente de manera reciente, “de 450 a 950 mililitros per cápita” en los últimos cinco años (Consejo Mexicano Vitivinícola [CMV], 2024). La rápida expansión del cultivo y el aumento en el consumo de esta bebida quedan demostrados al observar la diversificación del agronegocio en el país. De esta forma, si al inicio de la década de los 2000 la actividad vitivinícola la representaban principalmente Baja California, Coahuila, Querétaro y Aguascalientes, actualmente son 14 los estados productores, entre ellos, Sonora.

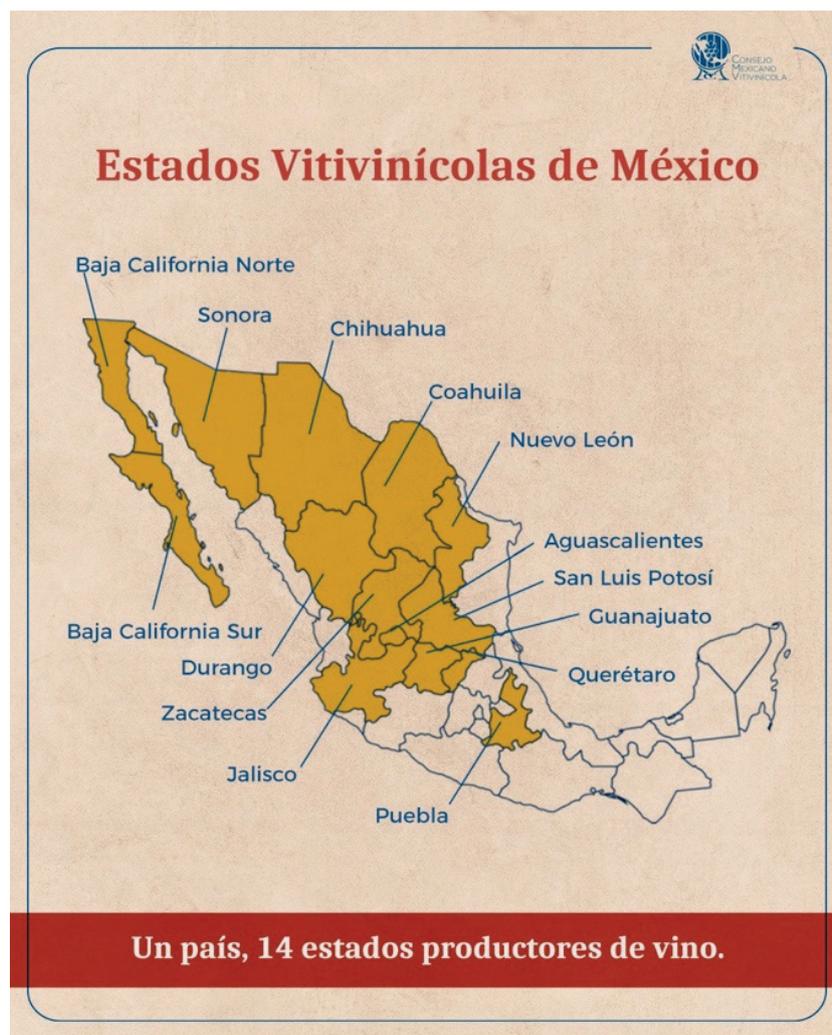


FIGURA 1. Estados productores de vino en México

FUENTE: Consejo Mexicano Vitivinícola (2021).

Sonora, desde hace varias décadas, es el mayor productor de uva de mesa a nivel nacional (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Recursos Hidráulicos, Pesca y Acuicultura [Sagarpa], 2018), con una superficie de 20.000 hectáreas y una producción de 327.000 toneladas (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], 2022). El estado se incorpora al sector vitivinícola para la producción de vino de manera formal en 2008, con una plantación experimental en la localidad de Cananea. Este trabajo toma como referencia la iniciativa vitivinícola de Cananea en Sonora debido a la relevancia que toma dicho proyecto, el cual se crea con el apoyo público estatal, con la colaboración de distintas instituciones de investigación (el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias [INIFAP]⁴, la Universidad de Sonora [UNISON]⁵, la Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]⁶ y el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo [CIAD]⁷) y de profesionales del sector a nivel internacional. El proyecto vitivinícola se transforma posteriormente en una empresa privada bajo el nombre de Uvas de Altura. Es importante mencionar que en Sonora se han registrado además otros proyectos vitivinícolas emergentes, principalmente familiares, como Vinos Giottonini, en el municipio de Ures; Vinos Oeste Salvaje, en el municipio de Caborca; y Vinos Moreli, en el municipio de Hermosillo (Salido et al., 2022).

