

## Vitivinicultura en las Américas

Si bien la producción de uva, su transformación en vino y su consumo son prácticas con orígenes lejanos en el tiempo y con una difusión espacial concentrada en regiones mediterráneas y euroasiáticas hasta hace pocos siglos (Ayuda et al., 2020), en las últimas décadas la vitivinicultura es una actividad que ha entrado en los circuitos globales de consumo y las regiones productoras se están expandiendo en otros continentes (Lacoste, 2004; Cholette et al., 2005; Martin, 2009; Anderson & Nelgen, 2011; Banks, 2013; Johnson & Robinson, 2019). Es así que han surgido nuevos lugares, paisajes y territorios que hace un siglo no eran característicamente vitivinícolas y menos aún eran reconocidos como territorios donde se imaginaba producir vinos de calidad. Sin embargo, la calidad del vino no deriva de un rango monolítico o fijo, sino que es producto de dinámicas relaciones sociales, de particulares formas de producción del espacio, de cambios culturales (Fitzgerald & Petrick, 2008; Rainer, 2021) y de la conformación de consensos sobre ciertas características que son construidas entre productores, promotores y consumidores de una manera no lineal. Por ejemplo, lugares que tuvieron un auge vitivinícola y son característicos desde hace siglos, como el Valle de Codpa al norte de Chile, tienen graves problemas para continuar produciendo vino (Gutiérrez-Gamboa et al., 2023), mientras que otros como los vinos sudafricanos, neozelandeses o chilenos han conseguido posicionarse en las últimas décadas en el mercado mundial de los vinos de “calidad” (Cusmano et al., 2010).

Un vistazo al mundo vitivinícola actual revela una distinción clara entre los países productores y consumidores tradicionales y los nuevos países productores. Hoy los nuevos países productores ganan protagonismo, habiéndose incorporado al mercado mundial en un período relativamente corto y desafiando el liderazgo histórico de los productores y consumidores tradicionales. Sin embargo, ambos grupos han aprovechado los aprendizajes, éxitos y fracasos de cada uno, lo que ha permitido un cambio constante en la industria vitivinícola de los últimos 50 años (Campbell & Guibert, 2007). Como han señalado Anderson (2004), Anderson y Negel (2011), Medina-Albaladejo et al. (2014) y Anderson et al. (2017), países con poca tradición vitivinícola como Estados Unidos, Chile, Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica se han unido al



Editor

**Wladimir Mejía Ayala**

*Doctor en Geografía por la Université d'Angers, Francia.*

*Estudios de Posgrado en Geografía, Convenio UPTC-IGAC, Colombia.*



Editora invitada

**Eunice Nodari**

*Doutorado em Education por la Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil - Sou doutora em História*

*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*



Editora invitada

**Gabriella M. Petrick**

*Ph.D. in History of Food Processing, History, Technology de la University of Delaware University of Stavanger, Noruega*

mercado mundial de vinos de calidad. Estos “nuevos productores” —junto con otros países— han impulsado un aumento significativo en las exportaciones de vino, configurando así un mercado mucho más dinámico y complejo en las últimas décadas. Este fenómeno ha sido posible gracias a diversos factores, incluyendo la inversión en tecnología, la adopción de técnicas avanzadas de viticultura y enología y la implementación de estrategias de *marketing* innovadoras. Como resultado, los productores tradicionales de vino, conocidos como del “Viejo Mundo”, se han visto obligados a buscar nuevos mercados emergentes para mantener su competitividad (Campbell & Guibert, 2007).

Por otro lado, esta mayor oferta se dio en un contexto de caída del consumo global de vino, particularmente en países tradicionalmente consumidores de Europa como Francia, España e Italia. Esta disminución en el consumo ha sido atribuida a cambios en los hábitos de consumo, mayor competencia de otras bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y preocupaciones de salud que han llevado a una reducción en la ingesta de alcohol. Sin embargo, y a pesar de esta tendencia decreciente del consumo de vino, nuevos consumidores —y por lo tanto nuevos mercados— se han sumado a los tradicionales. Así, países como Estados Unidos, Australia, Inglaterra y recientemente China han comenzado a consumir vino y esto ha ampliado las posibilidades para todos los productores.

