

**¿UNA CALIDAD SOSTENIBLE?
LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN
EN LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD**

DISSERTATION
of the University of St.Gallen,
School of Management,
Economics, Law, Social Sciences,
International Affairs and Computer Science

to obtain the title of

Doctor of Philosophy
in Organizational Studies and Cultural Theory

Submitted by

Ana M. Esquinas Rychen
from
Spain and Wilderswil (Bern)

Approved on the application of

Prof. Dr. Yvette Sánchez
and
Prof. Dr. José Luis Sánchez Hernández

Dissertation no. 5274

Difo-Druck GmbH, Untersiemaun 2023

The University of St.Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences, International Affairs and Computer Science, hereby consents to the printing of the present dissertation, without hereby expressing any opinion on the views herein expressed.

St.Gallen, October 18, 2022

The President:

Prof. Dr. Bernhard Ehrenzeller

Resumen

La sostenibilidad se ha convertido en una meta para todos los sistemas que cumplen una función social. Dentro de los sistemas agroalimentarios, el mundo del vino también experimenta esta presión. España es uno de los países más relevantes dentro del sector vitivinícola y ha sufrido una profunda transformación orientándose hacia un sistema de calidad basado en las denominaciones de origen. Tomando como caso de estudio las Denominaciones de Origen Protegidas de Ribera del Duero y Rueda, cuya gran reputación actual se basa en la estrategia de diferenciación por la calidad de sus vinos, ligada al origen y la tradición, investigo la potencial transición hacia la sostenibilidad de la denominación de origen como sistema sociotécnico, combinando los marcos teóricos de la perspectiva multinivel (Estudios de Transición) y la Teoría de las Convenciones. Mediante el análisis del discurso de diferentes grupos de actores asociados a la DO, argumento la existencia de un cambio en curso que sigue una trayectoria lenta de *transformación*. Sostengo que está relacionado con la debilidad de la demanda, orientada a la calidad, pero que aún no solicita claramente el atributo de sostenibilidad dentro de sus exigencias, lo que desincentiva la implementación de iniciativas ante el riesgo de desalinearse la oferta con las exigencias de los consumidores. Las innovaciones de nicho, como la producción de vino natural, aún no están suficientemente desarrolladas. Se hallan bloqueos para la transición en el nivel del funcionamiento de la Denominación de Origen, cuyo papel en materia de sostenibilidad podría ser mucho más relevante.

Palabras clave: calidad, convenciones, Denominación de Origen, multinivel, sistema sociotécnico, sostenibilidad, transición

Abstract

Sustainability has become a goal for all systems that fulfil a social function. Within agri-food systems, wine is also experiencing a pressure towards more sustainability. Spain is one of the most relevant countries in the wine sector and has undergone a profound transformation towards a quality system based on designations of origin (DO). Taking as a case study the Protected Designations of Origin of Ribera del Duero and Rueda, I analyse the potential sustainability transition of the designation of origin, understanding the latter as a socio-technical system. The recognition of these two wine regions is based on a differentiation of their production based on quality and linked to origin and tradition. Combining the theoretical frameworks of the multilevel perspective (Transition Studies) and the Theory of Conventions I develop an innovative framework to analyse the sustainability transition of these two wine regions. Analysing the discourse of different groups of actors associated with the DO, I argue that the change towards sustainability is ongoing, but following a slow trajectory of *transformation*. I argue that this slow transformation is related to a lack of demand, which is quality-oriented, but still does not request the attribute of sustainability very strongly. This fact discourages the implementation of initiatives at the risk of dis-aligning supply with consumer demands. Niche innovations such as natural wine production are not yet sufficiently developed. Blockages to transition are found at the level of the Designation of Origin, which could play a larger role in sustainability.

Key words: Quality, conventions, protected Designation of Origin, multilevel perspective, sociotechnical system, sustainability, transition

Zusammenfassung

Nachhaltigkeit ist zu einem Ziel für alle Systeme geworden, die eine soziale Funktion erfüllen. Innerhalb der Agrar- und Ernährungssysteme ist auch die Welt des Weins zunehmend einem Druck zu mehr Nachhaltigkeit ausgesetzt. Spanien ist eines der wichtigsten Länder im Weinsektor und hat einen tiefgreifenden Wandel hin zu einem Qualitätssystem auf der Grundlage von geschützten Ursprungsbezeichnung (DO) vollzogen. Am Beispiel der DO Ribera del Duero und Rueda untersuche ich den potenziellen Übergang dieser beiden Ursprungsbezeichnungen zur Nachhaltigkeit, wobei ich diese als soziotechnische Systeme verstehe. Die Reputation dieser DO basiert auf einer strategischen Differenzierung bezüglich Qualität in Verbindung mit Herkunft und Tradition. Zur Untersuchung ihrer Transition zur Nachhaltigkeit entwickle ich einen innovativen theoretischen Rahmen, indem ich die Multi-Level Perspektive (Transition Studies) und die Theorie der Konventionen kombiniere. Anhand einer Diskursanalyse verschiedener Gruppen von Akteuren, die mit der DO in Verbindung stehen, argumentiere ich, dass es einen kontinuierlichen Wandel gibt, der einem langsamen *Transformationspfad* folgt. Ich zeige, dass dieser zögerliche Wandel mit einer geringen Nachfrage zusammenhängt. Die Nachfrage nach Wein ist zwar qualitätsorientiert, fordert aber immer noch nicht eindeutig das Attribut der Nachhaltigkeit. Diese mangelnde Nachfrage entmutigt die Umsetzung nachhaltiger Initiativen auf die Gefahr hin, dass das Angebot nicht mit den Konsumentenwünschen übereinstimmt. Nischeninnovationen wie Naturweine sind noch nicht ausreichend entwickelt. Hindernisse für den Übergang sind auf der Ebene der DO zu finden, deren Rolle bei der Nachhaltigkeit viel wichtiger sein könnte.

Schlüsselbegriffe: Qualität, Konventionen, geschützte Ursprungsbezeichnung,
Mehrebenenperspektive, soziotechnisches System, Nachhaltigkeit, Transition

Agradecimientos

Durante estos cinco años, tan largos y a la vez tan breves, las deudas de gratitud contraídas exceden con creces el espacio que puedo destinar aquí para hacerles justicia.

En primer lugar, agradezco sinceramente a mis directores de tesis, los profesores Yvette Sánchez y José Luis Sánchez, su decidido apoyo durante todo este proceso. Su confianza en mi capacidad y autonomía para llevar la tesis a buen fin, a pesar de las muchas vicisitudes —y no solo pandémicas—, me ha permitido continuar con motivación hasta el final.

A Yvette, especialmente, mis más expresivas gracias por darme la oportunidad de hacer mi propia “transición” cuando más lo necesitaba. Esta tesis es solo uno de los felices resultados de esa decisión.

Me gustaría hacer llegar también mi profundo agradecimiento a todas aquellas personas que, en el transcurso de esta investigación, no solo aceptaron ser entrevistadas, visitadas, y fatigadas a preguntas por una perfecta desconocida para saciar su curiosidad por el vino y sus intrínquilis, sino que, además, me facilitaron nuevos contactos a los que seguir interrogando e incluso me regalaron muestras de su trabajo en forma de estupendas botellas de vino. Concederme su tiempo es un testimonio más de su entusiasmo por la labor que a diario realizan, en el campo, en la bodega, en las ferias, en las aulas, en los laboratorios y en todos aquellos lugares donde muestran, con excelentes resultados, el producto de su trabajo y dedicación, y sus esfuerzos por hacerlo sostenible, en toda la polisemia del término.

A mis hijos queridos les agradezco haber soportado pacientemente mis galimatías académicos y mis no siempre propicios estados de ánimo, haciéndose mayores por el camino y convirtiéndose en unas personas maravillosas.

A mi extraordinaria hermana, mi otro yo, le doy las gracias por su humor, amor, solidaridad y apoyo inquebrantables en todas las situaciones vitales por las que hemos pasado en este tiempo.

A mi familia de Cataluña, le agradezco recordarme siempre lo que significan los lazos del cariño aun en la distancia.

A mis amigas y amigos, en especial a Rosa, Meme y César, les estoy agradecida por su fe en mí y su paciencia ante el escaso tiempo que he podido dedicarles durante este periodo.

Y, por último, mi gratitud eterna a mi increíble hermanita Annatina, menor en edad, pero mayor en sabiduría, en quien he encontrado a mi *Seelenverwandte*. No solo me ha apoyado sin descanso, sino que ha escuchado mis quejas, me ha sostenido cuando perdía pie y me ha guiado con paciencia por la dura y solitaria senda de la escritura académica, con la luz de sus consejos, la brillantez de su pensamiento crítico y el humor de sus observaciones.

A todos los demás, aquellos a quienes no he podido mencionar aquí pero que me han acompañado de cerca y de lejos en este periplo, los llevo igualmente en mi corazón agradecido.