Cananea, municipio en el que se ubica la empresa Uvas de Altura, es una localidad de alrededor de 35.000 habitantes, situada al norte del estado de So-

nora. La principal actividad productiva del municipio es la minería y allí se encuentra la mina Buena Vista del Cobre, una de las diez minas más grandes de Latinoamérica para la extracción de dicho mineral. La segunda actividad productiva con mayor presencia es la ganadería y en 2008 se introduce en esta localidad la actividad vitivinícola. Cananea, a diferencia de otras partes del estado de Sonora, se encuentra situada en un área montañosa, a 1.700 metros de altura sobre el nivel del mar, altura que puede llegar hasta los 2.400 metros en ciertas partes de la región. Su ubicación geográfica es determinante, ya que explica que, a pesar de encontrarse dentro de una franja de clima semiárido, se registren temperaturas templadas y frías a lo largo de todo el año. El clima “semicálido subhúmedo” (Martínez et al., 2010, p. 33), la geografía y otros factores evaluados en estudios previos a la plantación (Susarrey & Moreno, 2010) validan la adaptabilidad del cultivo y justifican “el gran potencial para la región de Cananea como nuevo polo vitivinícola” (Susarrey & Moreno, 2010, p. 52).

A partir de aquí comienza la fase experimental en 2008, con una primera vendimia comercial en 2015. En los últimos años su producción ha aumentado progresivamente. Los datos recopilados en las entrevistas señalan que en 2015 se produjeron 28.000 botellas y para 2019 su producción se había triplicado. En las entrevistas, los promotores del proyecto expresan su interés en que la actividad vitivinícola pueda seguir creciendo y expandirse hacia los municipios de Naco y Santa Cruz, ubicados en la frontera de Sonora con Arizona, zonas con condiciones geográficas similares y con mayor disponibilidad de agua⁸. La extensión de superficie disponible en la región para el desarrollo del sector se identifica y se expresa, por parte de los promotores, como uno de los mayores potenciales para el desarrollo futuro de la actividad vitivinícola en el estado. La cita a continuación muestra cómo los medios de difusión locales dan seguimiento al proyec-

4 El INIFAP realiza los estudios climatológicos, hídricos, de fertilidad y de plagas, entre otros aspectos, para el establecimiento del cultivo en Cananea.

5 La UNISON contribuye en los estudios de mercado del sector vitivinícola, principalmente a través de la tesis de maestría realizada por José Gustavo Susarrey, colaborador de la Fundación Sonora, titulada *Modelación del sistema productivo para un viñedo vitivinícola en la región de Cananea* (2014).

6 La UNAM contribuye con los estudios edafológicos para la plantación experimental en Cananea, dirigidos por Thierry Calmus, investigador de la Estación Regional del Noroeste (ERNO) de la UNAM.

7 Ubicado en Hermosillo, Sonora, México.

8 Es decir, sin problemas de concesión de agua por parte de la industria minera, lo cual ha sido un conflicto histórico en el territorio y en la localidad de Cananea.

to y transmiten el interés que despierta esta nueva actividad productiva en Sonora:

[...] hay mucha gente atenta al resultado de este proyecto, tanto de Sonora como a nivel nacional e internacional; está en espera de conocer la calidad del vino para animarse a invertir; este viñedo ocupa 30 hectáreas, superficie ideal para una productora de vino, pero existen más de 50 mil disponibles [...], el Valle de Guadalupe en Baja California cuenta con 3 mil hectáreas de cultivos de uva y en él se ubica el 90% de las 350 bodegas que operan en el país, el resto en Coahuila, Querétaro, Zacatecas, Guanajuato y Aguascalientes (Valencia, 2015, p. 23).

En la actualidad, la empresa Uvas de Altura produce doce variedades (cabernet sauvignon, carignan noir, carmenere, chardonnay, malbec, grenache noir, mourvedre, petit verdot, syrah, tempranillo, touriga nacional y verdejo). Sus vinos se distribuyen principalmente bajo la marca “4S, 4 Sierras” en distintos estados a nivel nacional. La empresa presenta su producción destacando algunas de las características que conforman su especificidad, como 1) la localización geográfica: “El viñedo Cuatro Sierras se encuentra a 1.460 metros sobre el nivel del mar [...], está rodeado por las 4 sierras más importantes de Cananea, Sonora”; 2) el clima: “el área cuenta con un clima invernal de -2 °C y veranos no superiores a 36 °C; 3) las variedades: “se cosechan 12 variedades de uva [...], somos pioneros en cosechar la variedad de uva touriga nacional”; y 4) la consolidación de la actividad en la región: “contamos con más de 10 años de experiencia” (Cuatro Sierras, 2021).

Con esta incipiente trayectoria y las características iniciales descritas, da comienzo la actividad vitivinícola en Cananea, Sonora, la cual deja ver las posibilidades de crecimiento del sector en geografías emergentes en México (Salas & Sandoval, 2021; Salido et al., 2022). La propuesta vitivinícola en Sonora no solo se ha materializado en la producción de vino, sino en distintas iniciativas que comienzan a integrarse en la promoción turística de la región a través de esta nueva acti-

vidad productiva. Entre estas, se registraron durante el periodo de trabajo de campo las Fiestas de la Vendimia de Cananea (2019); el Festival de la Cerveza (2020), en el que se presentó también la producción de vino en la región; el Festival de Vino Madero 501 (2019) y el Festival Vino Fest (2019 y 2020).