Estos nuevos mercados han implicado fuertes desafíos para los productores que se han tenido que adaptar a los diferentes paladares y las preferencias de los consumidores, las normas reguladoras y las condiciones económicas de los mercados. Este proceso de internacionalización ha sido crucial para el crecimiento de los productores y les ha permitido diversificar los productos, multiplicar la oferta y así reducir su dependencia de los mercados locales. Sin lugar a dudas, la expansión hacia nuevos mercados ha ampliado el intercambio comercial e incrementando la complejidad del mercado vitivinícola en comparación con el pasado. Este mercado más complejo y globalizado ha traído consigo desafíos y oportunidades en diferentes espacios. Los productores deben ahora lidiar con una mayor competencia, la fluctuación de los precios internacionales y la necesidad de encontrar algunas características de “calidad” que los diferencien del resto y que los hagan atractivos a los consumidores (Rainer, 2021) cada vez más exigentes. Al mismo tiempo, esta globalización ha fomentado la innovación, la colaboración internacional y el intercambio de conocimientos y técnicas, lo cual ha beneficiado a la industria vitivinícola en su conjunto.

En este marco, algunos trabajos recientes han analizado las diferentes estrategias que desarrollaron los bodegueros del Viejo Mundo con relación a los del Nuevo Mundo o los del hemisferio sur (Anderson & Nelgen, 2011; Martínez Carrión & Medina-Albaladejo, 2013; Medina-Albaladejo et al., 2014). Según estos autores, los bodegueros de los “nuevos países” fueron mucho más dinámicos y tuvieron un perfil más orientado a la exportación que los europeos. En este sentido, Europa es la región más afectada



Editor invitado  
**Juan Manuel Cerdá**

*Doctor en Ciencias Sociales y Humanas por la Universidad Nacional de Quilmes, Argentina*

*Director del Centro de Estudios de la Argentina Rural (CEAR), Universidad Nacional de Quilmes, Argentina*



Editor invitado  
**Facundo Rojas**

*Doctor en Geografía por la Universidad Nacional de Cuyo, Argentina Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (IANIGLA-CONICET), Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras (UNCUYO).*

por la actual coyuntura, que se potencia con la crisis económica internacional que afectó la producción y el consumo. Similar impacto hubo en la superficie de viñedo, que retrocedió a partir de la temporada 2008-2009 debido a la implementación de las políticas de “reestructuración del viñedo comunitario” impulsadas por la Common Market Organization (CMO)<sup>1</sup>. Si bien no se ha podido comprobar el cumplimiento total de las políticas de reestructuración del sector, sí se ha constatado una reducción del área implantada en los principales países de la Unión Europea (UE) en el periodo 2007-2009. Por ejemplo, España redujo su superficie implantada en 56.000 ha, Francia, en 30.000 ha, Italia, en 26.000 ha, Portugal, en 4.000 ha, y Hungría, en 5.000 ha. En síntesis, según el registro de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), la superficie de vid del continente disminuyó 135.000 ha entre 2007 y 2009 (3%) (OIV, 2013).

Por el contrario, un análisis rápido de la dinámica de los *nuevos países productores* permite visualizar un escenario muy diferente, aunque algo más heterogéneo (Anderson et al., 2017). Dicha heterogeneidad se debe a factores internos y externos, como los diferentes puntos de partida, la inserción de su economía en los mercados mundiales o los desempeños particulares del sector en cada uno de estos países. Así, en cuanto a la evolución de las superficies implantadas en términos absolutos, se destacan los crecimientos de los denominados *nuevos países productores*, particularmente las trayectorias seguidas por Nueva Zelanda y Australia, pero también las de Chile, México o Brasil, que aumentaron de forma significativa sus superficies implantadas con vid en estas últimas dos décadas. De la misma forma, se observa un incremento del área implantada en el resto de países pertenecientes a este grupo (OIV, 2007; 2012). Sin embargo, a lo largo de estas dos últimas décadas la nota sobresaliente está dada por el rápido crecimiento de los llamados países emergentes. En especial, se destaca el mercado del vino en Asia, particularmente en China. Este país se ha consolidado en pocos años como un referente de la región asiática, así como un importante participante a nivel mundial, ubicándose como el quinto consumidor y el sexto productor de vinos del mundo en el año 2010 (OIV, 2007; 2012).