St. Gallen, a 31 de julio de 2022

Ana María Esquinas Rychen

Dedicatoria

A mis hijos, Marcos y Guillermo, la luz de mi vida

A mis padres, por habérmela dado, así como la alegría de vivir

Tabla de contenidos

	Página
Resumen.....	iii
Abstract	iv
Zusammenfassung.....	v
Agradecimientos	vii
Dedicatoria	ix
Tabla de contenidos	x
Lista de figuras.....	xiv
Lista de tablas	xvi
Lista de abreviaturas	xvii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.2.1. Temática.....	3
1.2.2. Espacio.....	4
1.2.3. Momento temporal.....	5
1.3. Objeto de estudio	6
1.4. Pregunta de investigación	7
1.5. Objetivos generales.....	7
1.6. Objetivos específicos	8
1.7. Marco teórico	8
1.8. Metodología	9
1.9. Justificación y relevancia del estudio	9
1.10. Definiciones y aclaraciones	10
1.10.1 Concepto de sostenibilidad	10
1.10.2. Concepto de calidad.....	13
1.10.3. Criterios lingüísticos y formales	14
1.11. Estructura del contenido	14
CAPÍTULO 2. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1. Antecedentes históricos del vino	18

2.1.1. Antigüedad y Edad Media	18
2.1.2. Expansión y colonialismo europeos.....	20
2.1.3. Edad Moderna y Contemporánea.....	21
2.1.4. Siglo XX: El Viejo y el Nuevo Mundo.....	23
2.1.5. El modelo del Viejo Mundo: la protección del origen.....	28
2.2. Panorama actual del sector vitivinícola a nivel global.....	36
2.2.1. Superficie de viñedo	36
2.2.2. Producción	38
2.2.3. Regiones de concentración de la producción.....	39
2.2.4. Comercio internacional.....	40
2.2.5. Consumo	43
2.3. Instanciación de la sostenibilidad en el mundo del vino.....	47
2.3.1. Métodos de producción.....	47
2.3.2. Métodos de gestión	55
2.3.3. Programas	56
CAPÍTULO 3. REVISIÓN DE LA LITERATURA	58
3.1. Revisión bibliográfica.....	58
3.2. Principales enfoques de la investigación sobre sostenibilidad	61
3.2.1. Tema 1: Conceptos y tendencias.....	62
3.2.2. Tema 2: Actitudes y motivaciones de los productores	65
3.2.3. Tema 3: Mediciones: Ser sostenible, pero ¿cómo y cuánto?	68
3.2.4. Tema 4: Certificaciones	71
3.2.5. Tema 5: Consumidores	75
3.3. Sostenibilidad social: revisión de la literatura	81
3.4. Laguna de investigación	86
CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	89
4.1. Justificación del marco teórico	89
4.2. Estudios de Transiciones.....	91
4.2.1. Transiciones hacia la Sostenibilidad.....	94
4.2.2. Enfoques teóricos en el estudio de las Transiciones hacia la Sostenibilidad.....	95
4.2.3. El vino como sistema sociotécnico	97
4.2.4. Perspectiva multinivel para el sistema sociotécnico del vino	101

4.2.5. Críticas a la perspectiva multinivel.....	108
4.2.6. Sistema sociotécnico del vino y teoría de las convenciones.....	109
4.3. Teoría de las Convenciones	111
4.3.1. Principales conceptos.....	111
4.3.2. Los mundos de la justificación	114
4.3.3. Conflictos, disputas y compromisos	121
CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	124
5.1. Justificación de la elección metodológica.....	125
5.2. Método de investigación: estudio de caso	128
5.3. Selección de informantes: muestra	130
5.4. Obtención de datos.....	131
5.4.1. Instrumentos.....	131
5.4.2. Técnica.....	133
5.4.3. Protocolo	134
5.4.4. Descripción de los perfiles entrevistados.....	136
5.5. Operacionalización de la pregunta de investigación.....	139
CAPÍTULO 6. CASO DE ESTUDIO.....	143
6.1. Evolución del sector vinícola en España como transición hacia la calidad. 143	
6.1.1. Situación inicial	143
6.1.2. Situación actual	144
6.1.3. Trayectoria de la transición hacia la calidad.....	147
6.2. Panorama de las iniciativas sostenibles en España	150
6.2.1. Producción integrada	150
6.2.2. Producción ecológica.....	151
6.2.3. Producción biodinámica.....	152
6.2.4. Vinos de mínima intervención (naturales).....	153
6.2.5. Programas de sostenibilidad	154
6.3. Caracterización del sistema sociotécnico en torno al Duero: DO Ribera del Duero y Rueda	155
6.3.1. Ribera y Rueda: “The sister regions”	155
6.3.2. Caracterización de la zona vinícola en torno al Duero	158
CAPÍTULO 7. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	167
7.1. Resultados	167

7.1.1. Definición de sostenibilidad	167
7.1.2. Dimensión medioambiental	176
7.1.3. Dimensión social.....	187
7.1.4. Dimensión económica.....	199
7.2. Construcción del concepto de la sostenibilidad	205
7.3. Calidad y sostenibilidad	208
7.4. Papel de las DO.....	211
7.5. Actores del régimen e innovaciones de nicho.....	213
7.6. Trayectoria del sistema sociotécnico de las Denominaciones de Origen	218
CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES	220
8.1. Limitaciones.....	222
8.2. Recomendaciones	224
8.3. Futuras líneas de investigación	226
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	229
ANEXO A: Muestra de transcripción.....	265
ANEXO B: Guion de la entrevista (semiestructurada).....	266
ANEXO C: Tabla de convenciones	269
ANEXO D: Viñedos en vaso y en espaldera	269
CURRICULUM VITAE.....	272

Lista de figuras

Figura 1. Modelo Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) versus modelo “Mickey Mouse” de sostenibilidad.	12
Figura 2. Vino francés, chileno, español y estadounidense (de izquierda a derecha).	27
Figura 3. Evolución de la superficie de viñedo 2000-2021	36
Figura 4. Evolución de la producción mundial de vino 2000-2021.....	38
Figura 5. Producción mundial de vino vs. extensión de viñedo (2000-2021).	39
Figura 6. Medias de producción de 2010 a 2020 sobre total mundial.	40
Figura 7. Evolución de los volúmenes de exportación (2000 a 2020).....	41
Figura 8. Principales países exportadores en 2021 por volumen y valor.	42
Figura 9. Principales países importadores por volumen y valor.....	43
Figura 10. Principales países consumidores: 2000 vs. 2020.....	44
Figura 11. Consumo per cápita por habitante y país en 2020.....	46
Figura 12. Sellos de producción integrada.....	49
Figura 13. Sellos de producción ecológica	51
Figura 14. Sello Deméter	53
Figura 15. Evolución de la asociación “vino”+“sostenibilidad” en la literatura académica.	58
Figura 16. Áreas disciplinares “vino”+“sostenibilidad”	59
Figura 17. Elementos del sistema sociotécnico del vino	98
Figura 18. Grupos de actores que (re)producen un sistema sociotécnico.....	100
Figura 19. Representación de los niveles de un sistema sociotécnico.....	102
Figura 20. Visualización del anidamiento de códigos empleados para el análisis y la categorización.	133
Figura 21. Evolución del sector de 1993 a 2019 en valor de venta (millones de euros) y volumen de producción (millones de hl).....	145
Figura 22. Viñedo ecológico en España (2020).....	151

Figura 23. Viñedo con certificación biodinámica en España (2021).....	153
Figura 24. Promoción exterior “Ribera & Rueda: the sister regions”.	156

Lista de tablas

Tabla 1. Modelos de producción del Viejo Mundo y del Nuevo Mundo.	25
Tabla 2. Tipos de clasificación de los vinos	30
Tabla 3. Certificaciones internacionales de sostenibilidad vitivinícola en el contexto internacional	56
Tabla 4. Distribución de la literatura académica revisada sobre sostenibilidad en el sector del vino.....	60
Tabla 5. Descripción de las fuentes de información para el caso de estudio.....	137

Lista de abreviaturas

CERCV	Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas
Coop.	Cooperativa
CyL	Castilla y León
DO	Denominación de Origen
DOP	Denominación de Origen Protegida
FIVS	Fédération International du Vin et des Spiritueux
GEI	Gases de efecto invernadero
ha	Hectárea
hl	Hectolitro
IGP	Indicación Geográfica de Origen
INE	Instituto Nacional de Estadística (España)
MAPA	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (España)
Mill./mills.	Millones
NPP	Nuevos Países Productores
OeMV	Observatorio español del Mercado del Vino
OIV	Organización Internacional de la Viña y el Vino
OIVE	Organización Interprofesional del Vino de España
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMG	Organismo modificado genéticamente
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
RR. HH.	Recursos humanos

PTP	Países Tradicionalmente Productores
UE	Unión Europea
USDA	United States Department of Agriculture
VAB	Valor Agregado Bruto
VC	Vino de Calidad
VP	Vino de Pago
VT	Vino de la Tierra

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

El vino tiene una historia larga y generosa en significados. En las zonas de producción, su presencia ejerce una fuerte influencia cultural. Existen fiestas y ritos alrededor de sus ciclos y su consumo ha ido creando y normalizando usos y costumbres a lo largo del tiempo. Pero el vino no es ajeno a los movimientos que sacuden la sociedad actual. Globalización y mejoras en el nivel de vida han causado cambios en las exigencias de una demanda que pide calidad, pero que a la vez se atrincheró en una asequibilidad de precios que puede suponer un reto imposible para los productores. Hoy en día no nos sorprende hallar una selección de vinos californianos o neozelandeses en los lineales de los supermercados en Suiza, o que el vino de Italia, Francia o España pueda adquirirse en China, o, por otro lado, que aparezcan vinos de localizaciones como Brasil, ciertamente novedosas en comparación con los países considerados tradicionalmente productores.