Los aspectos contextuales que se han destacado en esta sección revelan cómo a nivel nacional la actividad se encuentra en un momento de crecimiento y desarrollo, el cual se ha mostrado con el caso específico de Sonora. Esta situación de la producción de vino en México hace que el debate sobre la protección y valorización de la actividad vitivinícola con estrategias como la creación de sistemas de indicaciones geográficas, debate clásico entre los diferentes actores que participan en dicha actividad, continúe teniendo un papel fundamental en la agenda actual del sector.

Perspectivas sobre la regulación y el sistema de indicaciones geográficas protegidas en Sonora y México

La construcción de representaciones colectivas de las distintas regiones vitivinícolas y su especificidad, la regulación del sector y la posibilidad de desarrollar sistemas protección geográfica son un debate recurrente entre los distintos profesionales de la industria. Por ello, de acuerdo a la información empírica recopilada, a continuación se muestran algunos de los argumentos, opiniones y elementos identificados con relación a estas problemáticas.

La regulación, los impuestos y la relación calidad-precio en la producción vitivinícola

En México no existe una base legal regulatoria común basada en indicaciones de origen controladas o protegidas, ni tampoco control específico con respecto al tipo de producción y el lugar de origen de las uvas que

se emplean. Este contexto favorece que cada productor pueda elaborar vino atendiendo únicamente a reglas técnicas de propiedad industrial, que se manifiestan en un sistema incipiente de normas oficiales mexicanas. Lo anterior limita el que se compartan principios comunes de calidad entre los distintos productores y regiones vitivinícolas. Como consecuencia, algunos productores manifiestan que en la producción de vino nacional existe un desequilibrio entre la calidad y el precio. Esto, destacan, se ha convertido en un problema relevante, ya que causa confusión y desinformación entre los consumidores. Con la desinformación, los productores se refieren, por ejemplo, a que no siempre aparezca la fecha de la cosecha en la botella o que la regulación actual permita mezclar vinos de distintas cosechas o de distintos orígenes de producción, nacionales e incluso internacionales. Los siguientes testimonios expresan estas ideas sobre la desprotección y desinformación hacia el consumidor, favorecida por la limitada regulación y programas de certificación:

En una región de calidad, están regulados, hay un tema de tradición y de orgullo en la manera de cultivar las parcelas y de producir vino, que, si no lo quieres seguir, pues tan sencillo como que no te pones la apelación de la región de donde fuiste, y ni el Valle de Guadalupe, ni Napa, ni muchos otros muchos lugares lo quieren hacer [...]. Que si eso quieres verlo como que hablan de rebeldía, de que tienen que tener una libertad [...], yo pienso que para romper las reglas primero tuviste que tener reglas [...], aquí te dicen que es uva del Valle de Guadalupe pero desde el momento que no tienes un sello de autenticidad a lo mejor son caldos que compraron de Argentina y [en ese caso] mejor que te digan [...], que te digan “yo hice este vino con los mejores caldos que me encontré en alguna parte del mundo”, pero lo elaboré en el valle, entonces tú ya sabes a qué te atienes (Organizadora y promotora del Festival de Vino Madero 501, en Hermosillo, Sonora, comunicación personal, 27 de mayo de 2019).

Si tú dices que tu vino es mexicano, que sea mexicano [...], si el vino es de origen chileno embotellado

en México [...], el mayor problema que yo le veo es que lo hagas y no lo menciones (Productor de vino en Cananea, Sonora, comunicación personal, 10 de octubre de 2019).

En torno a este mismo debate, diferentes actores y productores del sector indican que una regulación sobre la producción y la calidad puede ayudar además a que se consiga una regulación y mejora en la relación calidad-precio del vino mexicano. En ese sentido, señalan que actualmente puedes encontrar en el mercado botellas con precios distantes, de entre 600 y 200 pesos, con un nivel de calidad similar. Exponen, además, que una regulación y control adecuados, junto con una disminución de los impuestos (tema que se retoma a continuación), podría contribuir a reducir los precios finales del producto, con un efecto positivo en el aumento del consumo doméstico de vino a nivel nacional.

En México, a pesar del aumento progresivo del consumo en los últimos años, el vino es un producto todavía poco consumido a nivel doméstico. El consumo de dicho producto se registra preferentemente en sectores socioeconómicos privilegiados. El precio es un factor limitante para el crecimiento del consumo a nivel más amplio y, por tanto, para el desarrollo de la industria. De acuerdo con el informe ICEX de 2018, entre los vinos más comprados se encuentran los tintos, con un 61,4% (Amo, 2018, p. 8) y con un precio en torno a los 200 pesos, segmento medio de precios en el que se ubican “principalmente marcas importadas, con la excepción de algunas marcas mexicanas como Domecq y La Cetto” (Amo, 2018, p. 28). De estos datos se puede deducir que el vino hecho en México, aunque con precios muy variables, sigue siendo inaccesible para buena parte de la población mexicana, lo cual limita su inclusión en el consumo doméstico. No obstante, se ha observado que los patrones de consumo en México están cambiando debido a la incorporación “de un segmento más joven y dinámico de la población” (Amo, 2018, p. 6), así como por

el mayor reconocimiento del vino mexicano por parte de los consumidores⁹.