Sin lugar a dudas, la (re)aparición de las denominaciones de origen y las calificaciones realizadas por individuos expertos han cambiado el dinamismo de los mercados. Los consumidores, en general, no tienen acceso a todos los vinos y sus decisiones de compra están determinadas por la información que obtienen en un mercado saturado de marcas y productos diferentes. Un buen ejemplo de esto es el caso del denominado “Juicio de París”, el cual significó un reconocimiento y un posterior auge en términos comerciales del vino proveniente del continente americano (Gergaud et al., 2022). Durante la década de 1970, Steven Spurrier (un comerciante inglés y experto en vinos) tuvo una idea y la concretó junto a Patricia Gastaud-Gallagher (directora de la Academia del Vino francesa en aquellos años). Invitaron a algunos de los especialistas france-

1 En respuesta al desequilibrio entre la oferta y demanda que ha dejado a muchos productores con pérdidas en el mercado vinícola y para ayudar a prevenir el exceso de oferta de vino, la Unión Europea introdujo cambios en la CMO del vino. La reforma fue destinada a reducir la sobreproducción, las costosas medidas de intervención en el mercado y hacer que el vino de la UE fuera más competitivo en el mercado mundial. Como se señaló, los cambios incluyeron políticas para eliminar la superficie de viñedos, eliminar la retirada del producto, apoyar la demanda y revisar los reglamentos. La propuesta de eliminación de viñedos de producción fue de carácter voluntario y dio a los viticultores un incentivo financiero para erradicar sus viñas. La subvención está disponible para todos los productores de los países miembros de la UE que produjeran más de cinco millones de litros de vino (OIV, 2013).

ses más reputados a una cata a ciegas en la que se presentaron vinos de algunas de las mejores fincas y añadas de Burdeos y Borgoña junto con variedades cabernet sauvignon y chardonnay del valle californiano de Napa. La cata pretendía celebrar el Bicentenario de Estados Unidos y, presumiblemente, el continuado apoyo de Francia a la naciente nación, pero en realidad se sospecha que fue una maniobra para promocionar la empresa de vinos de Spurrier. Así pues, el 24 de mayo de 1976, un hermoso día de primavera en París, los nueve jueces se reunieron en una sala de banquetes del Hotel Intercontinental para catar los vinos elegidos. George Taber, periodista económico del *Time*, estaba allí para informar del evento (Taber, 2005).

La primera sorpresa del día llegó cuando se anunció el ganador y la posterior clasificación de los chardonnays. Los jueces eligieron el chardonnay 1973 Chateau Montelena Napa Valley elaborado por Miljeno “Mike” Grgich como el mejor de los chardonnays. Los chardonnays californianos también obtuvieron el tercer y cuarto puesto de los diez vinos catados. Asimismo, una segunda sorpresa, posiblemente mayor, se produjo cuando el 1973 Stag’s Leap Wine Cellars S.L.V. cabernet sauvignon, Napa Valley, de Warren Winiarski, se impuso a cuatro Grand Cru bordeleses. Los californianos arrasaron en la competición y demostraron que podían elaborar vinos capaces de satisfacer los paladares franceses más exigentes, ante la incredulidad de todos los presentes.

Las repercusiones de la cata, ahora famosa, no solo lanzaron la carrera de Spurrier como escritor de vinos, consultor y más tarde enólogo en Dorchester (Inglaterra), sino que también pusieron patas arriba la idea de que el chardonnay y el cabernet sauvignon producidos en Francia eran muy superiores a las variedades producidas en cualquier otro lugar del mundo. La difundida noticia de que California podía producir vinos mejores que las mejores cosechas de Burdeos o Borgoña fue en gran parte responsable del crecimiento de los vinos americanos en el mercado mundial del vino y afianzó las variedades cabernet sauvignon y chardonnay como uvas globales aptas para elaborar vinos de alta calidad en California y más allá.

El “Juicio de París” supuso un cambio en la percepción sobre dónde podían producirse vinos de calidad. Si bien es cierto que ya se producía vino en América mucho antes de 1976, no fue sino hasta la década de 1970 cuando California, Argentina, Chile y, más recientemente, Brasil pudieron considerarse zonas vitícolas productoras de vinos de calidad mundial por parte del mercado europeo. Utilizando el enfoque climático del vino del viticultor Alberts Winkler, de la Universidad de California Davis, los vinicultores podían ahora identificar lugares para cultivar uvas de calidad en todo el continente americano. En la década de 1990, el análisis de los microclimas<sup>2</sup> afina aún más las ideas sobre dónde plantar uvas de vinificación (Petrick, 2007).