La otra cara de la moneda de esta increíble ubicuidad de productos, de los que el vino solo es un ejemplo, son las consecuencias que tiene la generalización de estas pautas de consumo. A estas alturas, ya es evidente lo que supone en términos de demanda de recursos, tanto humanos como naturales. Por ello, un reto fundamental del momento es encontrar la forma de orientar nuestra vida, nuestro trabajo y nuestras actividades de ocio hacia formas más sostenibles.

Una potencial solución sería introducir cambios en los sistemas de producción y consumo hasta completar su transición hacia la sostenibilidad. Pero hay muchos obstáculos que se oponen, por los intereses económicos (puestos de trabajo, inversiones) y socioculturales (estilos de vida y valores) que llevan asociados.

Para que realmente se lleve a cabo una transformación sostenible, esta transición no debería basarse en mejoras incrementales de la eficiencia, sino aspirar a un pensamiento a largo plazo, a su implementación mediante políticas y a su difusión entre todos los grupos de interés. No solo será importante el empleo de tecnologías innovadoras sino también la entrada de nuevas prácticas y comportamientos fundamentados en cambios culturales, de creencias y valores (Agencia Europea del Medio Ambiente, 2021).

De ahí que sea necesario conocer mejor los aspectos conflictivos sobre la sostenibilidad en los sistemas que hemos creado para cumplir las diversas funciones sociales en sectores como la energía, la movilidad, el urbanismo o la alimentación. Esto pasa por comprender más profundamente qué significados se les atribuyen.

1.2. Planteamiento del problema

El vino es un alimento y forma parte de un sistema agroalimentario con una gran importancia cultural y social. Esto lo convierte en un campo de enorme interés para explorar las vías de cambio hacia modelos sostenibles.

Además, el mundo del vino ha protagonizado en las últimas décadas una profunda transformación hacia un modelo donde la calidad es un concepto de gran relevancia. La tecnología y los conocimientos cada vez más avanzados en viticultura y enología han permitido un increíble control del producto final. Pero su producción y consumo también tienen un impacto ambiental y humano. El vino no es ajeno a la degradación de suelos, a la desaparición de la biodiversidad, a la liberación de CO₂, a la contaminación de aguas subterráneas, a las condiciones de trabajo inapropiadas o injustas ni a los problemas de seguridad alimentaria. Todos estos aspectos influyen en la sostenibilidad del producto. Sin embargo, aunque han aumentado las iniciativas de cambio, los enfoques en el sector son

muy diversos. No hay un consenso claro ni una definición compartida acerca de la dirección que deben tomar los modelos productivos actuales.

1.2.1. Temática

Tras su rápida transformación en los últimos treinta a cuarenta años, el mundo del vino se enfrenta a numerosos desafíos para la continuidad del modelo. Desde el punto de vista ambiental, presenta una alta vulnerabilidad ante el cambio climático. Las zonas vinícolas son extremadamente sensibles a cambios en temperaturas y precipitaciones (Hannah, y otros, 2013; Ashenfelter & Storchmann, 2016). Según la Unión Europea, la variabilidad en la producción aumenta de año en año. Desde hace casi 10 años, es un fenómeno aún más pronunciado. La inestabilidad de los volúmenes producidos parece ser consecuencia directa de los riesgos climáticos, cada vez menos previsibles y más frecuentes (Comisión Europea, 2021). Uno de los efectos más evidentes a corto plazo es el adelanto en la fecha de la vendimia (Jones, White, Cooper, & et al., 2005; Mozell & Thach, 2014) debido al progresivo calentamiento de la Tierra. Temperaturas más cálidas también modifican la graduación alcohólica de los vinos, su acidez e incluso su sabor y su color. Pero a largo plazo, otra de las consecuencias de aquí a 2050 será la disminución de la superficie apta para la viticultura entre un 25% y un 73% en las principales regiones productoras de vino actualmente (Hannah, y otros, 2013).

Desde el punto de vista social y también económico, en las zonas donde la agricultura es la actividad principal, el abandono de las tierras rurales y la despoblación que ello conlleva constituyen graves amenazas. Este fenómeno representa un problema de gran interés político (Weissteiner, y otros, 2011). La actividad vitivinícola, aunque ha conseguido mecanizar una parte de sus labores gracias a la tecnología, no puede prescindir

de la mano de obra en buena parte de los trabajos que necesita realizar. El éxodo rural plantea el problema de la continuidad de las explotaciones, así como la pérdida de conocimientos tradicionales relacionados con las labores agrícolas y de elaboración.

Pero el mundo del vino no solo tiene que hacer frente a vulnerabilidades como las descritas, sino que su funcionamiento también genera problemas de sostenibilidad. Los intentos por adaptarse al aumento de temperaturas, situando viñedos a mayor altura, por ejemplo, conllevan cambios y pérdidas en la biodiversidad de los ecosistemas de estas zonas más elevadas. La pretensión de mantener la productividad y la calidad de la uva para vinificación ya están influyendo en el consumo de agua, incrementando el porcentaje destinado al riego (Hannah, y otros, 2013). La escasez de mano de obra conduce a la contratación de inmigrantes, no siempre en óptimas condiciones. El uso de insumos como herbicidas o plaguicidas o el incremento del transporte derivado de la actividad exportadora pueden ser otros ejemplos problemáticos.

1.2.2. Espacio

Aunque su producción se encuentra en todo el mundo, el sector vitivinícola es especialmente importante en Europa. Esta región recibe la denominación de Viejo Mundo por las características de su modelo productivo, que basa la calidad del vino en el lugar de origen de las uvas y en la tradición vinícola asociada. En el resto de los países en otros continentes (Nuevo Mundo), donde la vitivinicultura se extendió más tardíamente, el esfuerzo comercial se centra en realzar la variedad de uva y la marca. Entre 2014 y 2018, Europa fue responsable del 65% de la producción global, del 60% del consumo y del 70% de las exportaciones. El 45% de la superficie mundial dedicada a la producción de vino se encuentra en Europa. Solo en 2021, la producción conjunta de Italia, España y Francia

supuso casi el 50% de la cifra mundial. De estos tres países, España posee la mayor superficie de viñedo a nivel mundial (13% del total de la superficie global (OIV, 2022). Las denominaciones de origen españolas han pasado de 56 en 2001 a las 97 registradas en la actualidad (MAPA, 2020) y cumplen un papel reputacional de gran relevancia. Constituyen un ejemplo claro de implementación de un modelo de producción basado en la calidad.

Por otro lado, en 2020 el 14% del viñedo en España estaba certificado como ecológico (OeMV, 2021). Su apuesta por estas prácticas agrícolas denota un interés por las iniciativas sostenibles.

Pues bien, en la actualidad los actores acogidos a estas figuras de calidad deben enfrentarse a las vulnerabilidades y problemas de sostenibilidad que genera el actual modelo y compaginarlo con las demandas que reciben de los consumidores. La zona vinícola alrededor del Duero, integrada por las DO de Ribera del Duero y de Rueda constituye un caso de éxito del modelo de calidad y origen. Por tanto, presenta un indudable interés como caso de estudio para el desarrollo del concepto de sostenibilidad.

1.2.3. Momento temporal

La tesis no deja de lado la contextualización del sector desde el punto de vista histórico, pero la investigación se centra en el momento actual del sector vinícola español, que no es ajeno a los riesgos a los que se enfrenta ni a la presión por incorporar iniciativas sostenibles. Aunque entre los diferentes actores se admite la necesidad de realizar cambios, no existe un acuerdo sobre la urgencia, el alcance, o los medios para llevarlos a cabo. Así expresaba esta falta de referencias un importante productor de vino en España durante la celebración del COP25 (25º Conference of the Parties) sobre cambio climático en Madrid:

“Hay mucha incertidumbre porque no tenemos un histórico en el que basarnos para tomar decisiones” (Marcos & Garrido, 2019, pág. 21).

1.3. Objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación se centra en la movilización de significados relacionados con la sostenibilidad en el mundo del vino, dentro del modelo de producción basado en la calidad.

El vino es objeto de producción masiva. Su modelo productivo actual está dividido entre dos tendencias: estandarización y diferenciación. Esto influye no solo en las posibilidades de la oferta, sino también en las exigencias de la demanda.

La necesidad y la exigencia creciente de sostenibilidad a todos los niveles crea un conflicto entre los actores del mundo del vino a la hora de implementarla, evaluarla y justificarla. También influye en su valor como producto. Los productores y comerciantes de vino se ven constantemente en la obligación de reforzar y mantener su valor simbólico para seguir obteniendo beneficios de su producción y venta. Muchos atribuyen a este motivo el interés del sector por la adopción de iniciativas sostenibles. La demanda ha aumentado, pero aún supone un porcentaje pequeño. La comunicación de los esfuerzos mediante diferentes certificaciones no se ve acompañada por el reconocimiento de los consumidores. Y los productores no siempre se deciden a incluir información de sostenibilidad en su etiquetado. A lo largo de la cadena de valor, además de la referencia a la calidad, se ha ido introduciendo el adjetivo “sostenible” para calificar prácticas, procesos y productos. Sin embargo, la aportación de dicho adjetivo no está clara y tampoco su relación con la calidad, lo que justifica el objeto de estudio de la presente tesis.