Con relación al debate sobre la regulación del sector, su producción y sus precios, otro aspecto relevante identificado en la información recabada en entrevistas, eventos y conferencias es el tema de los impuestos que se aplican a la producción y venta del vino. En distintas conversaciones y encuentros entre productores, no solo de Sonora, sino también de Baja California, principal región vitivinícola del país, se plantea la pregunta de por qué el vino mexicano tiene un precio elevado, factor que condiciona la venta, su posicionamiento en el mercado y la competencia con otras marcas de vino importado. Con frecuencia se registra entre las respuestas que una de las causas principales son los impuestos que se le aplican a este producto, los cuales tienen un impacto en el incremento del precio final de la botella. Esto, argumentan distintos productores, se traduce en que, en ocasiones, el posicionamiento de los vinos mexicanos en el mercado nacional se encuentre en desventaja frente a vinos importados con mejor relación calidad-precio.

En México, existe un impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS) que se aplica por igual a la producción o importación de bebidas alcohólicas. El impuesto supone un cargo del 26,5% para aquellos productos con una graduación menor a 14 grados Gay-Lussac (°GL), y del 30% para los que contengan una graduación de entre 14-20 °GL (Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, 2021 [DOF 12-11-2021]). El 15 de diciembre de 2021 se presentó una iniciativa de reforma de ley en la que se propone disminuir al 16% el impuesto para aquellos vinos producidos en territorio nacional con el 100% de uvas de origen mexicano y con una graduación menor a 20 °GL, la cual se encuentra pendiente de resolución (Secretaría de Servicios Parlamentarios, 2021).

Debido a la preocupación recurrente en torno a los impuestos registrada en el material empírico, durante la sesión de conferencias del evento vitivinícola Sonora Fest¹⁰ 2020 se planteó públicamente a los ponentes la pregunta a propósito de por qué el vino nacional tiene unos costos tan elevados y si existe una relación con los impuestos a la producción, sobre lo que se expresaron las siguientes opiniones:

El precio alto es a causa de los impuestos muy elevados para la producción, ya que el vino en México, a diferencia de otros países, no es considerado un alimento y por tanto no recibe ayudas gubernamentales para su producción (Productor de Baja California, extracto recogido en las notas de campo durante el ciclo de conferencias en el festival Sonora Fest 2020).

[Sobre la diferencia de precios entre vinos importados y nacionales y la relación con el impuesto mencionado], todos [los vinos] están pagando el impuesto [IEPS]. Sin embargo, aquí hay una diferencia muy grande [...], los vinos que vienen del extranjero, que a lo mejor puede ser un vino muy agradable y va a costar 200 o 300 pesos [...], sí, ese también pagó impuestos, pero lo que pasa es que en sus países de origen los Ministerios de Agricultura sí tienen apoyos para los productores de un producto [como el vino] que tiene un impacto al producto interno bruto. Lamentablemente aquí en México las cifras [de producción] no llegan a ser lo suficientemente atractivas para que tenga una presencia definitiva. [Este mayor impacto solo] va a ser logrado por nosotros, [de manera que tenemos] que tomar más vino [para que así] podamos tener ese flujo de fondos que apoyen a la industria vitivinícola mexicana. Ojalá que lo logremos y vamos a tener el beneficio que tienen otros países (Conferenciante, miembro de la Academia Mexicana del Vino, notas de campo tomadas durante el festival VinoFest, Sonora 2020).

⁹ De acuerdo con los datos publicados por el Consejo Mexicano Vitivinícola (2024), "1 de cada 3 botellas que se toman en México son de producción nacional, y en 2017, el consumo anual de los [vinos] mexicanos creció 28%".

¹⁰ Evento vitivinícola que se lleva a cabo anualmente, desde su primera edición en 2019, en Guaymas, Sonora, en el cual participan vinícolas de todo el país e internacionales (particularmente de Arizona, por la cercanía geográfica con Sonora). En el encuentro se realizan degustaciones y ciclos de conferencias.

Las anteriores declaraciones parecen proponer que la producción de vino en México y el aumento de la demanda y consumo de este producto podrían favorecerse con la creación de ayudas gubernamentales al sector y con una posible disminución del IEPS. Sin embargo, estas acciones no aseguran un compromiso de los productores y vendedores con respecto a la disminución de los precios ni tampoco plantean una relación directa entre estas medidas y la regulación de la calidad en la producción.

Las posibilidades y desafíos de los modelos de protección geográfica en México

Con respecto al debate sobre la posibilidad de incorporar sistemas de protección geográfica en México, el trabajo de campo revela dos aspectos principales: 1) la complejidad del desafío que supone la creación y aplicación de sistemas de protección geográfica en el diverso panorama vitivinícola del país; y 2) el debate interno entre la comunidad de productores y otros actores del sector con respecto a este tipo de sistemas que, por un lado, regulan y protegen, y, por otro, limitan la libertad de producción.