Más allá de estos nuevos aspectos, la vitivinicultura se ha entendido en general como un motor de desarrollo en muchos territorios y espacios diferentes (Olguín, 2023), y como una actividad con un fuerte componente identitario. Sin embargo, este crecimiento ha tenido —y tiene—

2 Un microclima es una zona que presenta un patrón meteorológico diferente al del área circundante. Para ampliar, ver: Gabriella M. Petrick, “Sour Dispositions: Alcohol and Drinking in the Little Ice Age”, *Environment and History* (en prensa).

efectos ambientales importantes, ya que ha cambiado los usos del suelo y del agua —dando prioridad a la producción—, ha transformado los paisajes (Betancor et al., 2022) y también ha incorporado el uso de químicos con una idea de eficiencia capitalista sin tener en cuenta los procesos de largo plazo (Abraham & Prieto, 2000; Cerdá & Martín, 2020). En contraposición a esta línea, en los últimos años cada vez más productores están incorporando métodos agroecológicos, orgánicos, naturales o biodinámicos (Dutel, 1990; Unwin, 2001; Rousseau, 1992) que buscan mayor conciencia ambiental en la producción y consumo, en un contexto de crisis ambiental global (Mamani et al., 2024). Es que los viñedos también son ecosistemas y a menudo son monocultivos que se enfrentan con efectos del cambio climático.

La academia ha dado cuenta de este devenir de la vitivinicultura americana, e incluso en los últimos años se han ampliado los marcos de análisis y los abordajes metodológicos. Por ello, los estudios clásicos sobre vitivinicultura, que solían provenir de agrónomos, geógrafos o historiadores económicos (Richard-Jorba, 2008; Mateu & Stein, 2008; Medina-Albaladejo et al., 2014), comparten progresivamente el campo científico con otras interpretaciones que avanzan sobre imaginarios relativos al vino, sobre el patrimonio vinícola, el enoturismo (Cavazos-Arroyo et al., 2023; Larsimont & Gago García, 2023), la vinculación con categorías como *territorios hidrosociales* o *extractivismo* (Tolosa, 2023) o el oportuno auge de los estudios de género y el rol de la mujer en la vitivinicultura americana<sup>3</sup>.

Concretamente, los trabajos incluidos en este número especial investigan tanto la producción local de vinos como la naturaleza global de la industria. A grandes rasgos, los ensayos pueden agruparse en cuatro temas: el vino como historia social y cultural; el poder de “lo regional” en la constitución del vino; el enoturismo como desarrollo económico; y el consumo y la comercialización del vino. El ámbito geográfico, aunque centrado en Sudamérica, se extiende a Norteamérica, con el desarrollo de un distrito vinícola mexicano, y a Europa, con la inmigración alemana e italiana, la transformación de los paisajes vinícolas italiano y español, y el resurgimiento del vino en Polonia. Una gran variedad de disciplinas y campos (historia, geografía, turismo, negocios, desarrollo y diseño) se relacionan con fuentes aún más diversas. Esta variedad demuestra la amplitud que ha desarrollado el vino como tema. Paralelamente, se pone de relieve el desborde de la comprensión de la temática vitivinícola solo en el modelo convencional Viejo Mundo/Nuevo Mundo.

El legado de la colonización nunca está lejos de estos ensayos, como tampoco lo está el coste medioambiental y social de la producción de vino a gran escala, especialmente a medida que cambia el clima. Esta globalización y extracción de recursos locales para su consumo en un mercado global tiene implicaciones para las poblaciones indígenas y locales, y muchas de estas son negativas. Muchos habitantes de América del Norte y del Sur sufrirán por la falta de agua, mientras que regiones como Polonia pueden crear nuevas industrias, pero pueden sufrir por el

3 Algunos ejemplos muy puntuales y centrados en Chile y Argentina serían las publicaciones de Lacoste (2008), Vázquez (2014) y Miraglia et al. (2022). La literatura sobre estos temas es copiosa y se citan solo algunos trabajos a modo de ejemplo, sin ningún ánimo de exhaustividad y probablemente de forma algo arbitraria.

exceso de agua. El alcance global de la industria se pone de manifiesto en estos trabajos mediante el análisis del vino como símbolo de estatus, la plantación de vides europeas y el uso de técnicas vitivinícolas industriales en una amplia variedad de paisajes, así como el engullimiento de los recursos locales para alimentar la demanda global de vinos regionales, en particular de los vinos de alta calidad de conocidas zonas vinícolas de Chile y Argentina.