1.4. Pregunta de investigación

Tras el giro hacia la calidad en el sector del vino, que también ha tenido lugar en otros sectores agroalimentarios, es necesario para el futuro del sector y del modelo productivo profundizar en el papel que juega la sostenibilidad como concepto entre los actores relevantes, con el fin de acelerar en lo posible su transición hacia la sostenibilidad. Para ello, a lo largo de esta tesis me gustaría responder a las siguientes preguntas de investigación:

(1) ¿En qué sentido se está construyendo el concepto de sostenibilidad en el mundo del vino y cómo se integra en un modelo basado en la calidad?

Dado que esta calidad está ligada a un sistema basado en denominaciones de origen y procedencia geográfica, se añade una segunda pregunta de investigación:

(2) ¿Hasta qué punto es importante el papel de las DOP en la transición hacia un modelo sostenible?

1.5. Objetivos generales

Con esta investigación pretendo alcanzar los siguientes objetivos:

- Contribuir a los estudios de las transiciones de sostenibilidad que buscan favorecer y acelerar los cambios en los modelos productivos.
- Contribuir al estudio de la sostenibilidad equilibrando la importancia de sus tres dimensiones: medioambiental, social y económica, frente a la tendencia que se enfoca únicamente en la primera de estas.

1.6. Objetivos específicos

- Entender la relación entre calidad y sostenibilidad y determinar si constituye un freno o un estímulo para desencadenar procesos de cambio en las cadenas de valor alimentarias.
- Caracterizar las denominaciones de origen como un sistema para poner en relación los diversos grupos de actores y sus dinámicas de coordinación.
- Situar a los diversos grupos de actores en función de su discurso dentro de los distintos niveles del régimen, analizar las justificaciones a las que recurren, y detectar dónde se están produciendo las innovaciones que pueden activar la transición hacia la sostenibilidad.

1.7. Marco teórico

Para responder a las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos propuestos, me basaré en esta investigación en dos pilares teóricos, aunando la perspectiva multinivel, desarrollada en el marco de los estudios sobre las Transiciones de Sostenibilidad (STRN, 2020), con los conceptos de la Teoría de las Convenciones (Boltanski & Thévenot, [1991] 2006).

Por un lado, la perspectiva multinivel me proporciona un marco heurístico para tratar las denominaciones de origen como un sistema sociotécnico. Esto me permite (1) distinguir los grupos de actores que la componen, (2) examinar la coordinación e interacción dentro y entre los niveles de régimen y nicho y (3) analizar sus respuestas a las presiones del paisaje sociotécnico relacionadas con la sostenibilidad.

El segundo pilar, basado en la Teoría de las Convenciones (Boltanski & Thévenot, [1991] 2006) me va a permitir el análisis de las justificaciones utilizadas por los diferentes

actores en el sector del vino para coordinarse en los conflictos provocados por la introducción del atributo de la sostenibilidad. En su discurso, dotan de significado una realidad, acercándola a un tipo de justificación, alejándola de otras, o creando compromisos. El análisis de estas explicaciones permite encontrar los puntos de conflicto y examinar el grado de acuerdo entre los distintos actores, así como la negociación de dicho concepto, y si los elementos asociados a ella se asumen, se critican o se rechazan.

1.8. Metodología

En esta investigación, el enfoque metodológico que he elegido es cualitativo y se basa en el análisis del discurso de los diferentes actores dentro del sistema sociotécnico de las DO por medio de los datos obtenidos a partir de entrevistas semiestructuradas. Dentro de las ciencias sociales y disciplinas culturales, una investigación puede tener como objetivo profundizar y obtener una mayor riqueza interpretativa, así como mejorar la contextualización de un determinado fenómeno (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2006, pág. 2). Para aprehender la transformación y adaptación de significados de un concepto como es la sostenibilidad en el contexto elegido, considero que hay que explorar cómo los actores implicados lo estructuran y le dan sentido en su entorno (Berg, 2001). De ahí la elección metodológica.

1.9. Justificación y relevancia del estudio

La utilización simultánea y complementaria de las teorías arriba enunciadas constituye un enfoque novedoso en la literatura académica sobre el sector del vino español. Los estudios de Transiciones de Sostenibilidad sobre el sector agroalimentario no son suficientemente numerosos y menos aún con relación a España. Por otro lado, la Teoría de

las Convenciones ha probado con éxito a explicar el giro hacia la calidad en estos sistemas, pero ha sido menos empleada en lo que concierne a la sostenibilidad.

Aunque esta tesis sí que va a abordar la dimensión económica, el estudio de la sostenibilidad y la calidad no tiene como objetivo estudiar la integración de sostenibilidad y calidad en una nueva estrategia comercial, sino la necesidad y posibilidad de un cambio, puesto que parto de la premisa de que moverse hacia modelos más sostenibles es necesario y urgente. Y si bien el modelo ideal hacia dónde hay que dirigirse es objeto de debate, sí podemos ver los desafíos a los que nos enfrentamos. Por eso es importante que el estudio de la sostenibilidad se haga pensando en una potencial transformación. El objetivo no es evaluar la bondad de las iniciativas implementadas, sino comprender cómo se estructura el concepto de sostenibilidad como articulación de un consenso entre diferentes actores. Con esa información, trato de entender qué es lo que determina la trayectoria del sistema del vino organizado en torno a las denominaciones de origen.

1.10. Definiciones y aclaraciones

Este apartado incluye una breve aclaración sobre el empleo de los conceptos de sostenibilidad y calidad en la tesis.

1.10.1 Concepto de sostenibilidad

La sostenibilidad se ha convertido en un impulso “suficientemente importante como para guiar la creación de leyes internacionales a todos los niveles y para guiar el creciente papel de las instituciones internacionales” (Sánchez-Galera, 2017, pág. 10).

Históricamente, las referencias a la sostenibilidad, tanto en la academia como en la praxis, se han organizado en torno a la descripción –que no definición–, de desarrollo sostenible ofrecida en el informe Bruntland (WCED, 1987). Tras la revisión de la Cumbre

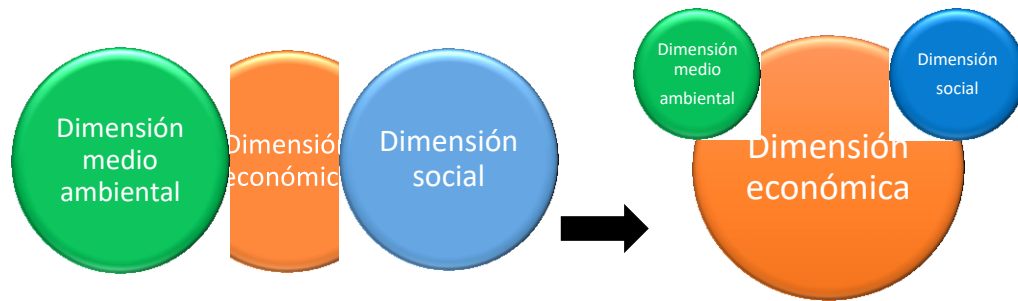
de Río de Janeiro (1993), se consideró que dicho desarrollo estaba basado en tres pilares: el económico, el social y el medioambiental. De esta forma, se institucionalizó un acuerdo a nivel teórico que se ha venido desarrollando más extensamente con la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen los tres componentes. El mundo empresarial, a su vez, creó la “metáfora” (Henriques & Richardson, 2004, pág. xx) de la triple cuenta de resultados (Elkington, 2004) para incluir no solo los rendimientos económicos, sino también el impacto social y medioambiental de las empresas, como complemento de la responsabilidad social corporativa.

Casi resulta banal indicar que la sostenibilidad constituye un concepto muy discutido. Ya hace quince años se constataba la existencia, tan solo dentro del ámbito de la gestión medioambiental y áreas relacionadas, de más de trescientas definiciones (Johnston, Everard, Santillo, & Robert, 2007). En la discusión teórica sobre el concepto, estos autores denunciaban que “[t]he lack of a shared ethos across all sectors of society is a primary factor allowing 'sustainability' as a term to be redefined in numerous ways with numerous definitions” (pág. 63).

Con el transcurso del tiempo, el discurso de la sostenibilidad se ha vuelto extremadamente amplio y divergente. Desde los años 70 han surgido dos versiones distintas de la sostenibilidad: la sostenibilidad débil y la fuerte (Neumayer, 2013) que atribuyen diferentes pesos a los tres pilares de Elkington. En la primera, los recursos sociales y ecológicos deben utilizarse como insumos para el desarrollo económico. Esto provoca una visión de la sostenibilidad donde la dimensión económica se considera un objetivo ampliamente aceptado, el logro económico se produce a expensas del medio

ambiente y del desarrollo social y, en consecuencia, adopta la forma del modelo –así llamado con cierta ironía– de Mickey Mouse (Mulia, Behura, & Kar, 2016).

Figura 1. Modelo Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) versus modelo “Mickey Mouse” de sostenibilidad.



Nota: Adaptado de (Mulia, Behura, & Kar, 2016, pág. 31).