En ese sentido, los productores expresan que la variabilidad y diversidad de las distintas regiones y microrregiones existentes en México dificulta la creación de representaciones colectivas de la calidad bajo un modelo de indicaciones de origen como el que existe en Europa. Esto principalmente porque en el modelo europeo las regiones acreditadas dentro de dicho sistema comparten ciertos atributos (variedades, producción, rendimientos, características organolépticas). Es decir, favorecen una cierta homogeneidad entre las regiones acreditadas para representar las identidades productivas en las que, por lo general, se escogen las similitudes y se excluyen las diferencias. Por ello, entre las opiniones de los productores, se identifica la necesidad de desarrollar sistemas de regulación y protección propios,

desde un modelo *bottom up*¹¹, que se adapten al contexto político, económico y sociocultural del país y favorezcan la integración (y no la exclusión) de la diversidad de productores y regiones. La información recabada revela dos posibles acciones iniciales en esa línea: 1) la creación de una regulación nacional más amplia como la que se desprende de la referida marca colectiva *Vino Mexicano*; y 2) de manera más específica, la identificación y desarrollo de pequeñas regiones o microrregiones que representen la diversidad vitivinícola del país y de cada uno de los estados productores.

El cuestionamiento en torno a los sistemas de protección geográfica, su posible traducción en distintos países emergentes y en crecimiento como México y su transformación (dentro y fuera de Europa), causada por las nuevas demandas de productores y consumidores, así como por las respuestas al cambio climático, son parte de un debate global en el sector vitivinícola. Por ello, se decide complementar y contrastar el trabajo de campo realizado en México con entrevistas y conversaciones con distintos expertos de la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV)¹² que son representantes de siete países: Nueva Zelanda, Sudáfrica, México, Perú, Bulgaria, Brasil y Argentina. En las entrevistas, los expertos reconocen la excelencia del modelo francés de las apelaciones de origen controladas (AOC). No obstante, también expresan que en sus distintos países, al igual que ahora se debate en México, fue necesaria la creación de versiones inspiradas en el modelo francés, aunque adaptadas a la realidad de cada país, para poder impulsar la calidad en la producción y alcanzar un reconocimiento externo. En relación con este último punto, con la información obtenida se puede interpretar que la relación entre la producción, la calidad y la regu-

11 Se recomienda revisar el caso de la indicación geográfica del Paraje Altamira, en Mendoza, Argentina (Larsimont & Facundo, 2023).

12 Las conversaciones se facilitan a partir de una beca de investigación con la OIV (2021) en la que, como parte del trabajo de investigación, se llevan a cabo entrevistas virtuales con distintos representantes de la OIV.

lación/certificación bajo los modelos de indicaciones geográficas ha respondido mayormente a una lógica de exportación y de reconocimiento externo. Los expertos confirman además que, de manera general, la creación de diferentes versiones de indicaciones geográficas en sus respectivos países ha ayudado 1) a mejorar la producción y regular su calidad; 2) a ingresar al mercado de exportación y a lograr la confianza y reconocimiento global; y, 3) como consecuencia de lo anterior, a un aumento de la producción y las ventas (a nivel internacional y doméstico). Todos los entrevistados coinciden en que en este proceso de protección, de control de la calidad y de construcción de una representación colectiva a partir de la implementación de indicaciones geográficas, uno de los desafíos más relevantes ha sido alcanzar la unidad y el consenso entre los productores, sus formas de producción, sus intereses y los distintos poderes involucrados en este tipo de procesos.

Estas últimas opiniones de expertos internacionales dejan ver que el desarrollo que experimenta el sector vitivinícola en México presenta ciertos paralelismos, por explorar con mayor profundidad en futuros trabajos, respecto a la evolución de otros países vitivinícolas. Particularmente en lo referente a la necesidad de 1) buscar alternativas o versiones que admitan una mayor flexibilidad, frente modelo europeo, en las formas de producción; 2) reflexionar sobre la lógica de exportación y reconocimiento externo del modelo convencional (*top down*) de los sistemas de protección y pensar en una lógica inversa que parta del reconocimiento interno (estrategias *bottom up*), especialmente en México, donde, a diferencia de otros países, se registra un aumento en el interés y consumo de vino a nivel nacional; y 3) realizar acciones y propuestas que permitan superar la falta de unidad y consenso entre los distintos actores del sector (con respecto a qué se busca y cómo llevarlo a cabo).

Avanzar en a estas problemáticas es fundamental para consolidar la calidad y el desarrollo del sector, y para alcanzar la representación y reconocimiento

nacional e internacional de las diferentes regiones vitivinícolas en México.

Consideraciones finales

En México no existe una base regulatoria estricta que limite el tipo de producción o la procedencia de las uvas empleadas en la elaboración de vino. Esta ausencia favorece una libertad de producción, deseada en parte entre la comunidad de productores, que, al mismo tiempo, limita que se compartan principios comunes de calidad. En ese contexto, la información analizada a través del caso de Sonora y México evidencia algunos de los aspectos que se articulan en torno a esta problemática. El primero, la falta de transparencia en la relación entre la calidad y el precio de los vinos mexicanos, lo cual deriva en un problema de confusión y desinformación para los consumidores. Lo anterior, con efectos importantes 1) en la expansión del consumo doméstico en un país donde está aumentando de manera significativa el interés por el vino; 2) en las preferencias de los consumidores (frente a la elección de vinos importados con mejor relación calidad-precio); y 3) en la reputación de los vinos mexicanos a nivel nacional e internacional.