La fuerza de este número especial reside en que vincula incluso a pequeñas comunidades o regiones vinícolas poco conocidas con el capitalismo mundial a través del vino. Si bien es cierto que aún queda mucho trabajo por hacer (en particular sobre los actores globales que dominan gran parte de la industria del vino, el impacto medioambiental de la producción vinícola, la descolonización del vino y la literatura sobre el vino), al centrarse en gran medida en Sudamérica y más allá de los límites tradicionales de la producción vinícola europea, este volumen abre nuevas líneas de investigación, proporciona inspiración para nuevas investigaciones y lleva la investigación más allá de las dicotomías explicativas clásicas.

## Referencias

- Abraham, E. M., & Prieto, M. (2000). Viticulture and desertification in Mendoza, Argentine. *E. Schweizerbart Science; Zentralblatt für Geologie und Paläontologie*, 7/8(2), 1063-1078. <http://hdl.handle.net/11336/152259>
- Anderson, K. (2004). *The World's Wine Markets. Globalization at work*. Edward Elgar.
- Anderson, K., & Nelgen, S. (2011). *Global wine markets, 1961 to 2009: A statistical compendium*. University of Adelaide Press.
- Anderson, K., Nelgen, S., & Pinilla, V. (2017). *Global wine markets, 1860 to 2016: a statistical compendium*. University of Adelaide Press. <https://doi.org/10.20851/global-wine-markets>
- Ayuda, M. I., Ferrer-Pérez, H., & Pinilla, V. (2020). Explaining World Wine Exports in the First Wave of Globalization, 1848-1938. *Journal of Wine Economics*, 15(3), 263-283.
- Banks, G. (2013). Between Old Worlds and the New? Transcending place and space in the contemporary Geography of Wine. *EchoGéo*, 23. <https://doi.org/10.4000/echogeo.13380>
- Betancor, A., Cerdá, J. M., & De León, N. V. (2022). Establecimiento La Cruz: el proyecto modernizador de la Asociación Rural del Uruguay. En A. Beretta Curi (Dir.) & G. Vicci (coord.), *Historia de la viña y el vino de Uruguay. Tomo 4. El viñedo y el vino, una perspectiva desde la imagen (1870-1930)* (pp. 71-93). Universidad de la República.
- Campbell, G., & Guibert, N. (2007). Old World Strategies against New World Competition in a Globalising Wine Industry. *British Food Journal*, 109(4), 233-242.
- Cavazos-Arroyo, J., Beyliss-Cortez, L., & Meraz, L. (2023). Antecedentes y efectos del valor percibido: enoturismo en Valle de Guadalupe, México. *Rivar*, 10(30), 191-212.
- Cerdá, J. M., & Martín, F. (2020). Domesticación del paisaje vitivinícola en el Valle de Uco, Mendoza. 1980 al presente. En A. M. França & M. Miraglia (coord.), *Paisaje y patrimonio: impresiones de la historia en el ambiente natural* (cap. 2). TeseoPress. <https://www.teseopress.com/historiaambientalargentina-brasil2/chapter/domesticacion-del-paisaje-vitivinicola-en-el-valle-de-uco/>