En el mundo del vino, aunque se asume esta aproximación teórica, la falta de consenso y la voluntariedad de las iniciativas y programas acarrea una proliferación de enfoques que, en muchos casos, tienden hacia una visión exclusivamente medioambiental y supeditada a la viabilidad económica (Santini, Cavicchi, & Casini, 2013). Esto se traslada al consumidor aumentando su confusión a la hora de comprender y valorar, en términos de sostenibilidad, el vino que adquiere. Dado que las actividades económicas y sociales deben llevarse a cabo en conexión con el medioambiente (Mulia, Behura, & Kar, 2016), en este estudio, pretendo centrarme en el concepto de sostenibilidad teniendo en cuenta la construcción del concepto con relación a las tres dimensiones, ligándolo al modelo de sostenibilidad fuerte.

1.10.2. Concepto de calidad

La calidad ha sido estudiada ampliamente en los sistemas agroalimentarios, por cuanto caracteriza *grosso modo* las estrategias de estos sistemas en las últimas décadas. Dichas estrategias pueden describirse a nivel general como transformaciones hacia la estandarización y hacia la diferenciación. En el primer caso, productos y procesos siguen un conjunto de normas dictadas por la eficiencia y la economía de escala. Los sistemas de producción y los hábitos de consumo tienden a la uniformidad. La puesta en valor en los mercados se basa en el precio. Es la estrategia seguida por las grandes compañías internacionales y que encuentra su distribución en las grandes superficies.

La diferenciación por su parte persigue conseguir productos con características no replicables y procesos de producción adaptados a nichos de mercado. En este caso, la puesta en valor se basa en la percepción de calidad. “El conjunto de las propiedades que hacen diferentes a los productos y que constituyen la base de su éxito en los mercados suele etiquetarse con una palabra genérica: calidad” (Ruiz Budría, y otros, 2013).

El *quality turn* (‘giro hacia la calidad’) que ha vivido el sector en las últimas décadas (Ponte, 2016) se refiere a esta transformación del sector agroalimentario desde un régimen de producción masiva y estandarizada a un régimen donde existe una diferenciación creciente entre los diversos productos alimentarios en términos de calidad. Este cambio también se ha estudiado en el mundo del vino (Parga-Dans & Alonso-González, 2017).

En esta tesis, se entiende la “calidad” como una convención capaz de estructurar la producción, el intercambio y el consumo (Ponte 2016, pág. 21), teniendo en cuenta que no existe una comprensión universal del concepto, sino que se evalúa a través de la interacción

social y la construcción de marcos de referencia comunes. Esta comprensión de la calidad está vinculada con la organización social de la producción y el intercambio. Las empresas u organizaciones hacen uso de diferentes atributos o combinaciones de ellos para dirigirse a diferentes mercados o segmentos, tal como expondré más adelante en el capítulo de resultados.

1.10.3. Criterios lingüísticos y formales

En lo relativo al lenguaje, el texto emplea en lo posible las convenciones relativas al lenguaje inclusivo, tomando como guía las recomendaciones de la Fundación del Español Urgente (FUNDEU, 2019).

Para asegurar una presentación uniforme del texto y de los distintos recursos gráficos (figuras, tablas, imágenes) así como de las referencias bibliográficas empleadas, el documento se ha confeccionado siguiendo las convenciones de estilo de APA en su séptima versión, aunque puede presentar algunas desviaciones estilísticas para facilitar la lectura.

1.11. Estructura del contenido

Tras la presente introducción, la tesis se estructura de la siguiente forma: en el Capítulo 2, ofrezco una contextualización del sector, tanto histórica como actual, poniendo de relieve los elementos que han contribuido a su sostenibilidad y explicando cómo está estructurado a nivel global. Asimismo, presento un resumen de algunas iniciativas sostenibles que se han puesto en marcha en el contexto vitivinícola. El Capítulo 3 contiene una revisión de la bibliografía donde se analizan los temas que han centrado la atención académica al estudiar la sostenibilidad en el sector vitivinícola. Constató la ausencia de estudios que estudien la interacción de la calidad con la sostenibilidad con un enfoque

sistémico, que permita entender en qué sentido se puede avanzar hacia un modelo más sostenible. En el Capítulo 4, justifico la elección del marco teórico y conceptual ya mencionado y entro a detallarlo, así como las razones de su combinación para abordar las preguntas de investigación planteadas. En el Capítulo 5, expongo la metodología empleada, la muestra obtenida y los protocolos utilizados para obtener la información. Asimismo, describo a los informantes y expongo, en último lugar, la operacionalización de la pregunta de investigación sobre la construcción del concepto de sostenibilidad, poniéndola en relación con la guía de sostenibilidad de la OIV (OIV, 2016) y con los desafíos correspondientes a las tres dimensiones de sostenibilidad. El Capítulo 6 me sirve para contextualizar el caso de estudio. Primero, el caso general del sector vitivinícola en España me sirve para trazar su proceso de transición hacia la calidad, empleando los conceptos teóricos de los estudios de transición. Acto seguido, describo las características de las Denominaciones de Origen de Ribera del Duero y Rueda de forma conjunta, puesto que para el caso de estudio funcionan de forma complementaria. El Capítulo 7 contiene la presentación y discusión de los resultados, así como las respuestas a las preguntas de investigación. En el Capítulo 8, finalmente, elaboro las conclusiones, indico las limitaciones y concluyo con algunas recomendaciones prácticas y posibles futuras líneas de investigación.

CAPÍTULO 2. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

En realidad, ¿de qué hablamos cuando hablamos de vino? ¿De un producto agrícola, de consumo, un alimento, un bien de lujo, un objeto cultural, un activo financiero, una droga...?

Tras los procesos agrícolas para obtener la uva, el vino es el resultado de complejas elaboraciones que ocurren a continuación. Cada vino está vinculado a un clima específico, a la ubicación del viñedo, a la variedad de uva, a los recursos hídricos y la intervención humana, según las tradiciones locales, y a la tecnología empleada en su elaboración.

Además, es un producto de consumo que ha desarrollado un gran potencial económico. Su globalización comenzó muy pronto. Desde la cuenca del Mediterráneo, su cultivo continuó extendiéndose a las zonas de expansión y colonización europeas –Américas, Australia– hasta encontrarse hoy día en los cinco continentes. En 2020, la vid cubría 7,3 millones de hectáreas en el mundo, con más de dos tercios dedicados a la elaboración de vino. Aunque la superficie se ha reducido en términos globales, la producción de vino ha seguido creciendo, así como su valor económico en términos de comercio internacional (OIV, 2022).

¿Es el vino un alimento? El consumo moderado de vino, preferentemente durante las comidas, está incluido en la dieta mediterránea. Numerosos estudios han investigado los posibles efectos beneficiosos de algunas de sus propiedades nutricionales. Pero no se puede soslayar su naturaleza de bebida alcohólica (Lamuela-Raventós & Andrés-Lacueva, 2004; Urquiaga, Echeverría, Dussailant, & Rigotti, 2017). La discusión parte de la propia definición legal: en España, por ejemplo, según la Ley del Vino, este “es el alimento natural obtenido exclusivamente por fermentación alcohólica, total o parcial, de uva fresca,

estrujada o no, o de mosto de uva” (BOE, 2003). Pero su contenido en alcohol y los efectos de un consumo inmoderado en la salud (Córdoba García, y otros, 2007) justifican su toma en consideración como droga.

El vino aparece en un sinnúmero de contextos y usos culturales: festivos, sociales, rituales, sagrados, medicinales... (Riera-Palmero, 2014; Brun, 2015). Esta riqueza de significados del vino está ligada a su evolución histórica (Unwin, 1991).

La competencia en temas vinícolas crea distinciones (Bourdieu, 1984, pág. 2) entre aquellos que poseen los códigos culturales necesarios para descifrar las cualidades de los diferentes vinos, apelando por ejemplo a su tradición, a su lugar de origen o a su poder evocador de sensaciones y sinestesias.

Asimismo, existen determinados vinos que son considerados objetos de lujo, una categoría que reconoce a los mejores vinos del mundo (*fine wine*). Para merecer estar en esta clasificación, no solo el precio es importante, sino su calidad y su capacidad de mejorar con el tiempo. En este sentido, se comporta también como un activo financiero, que pasa a formar parte de una cartera de inversión a largo plazo (Lara, 2021). Y por esta misma naturaleza, es objeto de subastas, pero también está sujeto a falsificaciones.

Todos estos aspectos son claves para comprender por qué la integración de la sostenibilidad supone un desafío para el sector. Por ello, en primer lugar, presento en este capítulo un breve repaso de su evolución histórica. La intención es entender mejor la carga cultural de significados que ha ido adquiriendo, los factores que han ejercido una influencia decisiva en su evolución hasta llegar a los modelos que están ahora en funcionamiento y cómo se relaciona con la necesidad actual de iniciativas sostenibles. En segundo lugar, realizo una descripción de la globalización del sector vitivinícola en la actualidad. Eso me

permite situar el contexto socioeconómico y señalar el papel que juegan los diferentes países en este conjunto. Por último, hago una relación de las diversas formas en que el sector vitivinícola ha instanciado hasta ahora sus iniciativas sostenibles.