En segundo lugar, y en relación con el punto anterior, se ha argumentado sobre el papel de la regulación y el apoyo del sector gubernamental, particularmente frente a la cuestión de los impuestos que se aplican a la producción y la necesidad de apoyos a la actividad vitivinícola.

En tercer lugar, con respecto a la posibilidad de establecer el modelo de sistemas de protección geográfica, el caso de México y su diversificación hacia nuevos estados como Sonora revela que la variabilidad de las distintas regiones y microrregiones dificulta la creación de un modelo de indicaciones geográficas convencional. Es decir, que la diversidad de países y regiones emergentes parece indicar que una construcción homogénea de la identidad vitivinícola, como la que se configura a través de las indicaciones y deno-

minaciones geográficas bajo el modelo europeo, no sería representativa de la diversa realidad de dichos espacios. Esta perspectiva permite señalar que la percepción general de que los países y regiones emergentes no tienen una identidad vitivinícola puede ser correcta en la medida en que, en efecto, no hay una identidad (singular y homogénea), sino un conjunto plural y diverso de identidades. Lo anterior se complejiza, además, al incluir en la reflexión las transformaciones que están enfrentando las regiones vitivinícolas a nivel global en respuesta a las adaptaciones al cambio climático. Por ello, el análisis y la información empírica aquí presentada, aunque todavía sea exploratoria, parece sugerir la necesidad de desarrollar en México un sistema propio que admita cierto grado de flexibilidad para la producción y que favorezca la integración entre productores y regiones. Entre las alternativas propuestas, se plantea la idea de trabajar en el desarrollo y valorización de las pequeñas regiones o microrregiones que componen el diverso panorama vitivinícola mexicano y la pluralidad de identidades vitivinícolas que componen el territorio.

Finalmente, este trabajo refleja algunos indicios que abren la puerta a considerar la posibilidad de innovar con nuevas propuestas alternativas frente al modelo hegemónico de las indicaciones geográficas protegidas, en las que se tengan en cuenta como punto de partida: 1) los problemas asociados al sistema de clasificación convencional, que es jerárquico y excluyente, y las limitaciones que se derivan de su reproducción a nivel global; 2) la importancia de trabajar en estrategias de representación colectiva con las cuales se pueda obtener reconocimiento externo sin desatender el mercado interno y local, especialmente en contextos como México donde el mercado doméstico nacional ofrece una importante oportunidad; 3) con relación al punto anterior, no perder de vista las posibilidades del contexto vitivinícola en América Latina para desarrollar modelos que no solo miren hacia el reconocimiento y las posibilidades del mercado en Europa y Estados Unidos, sino también hacia la oportu-

nidad de crear alianzas de colaboración y comercio entre las regiones vitivinícolas de Latinoamérica. Todo lo anterior, con el objetivo de avanzar, de manera general, en la caracterización y comprensión de la transformación de la producción vitivinícola actual, y, de manera particular, en el reconocimiento y el desarrollo de regiones y países vitivinícolas emergentes como México, los cuales pueden tener un papel fundamental en el futuro del sector a nivel global.

Conflictos de interés. La autora no tiene conflictos de interés en la escritura o publicación de este artículo.

Financiación. Esta investigación contó con el apoyo de las becas doctorales del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) de México, y, durante el periodo 2020-2021, con un apoyo adicional de la beca de investigación de la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV). Actualmente (periodo 2022-2024) la autora cuenta con una beca posdoctoral del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) de México.

Implicaciones éticas. Al tratarse de una revisión, el presente artículo no tiene implicaciones éticas.

Contribución. *María del Carmen Salas Quesada:* conceptualización, curaduría de datos, análisis formal, adquisición de recursos, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, *software*, supervisión, validación, visualización, escritura (borrador original), escritura (revisión del borrador y revisión/corrección).

Referencias

- Alonso, P., & Parga, E. (2019). La vuelta al terroir: el despertar de la cultura del vino en España. *Rivar*, 17(6), 62-89.
- Amo, J. (2018). *El mercado del vino en México*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México. <https://www.ivace.es/Internacional/Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/M%C3%A9xico/Mexicovinoicex2018.pdf>
- Anderson, K., & Pinilla, V. (2018). *Wine globalization. A new comparative history*. Cambridge University Press.