- Cholette, S., Castaldi, R., & Fredrick, A. (2005, January). The globalization of the wine industry: implications for old and new world producers. In *International Business and Economy Conference Proceedings* (vol. 23).
- Cusmano, L., Morrison, A., & Rabelotti, R. (2010). Catching Up Trajectories in the Wine Sector: A Comparative Study of Chile, Italy, and South Africa. *World Development*, 38(11), 1588-1602.
- Dutel, G. H. (1990). The viticultural and oenological aspects of organic wine production. *Journal of Wine Research*, 1(3), 225-230.
- Fitzgerald, G. J., & Petrick, G. M. (2008). In good taste: Rethinking American history with our palates. *The Journal of American History*, 95(2), 392-404.
- Gergaud, O., Ginsburgh, V., & Moreno-Terreno, J. D. (2022). Tracking the wines of the Judgment of Paris over time: The case of Stag's Leap Wine Cellars' Cabernet Sauvignon. *Journal of Wine Economics*, 17(2), 159-166.
- Gutiérrez-Gamboa, G., Contreras Cortez, V., Jara, S., Verdugo-Vásquez, N., & Pszczółkowski, P. (2023). Viticultura andina: caracterización edafoclimática de viñedos establecidos en el Valle de Codpa. *Rivar*, 10(28), 26-40.
- Johnson, H., & Robinson, J. (2019). *The World Atlas of Wine*. Mitchell Beazley.
- Lacoste, P. (2004) La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX). *Universum (Talca)*, 19(2), 62-93.
- Lacoste, P. (2008). *La mujer y el vino. Emociones, vida privada y movilidad social entre el Reino de Chile y el Virreinato de la Plata*. Caviar Blue.
- Larsimont, R., & Gago García, C. (2023). Diseño paisajístico y arquitectónico. Marcas de distinción y enoturismo experiencial en el Valle de Uco (Argentina) y en la Rioja alavesa (España). *Geografía: cambios, retos y adaptación. XVIII Congreso de la Asociación Española de Geografía* (pp. 1501-1511). Asociación Española de Geografía (AGE), Universidad de la Rioja.
- Mamani, C., Grilli, D., & Rojas, F. (2024). Ambientalización y dispositivos de distinción en los vinos no convencionales en Argentina, durante fines del siglo XX y principios del XXI. En E. Nodari, S. Moretto, & F. Rojas, *Historia ambiental de la vitivinicultura americana. Cinco siglos de territorios y naturaleza en torno al vino*. Editorial de la Universidad Federal de Santa Catarina. [En prensa].
- Martin, J. E. (2009). *The Globalization of Wine: How the World Became One Giant Vineyard*. Palgrave Macmillan.
- Mateu, A. M., & Stein, S. (2008). *El vino y sus revoluciones. Una antología sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina*. Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.
- Martínez Carrión, J. M., & Medina-Albaladejo, F. J. (2013). La competitividad internacional de la industria vinícola española durante la globalización del vino. *Revista de Historia Industrial*, 52, 139-174.
- Medina-Albaladejo, F. J., Martínez Carrión, J. M., & Ramon-Muñoz, J. (2014). El mercado mundial de vino y la competitividad de los países del hemisferio sur, 1961-2010. *América Latina en la Historia Económica*, 21(2), 40-83.
- Miraglia, M., Cerdá, J. M., Falconer, M., Nodari, E. S., & Rojas, J. F. (2022). El territorio y la transformación vitivinicultura de Mendoza (Argentina) desde la mirada de las mujeres. *Fronteiras: Revista Catarinense de História*, 39, 10-29.
- Olgún, P. (2023). Introducción: Transformaciones de la vitivinicultura argentina en perspectiva regional en los últimos sesenta años. *Anuario del Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo*, 20(15), 15-24.

- Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV). Estadísticas en línea. <https://www.oiv.int/es/que-hacemos/datos>
- Petrick, G. M. (2007). *The arbiters of taste: Producers, consumers and the industrialization of taste in America, 1900-1960*. [Tesis doctoral]. University of Delaware.
- Rainer, G. (2021). Geographies of qualification in the global fine wine market. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(1), 95-112. <https://doi.org/10.1177/0308518X20934816>
- Richard-Jorba, R. (2008). Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005. *Estudios Sociales (Hermosillo, Sonora)*, 16(31), 81-123.
- Rousseau, J. (1992). Wines from organic farming. *Journal of Wine Research*, 3(2), 105-210.
- Taber, G. M. (2005). *Judgement of Paris: California vs. France and the historic 1976 tasting that revolutionized wine*. Simon and Schuster.
- Tolosa, S. (2023). Un extractivismo cool. *Punto Sur*, 9, 220-240.
- Unwin, T. (2001). El vino y la viña. Geografía histórica de la viticultura y el comercio del vino. Tusquets.
- Vásquez, M. G. (2014). Mujeres y vitivinicultura en Mendoza (Argentina) a principios del siglo XX. El caso de Annie Jane Fraser de Innes. *Rivar*, 3, 126-143.