2.1. Antecedentes históricos del vino

Teniendo en cuenta el valor nutricional del vino, los beneficios económicos que se han obtenido han sido siempre muy altos comparados con otros productos alimentarios (Unwin 1991, pág. 7). Sus efectos, tanto nutricionales como psicotrópicos, están en el origen de su rápida expansión, pero a partir de ahí, cualquier análisis de su distribución y uso debe tener en cuenta su significado y asociaciones culturales. Como indican Celestino-Pérez y Blánquez-Pérez (2013, pág. 94) de no poseerlos, quizá en lugar de hablar hoy de Francia, Italia y España como principales países productores de vino, estaríamos hablando de otras regiones mediterráneas como Marruecos, Túnez, Egipto o Siria, algunas de cuyas regiones presentan igualmente características adecuadas para el cultivo de la vid.

Los procesos de producción (entendidos como métodos de cultivo de la vid, las relaciones laborales y los métodos de vinificación) y los procesos de intercambio (distribución del vino, su comercialización) se han ido combinando para ejercer una influencia decisiva en la resiliencia del sector (Unwin 1991, pág. 9). La sostenibilidad, según la concebimos en la actualidad, no es sino el siguiente paso en su continua transformación. Teniendo esto en mente, vamos a ver de forma muy somera su evolución histórica.

2.1.1. Antigüedad y Edad Media

En Grecia, la importancia simbólica del vino ligaba su consumo con elementos sagrados del culto a Dionisio. La sociedad griega, además, integró la bebida en eventos

sociales como el *symposium*, cuyo dirigente tenía como misión moderar la discusión de los temas y controlar la mezcla del vino con agua (Páez-Casadiegos, 2019). Asimismo, también sistematizó sus posibles usos medicinales (Charters, 2006, pág. 19). Por otro lado, en sus periplos marítimos, los griegos acercaron el vino al sur de Italia y lo introdujeron en Francia a través del puerto de Marsella.

En Roma, el consumo del vino tardó más en popularizarse, pero hacia el siglo I a.C., los tratados agrícolas de autores como Marco Terencio Varrón o Columela (Charters, 2006), introducen la percepción, no solo de la rentabilidad económica de la tierra dedicada a la viticultura, sino también de la sensibilidad hacia el paisaje que crean los viñedos y de la calidad de unas zonas vinícolas respecto a otras. En este momento, ya se hace referencia a los vinos por su lugar de origen como indicativo de sus características y de su mejor o peor reputación. Además, estaba en vigor un sistema de etiquetado, por el cual las ánforas portaban sellos que identificaba a su propietario, el lugar y año de producción del vino, el tipo de vino o el lugar al que debían ser enviadas (Beltrán Lloris, 2021; Sánchez S. , 2019).

Durante la Edad Media, la producción de vino permanece vinculada en gran medida a los ritos del cristianismo. Dado que, durante esta época, los monasterios concentraban y preservaban la cultura y la investigación, podemos considerarlos también un repositorio de los conocimientos vitícolas. La importancia del vino asociado a propósitos religiosos –aunque solo una ínfima parte de la producción se consumiera con estos fines–, garantizaba su sostenibilidad económica. Comienza una división paulatina, que durará siglos, en la producción del vino: una con fines comerciales, concentrada poco a poco en regiones especializadas, en torno a determinados focos de cultivo, que refleja no solo las exigencias medioambientales de la vid, sino también las variaciones de la demanda y la disponibilidad

de un transporte suficientemente barato. Otra, la de una viticultura vista como un complemento dentro de un policultivo destinado a la subsistencia en zonas rurales (Unwin, 1991).

2.1.2. Expansión y colonialismo europeos

Con la progresiva llegada de los europeos desde finales del siglo XV a tierras hasta entonces desconocidas para ellos, la viticultura, tal como se entendía en Europa, se traslada a nuevos lugares. Comienza un fenómeno de globalización cultural. La influencia religiosa persiste, pues para la conversión de los nativos se necesita el vino de uso sacramental. De esta forma, se extiende su cultivo por las distintas misiones religiosas. Los conventos y monasterios fueron importantes como lugares donde experimentar con el clima y las plantas, buscando su adaptación al suelo americano, transmitiendo la tecnología y adiestrando a las personas (Lacoste, 2013). No es casualidad que la uva en la zona de California, y en parte de América Latina, cultivada a partir de esquejes europeos de una variedad española denominada listán prieto, se denominara “misión” (Alley, 2007). Pero el vino ya no permanece para cumplir fines religiosos. Los colonizadores no encuentran bebidas alcohólicas de su gusto en las nuevas tierras; el vino continúa siendo su bebida favorita en este Nuevo Mundo. Además, les permite recrear la cultura de la metrópoli (Lacoste, 2013).

El modelo productivo que las potencias colonizadoras impusieron en América se basaba en grandes haciendas dedicadas a la plantación extensiva y cultivadas mediante mano de obra esclava. Pero en países como Chile, por ejemplo, el mundo de la vid y el vino, por sus cualidades intensivas y agroindustriales, abrió oportunidades para la movilidad social. Este fenómeno era harto difícil de conseguir por medio de actividades

económicas donde fuera necesario poseer tierra. Pero con el vino, bastaban unas pocas hectáreas para plantar viña y generar rendimientos. De esta forma, gentes de origen social modesto tuvieron la oportunidad de progresar dentro de esta industria (Lacoste, 2013). Esto constituye un ejemplo más del beneficio económico logrado a partir de un producto de un valor nutricional relativo frente a otros alimentos (Lacoste, 2013)¹.

2.1.3. Edad Moderna y Contemporánea

A lo largo del siglo XVII, el vino empieza a consumirse en celebraciones y banquetes y hace su entrada en un ámbito doméstico más burgués. La necesidad de envases más adecuados para este entorno prepara el camino a la expansión de la botella de vidrio. El desarrollo tecnológico veneciano del siglo XV, que permitía la producción de vidrio claro, supuso un cambio diferencial. En la botella, el vino no solo no pierde cualidades, sino que se realzan algunas de sus atributos sensoriales (Estreicher, 2002). Puede envejecer y venderse más caro que otros tipos de vino. De ahí que una de las características más importantes de los vinos finos o de lujo es que sean vinos capaces de envejecer en botella (Lara, 2021).

En el siglo XIX, que algunos han denominado la “edad de oro” del vino (Asenjo, 2018), se producen varios hechos significativos, además de los cambios demográficos y la ampliación del mercado de los vinos baratos. El impacto de la tecnología se deja sentir en dos frentes: el transporte y la elaboración.

En el transporte, el comercio por vía terrestre se ve enormemente impactado por la expansión de la red ferroviaria en la segunda mitad del siglo XIX. Por vía marítima, los

¹ La historia de la vitivinicultura en América posee interesantes derroteros propios, cuyo detalle excede el alcance de este trabajo. A este respecto, son de sumo interés los trabajos del profesor Pablo Lacoste (Universidad de Santiago de Chile) sobre la vid y el vino en América del Sur.

barcos de vapor que cruzaban el océano impulsaron la búsqueda de formas de mantener el vino fresco y crearon nuevas rutas de comercio internacional.

Pero, sobre todo, las mejoras tecnológicas se debieron a los avances en el conocimiento de los procesos químicos de la fermentación. Los trabajos históricos de Antoine-Laurent de Lavoisier habían descrito las reacciones químicas que producen la fermentación de los azúcares y su conversión en etanol y dióxido de carbono. Louis Pasteur determinó las bases biológicas de esta reacción en las décadas de 1850 y 1860 (Borneman, Schmidt, & Pretorius, 2013). En el campo, el viñedo en monocultivo comienza a sustituir definitivamente el tradicional policultivo campesino. Se introdujeron nuevas formas de explotación del viñedo y avances tecnológicos (tratamientos como el caldo bordelés para el mildiu) y significativos avances en los procesos de vinificación (Charters 2006).

Estos cambios apuntalan la globalización del sector vitivinícola. Pero también acaban generando al mismo tiempo las primeras consecuencias medioambientales transnacionales. Concretamente, la propagación en los viñedos europeos de diversos parásitos (hongos e insectos) procedentes de América del Norte. Las enfermedades que provocaron hicieron peligrar seriamente la sostenibilidad del sector. La primera plaga fue el oídio, que se expandió en Europa entre 1840 y 1850. Esto provocó una muy considerable caída de la producción de vino en toda Europa. Para remediarlo, se comenzaron a introducir vides americanas, resistentes a esta enfermedad. Pero esta medida condujo a una segunda crisis medioambiental, la filoxera, cuyas proporciones y consecuencias fueron mucho más graves para el vino europeo (Unwin 1991). En 1914, este insecto ya había devastado la mayor parte de las regiones vinícolas de Europa. Actualmente, es endémico en todo el mundo. La mejor solución, tras muchos debates y ensayos de diversos métodos, es el injerto

de las variedades europeas de *Vitis vinifera* en portainjertos de vides autóctonas americanas resistentes a este insecto (Kwon & Constantinides, 2018). En Europa, los esfuerzos por controlar la plaga llevaron a una nueva concepción de los viñedos como espacios (*terroir*) de acción simultánea de la ciencia y de la naturaleza, con una percepción más aguda de las especiales características derivadas de su ubicación geográfica (Macedo, 2011).

2.1.4. Siglo XX: El Viejo y el Nuevo Mundo

El colonialismo en primer lugar, la emigración masiva después, más el impacto de las plagas llevó a la viticultura a introducirse y extenderse en sucesivas oleadas en otras zonas del mundo, como Australia, California o Sudáfrica. Una característica de esta expansión vitivinícola fuera de Europa fue la concentración de la producción en pocas manos, frente al minifundismo que había caracterizado la evolución europea del sector y que todavía hoy es un denominador común.