- Appadurai, A. (1991). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Grijalbo.
- Banks, G., & Overton, J. (2010). Old world, new world, third world? Reconceptualizing the worlds of wine. *Journal of Wine Research*, 21(1), 7-75.
- Barker, J. (2004). *Different worlds: law and the changing geographies of wine in France and New Zealand*. [Tesis doctoral]. University of Auckland, New Zealand.
- Bowen, S. (2010). Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development. *Rural Sociology*, 75(2), 209-243.
- Cappeliez, S. (2017). How well does terroir travel? Illuminating cultural translation using a comparative wine case study. *Poetics*, 65, 24-36.
- Carter, E. (2018). For what it's worth: The political construction of quality in French and Italian wine markets. *Socio-Economic Review*, 16(3), 479-498.
- Casa Madero (2024). *Historia y legado*. <https://madero.com/nuestra-historia/>
- Castells, M (1999). *La era de la información. El poder de la identidad*. (Vol. 2). Siglo XXI Editores.
- Colman, T. (2008). *Wine Politics. How governments, environmentalists, mobsters, and critics influence the wines we drink*. University of California Press.
- Consejo Mexicano Vitivinícola (CMV) (2021, septiembre 7). *Un país, 14 estados vitivinícolas*. https://www.facebook.com/ConsejoMexicanoVitivinicola/photos/a.1930166607270294/3085767988376811/?type=3&locale=ms_MY&paipv=0&eav=AfywXjm-7Nkjzxh_D_CQAQXuthRwQum48bPu_RBskonHBALvIsev8W4RkEf0X9-FbPiY&rdr
- Consejo Mexicano Vitivinícola (CMV) (2024). *Datos de la industria*. <https://uvayvino.org.mx/html/datos-industria.php#:~:text=El%20vino%20mexicano%20pasa%20por,casi%20un%20litro%20per%20c%C3%A1pita>
- Contreras, H. J., & Gracia, A. M. (2005). *Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas*. Ariel.
- Corona, S. (2002). *La vitivinicultura en el pueblo de Santa María de las Parras. Producción de vinos, vinagres y aguardientes (siglos XVII y XVIII)* [Tesis doctoral]. Universidad Iberoamericana, México.
- Corona, S. (2011). Turismo del vino en la DO "Valle de Parras", Coahuila, México. En X. Medina, D. Serrano, & J. Tresserras (eds.), *Turismo del vino. Análisis de casos internacionales* (pp. 159-171). Editorial UOC.
- Cruz, O. (2004). El vino y el derecho: la regulación jurídica de la producción, comercio y consumo de vino en México (1529-1888). *Anuario Mexicano de Historia del Derecho*, 16, 169-186.
- Cuatro Sierras (2021, 6 de abril). *Seis cosas que no sabías del viñedo Cuatro Sierras*. <https://www.facebook.com/cuatrosierrasmx/photos/pb.100063186553154.-2207520000/803797110522598/?type=3>
- Charters, S., & Spielmann, N. (2014). Characteristics of strong territorial brands: the case of champagne. *Journal of Business Research*, 67, 1461-1467.
- De Jesús, D., & Thomé, H. (2019). Wine tourism and wine routes in Mexico. State of knowledge and case studies. *Rivar*, 6(17), 27-44.
- Demossier, M. (2011). Beyond terroir: territorial construction, hegemonic discourses, and French wine culture. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 17(4), 685-705.
- Demossier, M. (2013). Following grands crus: Global markets, transnational histories and wine. In R. Black & R. C. Ulin (eds.), *Wine and Culture: Vineyard to Glass* (pp. 183-200). Bloomsbury.
- Demossier, M. (2018). *Burgundy: The global story of terroir*. Berghahn Books.
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Opera*, 7, 35-54.
- Fourcade, M. (2012). The Vile and the Noble: On the Relation between Natural and Social Classifications in the French Wine World. *Sociological Quarterly*, 53(4), 524-545.
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9(18), 9-28.
- Gupta, A., & Ferguson, J. (1992). Beyond Culture: Space, Identity, and the Politics of Difference. *Cultural Anthropology*, 7(1), 6-23.
- Gutiérrez, E. (2018, noviembre 29). México tendrá una Marca colectiva de vino. *Milenio*. <https://www.milenio.com/estilo/gastronomia/mexico-tendra-una-marca-colectiva-de-vino>
- Harvey, D. (2002). The art of rent: Globalization, monopoly and the commodification of culture. *Socialist Register*, 38, 93-110.
- Inglis, D., & Almila, A. (2020). *The globalization of wine*. Bloombury Academic.
- Ingold, T. (1993). The temporality of the landscape. *World Archaeology*, 25(2), 152-174.
- Institute National de l'Origine et de la Qualité (INAO) (2024a). *Guía para los solicitantes de una DOC/DOP de vino*.