A finales del siglo XIX, los niveles de producción fuera de Europa crecieron rápidamente, creando vinos homogéneos a granel en grandes cantidades (Unwin 1991). En zonas como California, Mendoza (Argentina) y Rio Grande do Sul (Brasil), la combinación de las cualidades naturales del suelo y del clima, y el uso de tecnologías agrícolas modernas facilitaron el cultivo extensivo de la uva (Inglis, 2019). Se propició el crecimiento de grandes bodegas industriales, donde la viticultura estaba separada de la elaboración. Ya a finales del siglo XIX, cerca del 70% del vino en Australia y EE. UU. era producido por cinco principales empresas de cada país. La cifra correspondiente a Argentina y Chile era de alrededor del 50%. La producción de vino en Europa, en cambio, seguía estando firmemente anclada en pequeñas empresas familiares y cooperativas. Las grandes empresas vitivinícolas, que producen vinos a escala industrial han sido una característica de gran

parte de la producción de estas nuevas regiones (Inglis, 2019) y están en el origen de la nomenclatura que distingue las zonas de producción mundial en dos bloques: Viejo y Nuevo Mundo.

Al observar el panorama global vitivinícola de finales del siglo XX, tras las sacudidas medioambientales ya comentadas, las diferencias advertidas en los sistemas de producción y comercialización que se habían ido consolidando entre los distintos países productores dieron pie a una división –empleada tanto en la investigación como en la divulgación– en dos grupos de regiones, denominados, de forma bien poco original, Viejo y Nuevo Mundo. El origen y popularización de esta terminología proviene del escritor especializado Hugh Johnson². Así, al Viejo Mundo pertenecen los países europeos (principalmente, Francia, Italia, España, Portugal, Alemania, Austria y Europa del Este). El Nuevo Mundo estaría compuesto básicamente por los EE. UU., Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile y Argentina, y en parte, Asia. La producción de vino en el Nuevo Mundo, por oposición frente al Viejo, estaría “libre del lastre de la historia, liberada de las fronteras geográficas, y no coartada por onerosas regulaciones diseñadas principalmente para preservar la tradición” (Gastin y Schwing, 2008, pág. 2). Es un mundo en el que, además, el mercado es, en última instancia, el elemento clave, decisivo: “Si al consumidor le gusta tu producto, haces negocio; si no, estás fuera” (Gastin y Schwing, 2008, pág. 1, trad. propia).

Los elementos que lo definirían (Tabla 1) serían una acusada concentración empresarial, como ya se ha comentado, una producción caracterizada por una elevada

² “It was I, I confess, who coined this now much-maligned wine world split. Times have changed. Much of the *Old World* has become new, a little of the *New World* is deemed to be old”, en: Johnson, H. y Robinson, J. (2001): *The World Atlas of Wine* (5ª ed.). Londres: Octopus Publishing Edition. Citado en Gastin y Schwing (2008, pág. 16).

mecanización, la búsqueda de cosechas de uva vinificable muy abundantes, recolectadas en diferentes zonas, pero de variedades homogéneas; y una fuerte inversión en creación de marca basada en herramientas de mercadotecnia, con objetivos globales (exportación) y asociada a productos de características industriales (Barco y otros, 2007). Frente a este sistema, se configura la producción del Viejo Mundo basada en el lugar de origen de la materia prima, que se potencia hasta convertirse en una marca colectiva (la denominación de origen), con consumos internos elevados, pero a la baja, y una imagen basada en valores históricos y de producción tradicional.

Tabla 1. Modelos de producción del Viejo Mundo y del Nuevo Mundo.

	Viejo Mundo	Nuevo Mundo
Localización	Europa	Américas, Australia y Nueva Zelanda, Sudáfrica
Actividad	Tradicional agroindustrial	Industrial comercial
Diferenciación	Por el origen (DO)	Marca y variedad
Modernización	Por mejora de la calidad	Optimización de costes y tecnología
Estrategia	Refuerzo de la imagen de calidad mediante cultura, historia, tradición, territorio...	Aumento de la oferta, animación de la demanda mediante estrategias de marketing
Garantía	Por el origen, marca colectiva	Por la marca/empresa
Concentración empresarial	Media-baja	Alta
Mercado interior	Fuerte, en decrecimiento	Medio, creciente
Orientación hacia la exportación	Media	Alta

Nota: Adaptado de Barco, E., Navarro, M., y Pinillos, M. (2007, pág. 21).

Si observamos la información que presentan las etiquetas de los vinos, la variedad de uva ocupa una posición destacada en las del Nuevo Mundo –en lugar de la añada o la región de origen. En la Figura 2 se puede observar una comparación entre el etiquetado de sendos vinos de Europa (Francia y España) y de América (Chile y California). Las etiquetas del vino francés y español enfocan la atención hacia el origen (AOP y DO) e indican el año de cosecha (2017 y 2018 respectivamente), pero no hacen mención del tipo de uva. En las etiquetas correspondientes al vino de Chile y al de California, la uva (cabernet sauvignon en ambos casos) adquiere una presencia especial. En el caso chileno, el país de procedencia tiene más relevancia que la zona específica de origen.

El perfil del Viejo Mundo, en cambio, otorga relevancia al origen geográfico. Las marcas hacen hincapié en el lugar de producción, así como en virtudes domésticas basadas en la tradición para lograr la calidad del vino. Aunque se ha experimentado cierta concentración, en general la mayoría de las empresas del sector son pequeñas y medianas, y están enfocadas a productos de nicho y al mercado interior (Barco, Navarro, & Pinillos, 2007; Barrère, 2007). Ahora bien, de acuerdo con el estudio de estos autores, dichas características no constituyen causa suficiente para afirmar la existencia de dos bloques homogéneos de países. Hoy, la industria mundial del vino continúa transformándose. Aunque existe un grupo de grandes empresas que controlan una parte significativa del mercado, el vino es un sector que, frente a otros productos alimentarios, permite en ambos grupos de países la existencia de pequeños y medianos productores que conviven con dichos gigantes (Barco, Navarro, & Pinillos, 2007). De hecho, en lo que a las miríadas de marcas, etiquetas y sellos se refiere, tan solo la industria musical es comparable al sector del vino en diversidad (Thach L. , 2008). Además, también en Europa existen empresas

vinícolas que buscan promocionar su propia marca más allá del origen geográfico de sus productos (Barrère, 2007).

Figura 2. Vino francés, chileno, español y estadounidense (de izquierda a derecha).



Nota: Fuente: Páginas de internet de venta de vino en línea.

En la literatura académica, al abundar o cuestionar la oportunidad de esta división entre mundos, muchos optan por referirse a los países europeos como Países Tradicionalmente Productores (PTP) y a otras regiones como Nuevos Países Productores

(NPP). Aun advirtiendo que algunos países entre los “nuevos” ya llevan varios cientos de años produciendo vino, en esta tesis utilizaré preferentemente esta nomenclatura.

2.1.5. El modelo del Viejo Mundo: la protección del origen

Para comprender mejor el funcionamiento del sistema del vino en el ámbito europeo –de los países tradicionalmente productores (PTP)–, conviene detenerse en explicar cómo su producción, a partir del siglo XX, se ha consolidado en torno a un modelo de diferenciación basado en la reputación de un origen geográfico protegido.

Ya en la Antigüedad existían criterios de clasificación que permitían asociar determinadas características a unos vinos frente a otros. Se iban manifestando preferencias por ciertas zonas o rasgos como dulzor, grado alcohólico, o aditivos en forma de resinas o especias. A lo largo de la historia, la constante variación de los atributos del vino (elaboración o maduración, por ejemplo), la difusión de su consumo y los cambiantes gustos y necesidades del público, fueron creando diversos criterios para distinguir los vinos. Y puesto que los alimentos tienen el poder de desencadenar procesos de estructuración social para aquellos consumidores con acceso a los vinos más apreciados y caros, este producto se convirtió también en un elemento para marcar diferencias sociales.

2.1.5.1. Criterios de clasificación

En el momento actual, los criterios de clasificación son muy variados (véase Tabla 2). Dado que el vino puede envejecer sin perder cualidades, o incluso adquirirlas en función del tiempo y el modo de guarda (barricas de roble, botella...) es posible basarse en *criterios temporales*: por ejemplo, el periodo de maduración (envejecimiento en bodega y botella que puede ir de los tres meses del vino joven a los cinco años del vino gran reserva), o bien, clasificando las añadas o *millésime* (el año de cosecha de la uva, que la pone en relación

con una coyuntura climática con). También pueden diferenciarse por *elementos visuales* como el color del vino (tinto, blanco, rosado, naranja...)³; por el *método de vinificación*: vino tranquilo (sin gasificación), espumoso (tipo champán), generoso (con un grado alcohólico entre 15° y 23°, como el Jerez). Muchos de estos criterios son de ámbito local. En Alemania, por ejemplo, donde está aceptada la chaptalización (adición de azúcar para aumentar el grado alcohólico) existe una clasificación basada en el *contenido de azúcar* de las uvas vendimiadas (*Oechslegrade*) (Deutsches Weininstitut, s.f.).