- <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protégée-controlée-AOP-AOC>
- Institute National de l'Origine et de la Qualité (INAO) (2024b). *Organizaciones de defensa y gestión ODG*. <https://www.inao.gouv.fr/Espace-professionnel-et-outils/Les-organismes-de-defense-et-de-gestion-ODG>
- Jacquet, O. (2022). The Triumph of the Holy Trinity. In S. Charters, M. Demossier, J. Dutton, G. Harding, J. Smith, D. Marks, & T. Unwin (eds.), *The Routledge Handbook of Wine and Culture* (pp. 342-352). Routledge.
- Jung, Y. (2014). Tasting and judging the unknown terroir of the Bulgarian wine: The political economy of sensory experience. *Food and Foodways*, 22, 24-47.
- Jung, Y. (2016). Re-creating economic and cultural values in Bulgaria's wine industry: From an economy of quantity to an economy of quality? *Economic Anthropology*, 3, 280-292.
- Larsimont, R., & Facundo, M. (2023). Conflictos y procesos de territorialización corporativa en regiones vitivinícolas. El caso de la indicación geográfica Altamira en Mendoza, Argentina. En I. Gusman, Y. Pérez, D. Cidrás, J. Vila, & R. Lois (coord.), *América Latina ante los (nuevos) retos de la justicia social y ambiental* (pp. 237-254). Asociación Española de Geografía. doi: 10.21138/al/2023.15.
- Le Fur, Y. (2018, février 1). Espaces sensoriels et communautés professionnelles. *Territoires du Vin*, 8. <http://preo.u-bourgogne.fr/territoiresduvin/index.php?id=1366>
- Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (2021, noviembre 12). Última reforma publicada en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF 12-11-2021). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIEPS.pdf>
- Martínez, G., Armenta, A., Miranda, J., Verdugo, W., Moreno, C., Susarrey, J., & Peralta, R. (2010). Ciclo biológico y comportamiento agronómico de la vid en Cananea, Son., Con base en el análisis del clima. En *Seminario de Vitivinicultura 2010* (pp. 32-46). [Memoria técnica n° 129]. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias; Centro de Investigación Regional del Noroeste; Campo Experimental Costa Hermosillo. <https://docplayer.es/65273951-Seminario-de-viticultura-%202010.html>
- Moran, W. (1993). The Wine Appellation as Territory in France and California. *Annals of the Association of American Geographers*, 83(4), 694-717.
- Myles, C. (2023, December 12). Court Of Master Sommeliers Dispenses With Old/New World Designations. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/colleencmyles/2023/12/12/court-of-master-sommeliers-dispenses-with-oldnew-world-designations/?sh=185d3c5b3f24>
- Neuman, N., & Leer, J. (2018, July 19). Nordic Cuisine but National identities. New Nordic Cuisine and the gastronationalist projects of Denmark and Sweden. *Anthropology of Food*, 13. <https://journals.openedition.org/aof/8723>
- Paxson, H. (2010). Locating value in artisan cheese: Reverse engineering terroir for new-world landscapes. *American Anthropologist*, 112(3), 444-457.
- Paxson, H. (2016). Re-inventing a tradition of invention: Entrepreneurialism as heritage American artisan cheesemaking. In R. Brulotte & M. Di Giovine (eds.), *Edible identities: Food as cultural heritage* (pp. 29-38). Ashgate.
- Prats, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Ariel.
- Reyes, C. (2022). *El mercado del vino en México*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México. <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/077/documentos/2022/06/documentos-anexos/DOC2022911658.pdf>
- Salas, M. (2021). *Cananea (Sonora) and Sonoita-Elgin (Arizona) como nuevas geografías vitivinícolas. Globalización, territorio y valor*. [Tesis doctoral]. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, Hermosillo, Sonora, México.
- Salas, M., & Sandoval, S. (2021). New Wine Geographies on the United States-Mexico Border. A Study About the Sense of Place. *Frontera Norte*, 33(18), 1-23.
- Salido, P., Wong, P., Salas, M., Bañuelos, N., López, M., & Romo, E. (2021). La región del Río Sonora: territorio emergente para el desarrollo de la industria vitivinícola en México. En *La industria vitivinícola mexicana en el siglo XXI: desafíos económicos, sociales y ambientales* (197-225). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Recursos Hidráulicos, Pesca y Acuicultura (Sagarpa). (2018, agosto 21). *¿Sabías qué? Sonora es líder en la producción nacional de uva*.

- México, Gobierno de Sonora. <http://oiapes.sagarhpa.sonora.gob.mx/notas/econo/uva.pdf>
- Secretaría de Servicios Parlamentarios (2021, diciembre 15). *Proyecto de decreto que adiciona el artículo 57 de la Ley de Instituciones de Crédito*. [Consultado el 14 de abril de 2024]. https://sitl.diputados.gob.mx/LXV_leg/iniciativaslxv.php?comt=29&tipo_turnot=1&edot=P
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) (2024). *Anuario Estadístico de la Producción Agrícola*. [Consultado el 12 de abril]. <https://nube.siap.gob.mx/cierreaagricola/>
- Susarrey, J., & Moreno, C. (2010). Estudio climatológico de la región de Cananea para una plantación experimental de uva para vino. En *Seminario de Vitivinicultura 2010* (pp. 47-53). [Memoria técnica n° 129]. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias; Centro de Investigación Regional del Noroeste; Campo Experimental Costa Hermosillo. <https://docplayer.es/65273951-Seminario-de-viticultura-2010.html>
- Teil, G. (2012). No such thing as terroir? Objectivities and the regimes of existence of objects. *Science Technology and Human Values*, 37(5), 478-505.
- Trubek, A., & Bowen, S. (2008). Creating the taste of place in the United States: can we learn from the French? *GeoJournal*, 73, 23-30.
- Valencia, J. M. (2015). El primer vino de Cananea se conocerá en el 2016. *Sonora Es*, 12(135), 22-23. <https://issuu.com/sonoraes/docs/se135>
- Zhao, W. (2005). Understanding classifications: Empirical evidence from the American and French wine industries. *Poetics*, 33, 179-200.