El *tipo de uva* es un criterio de clasificación muy extendido en los nuevos países productores, y ha determinado la consolidación de determinados tipos de uva frente a otras, hasta el punto de denominarlas variedades “nobles” o “mejorantes”, como el cabernet sauvignon, o el merlot. De las 10.000 variedades de vid conocidas en el mundo, 13 cubren más de un tercio de la superficie mundial de viñedos y 33 variedades suponen el 50% de la superficie mundial de viñedos (OIV, 2017). En los vinos puede emplearse una sola variedad (monovarietal) o bien combinar varios tipos (*coupage* o ensamblaje) o incluso mezclar vinos de cosechas de varios años o de varias zonas.

Indudablemente, el *precio* también es un motivo para diferenciar los vinos, aunque en este caso, las descripciones son muy variadas e incluyen términos como *premium*, *súper premium*, selección especial, producción limitada, edición limitada, cosecha especial, selección, etc. Una excepción sería la clasificación de los Grand Crus en Francia. Esta clasificación, que data de 1885, no fue realizada por los productores sino por los

³ El denominado “vino verde” portugués no se incluyen en la clasificación de tipo visual, por varias razones: (1) Es un vino producido en una denominación de origen (Vinho Verde DOC en Portugal), por lo tanto, en un único lugar. (2) Su nombre no alude al color del vino ni tampoco del paisaje, sino al estado de maduración de las uvas, que se recogen de forma temprana para obtener mayor acidez (Cardoso, 2018). (3) Los vinos de esta DO pueden ser tanto blancos como tintos o rosados.

comerciantes. La forma en que se decidieron los cinco niveles de la clasificación se basó en lo que mejor conocían: el precio. Más que el gusto o la reputación histórica fueron las justificaciones comerciales las que decidieron la jerarquía de esta clasificación (Charters, 2006). En la Tabla 2 pueden verse los criterios mencionados.

Tabla 2. Tipos de clasificación de los vinos

Criterio	Descriptor			
Maduración	Roble/Joven	Crianza	Reserva	Gran Reserva
Añada	Año de vendimia	Año de vendimia	...	...
Color	Tinto	Blanco	Rosado	Naranja
Vinificación	Tranquilo	Espumoso	Aguja	Generoso
Oe°Grad	<i>Trockenbeerenauslese</i>	<i>Eiswein</i>	<i>Beerenauslese</i>	<i>Auslese / Spätlese / Kabinett</i>
Tipo de uva	Monovarietal	Ensamblaje		
Precio	1 ^{er} Grand Cru	2 ^{eme} Grand Cru	3 ^{eme} Grand Cru	4 ^{eme} , 5 ^{eme}
Origen	De pago	DOP	IGP	Vino (de mesa)

Fuentes: Vinetur, Deutsches Weininstitut. Elaboración propia

Finalmente, es el criterio espacial, es decir, el *lugar de origen*, de dónde viene el vino, el que se ha consolidado como la forma de identificación y distinción más generalizada (Charters 2006). No solo eso, sino que ha configurado en gran medida la organización del sistema del vino, tal como lo experimentamos actualmente, como atributo

clave de calidad. De tal manera, que cuando hablamos de denominaciones de origen es muy frecuente usar como genérico el término “figuras de calidad”.

2.1.5.2. Vinculación con el origen

La vinculación de un producto –y no únicamente agroalimentario– con el nombre de su lugar de producción, es una práctica antigua en la distribución y venta, como ya hemos visto. El nombre del lugar le otorga un valor especial, y reconoce cualidades específicas de la zona, tanto naturales y climatológicas como culturales o referidas a métodos de elaboración o transformación. Ese conjunto de atributos configura sus características y determina su calidad.

A principios del siglo XX, había dos problemas muy importantes. Por un lado, la adulteración de vinos mediante aditivos químicos que buscaban “arreglar” su sabor. Por otro, algunos vinos que indicaban una procedencia determinada solían estar hechos con vinos de otras zonas. Los intentos de clasificación de los vinos para evitar estas prácticas se enfrentaban repetidamente al fraude y a la falsificación, ya que se intentaba hacer pasar vinos de menor calidad por otros de mayor prestigio. El productor mejoraba sus costes de producción y aumentaba sus beneficios, pero el consumidor no tenía verdaderamente opción que le asegurara la naturaleza del vino que adquiriría (Unwin 1991).

Otro problema añadido era el uso generalizado de los nombres regionales. No solo pasaba a nivel nacional, sino que trascendía fronteras, siendo utilizado para dar nombre a vinos de otros países. El objetivo era poder describir los vinos mediante términos que reconocibles para los consumidores: nombres como jerez, oporto, champagne o burdeos se podían encontrar en Australia o California. Y si bien en algunos casos, los vinos empleaban

las mismas variedades que el “original”, en otros casos eran simples estrategias de comercialización (Unwin 1991).

Esto hizo que se fueran firmando progresivamente acuerdos que buscaban la protección del origen de los productos, no solo en ámbitos nacionales sino internacionales. Entre ellos, el Arreglo de Madrid (1891 y ulteriores revisiones) es el primero que busca establecer un control sobre las mercancías de origen fraudulento o engañoso en el comercio internacional. En el Arreglo de Lisboa (1958), específico para el sector vitivinícola, se profundizaba en la definición de la denominación de origen. En ese momento se empezó también a construir la protección de las DO extranjeras en los diversos países. La OIV, fundada en 1924 como la Asociación de la Viña y el Vino, tuvo desde su nacimiento el propósito de unificar criterios y acometer soluciones para el comercio internacional (Yravedra G. , s. f.).

2.1.5.3. Funciones de las Denominaciones de Origen

La clasificación vitivinícola ligada al origen territorial tiene una doble función: garantizar la calidad de un vino mediante la referencia a la tierra en la que se cultivan las vides y por otro lado, facilitar información al consumidor. Estas clasificaciones permiten además a los propietarios maximizar los beneficios de sus viñedos, frente a una explotación individual.

Desde el punto de vista jurídico, las denominaciones de origen (DO) constituyen una forma de propiedad intelectual (Charters, 2006). La OIV aprobó en 1947 la primera definición internacional de denominación, que actualizó en 1992 (OIV-ECO 2/92) incluyendo la definición de indicación geográfica y puntualizando la de denominación de origen reconocida (OIV, 2021a). En 2021, ha vuelto a reeditar ambas, dando lugar a sendas

definiciones alineadas con las internacionales de la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) y de la OMC (Organización Mundial de Comercio). Esta actualización se ha realizado para incluir “las nociones de reputación y protección por parte de las autoridades competentes de los países” (OIV, 2021a).

2.1.5.4. Objetivos de las Denominaciones de Origen

El propósito de una denominación de origen es la creación de valor añadido simultáneamente para el productor y el consumidor mediante un mecanismo de legitimación basado en el origen espacial. La calidad del producto se liga a su pertenencia a una región específica. Esto dota a los productos con DO de prestigio y valor simbólico derivados de su autenticidad. En este sentido, las DO “objetivan un plus económico significativo para quienes los producen” (Rodríguez-Gómez, 2004). A la vez, proveen al consumidor de una serie de referencias acerca del producto que está adquiriendo. La protección que otorgan está basada en una delimitación geográfica que elimina la posibilidad de deslocalización en la parte productiva y de elaboración: “La protección de la denominación de origen está condicionada a la cosecha y a la transformación de las uvas en vino en la región o el área definida” (OIV, 2021a, pág. 3).

No obstante, en la implementación de este modelo pueden apreciarse diferencias en los marcos regulatorios y en el tipo de controles a que da lugar. Esto indica una adaptación no solo a las características de la zona de producción sino también a la cultura.

2.1.5.5. Alcance de las Denominaciones de Origen

En Europa, con la constitución del Mercado Común Europeo, y posteriormente la Unión Europea, se generalizó el modelo francés en toda la región. A la garantía de procedencia de las uvas, según este modelo, se unieron más controles para reforzar aún

más el concepto de “vino de calidad”. Así, se regulan aspectos como las variedades de uvas que pueden utilizarse en la elaboración del vino, para preservar la tradición vitícola de la zona y evitar uvas “foráneas”, o para promover las variedades que presenten la mejor adaptación posible al terreno; la producción por hectárea –pues se estima que un rendimiento más bajo tiene una influencia directa sobre la calidad de la uva–, el rango de grado alcohólico, o la exclusión de determinadas prácticas enológicas (por ejemplo, tipos de maquinaria de elaboración).

Fuera de Europa, el éxito competitivo de esta fórmula de protección ha hecho que haya ido aumentando el número de países que incluyen una demarcación geográfica para identificar sus vinos, como Australia, Argentina, Estados Unidos o Nueva Zelanda. Ahora bien, eso no significa que admitan los mismos criterios de control, como la restricción de tipos de uva o de las técnicas de producción. Principalmente, aseguran la procedencia de las uvas empleadas en el vino.

El régimen de protección del origen también ha creado diferentes taxonomías alrededor del binomio vino “de calidad” versus vino “corriente”, por así decirlo. De mayor a menor calidad, en Francia encontramos el origen expresado en la Appellation d’Origine Contrôlée (AOC); en Italia están las Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG), Denominazione di Origine Controllata (DOC) e Indicazione Geografica Tipica (IGT) (EFOW, 2022). En Portugal, existen la Denominação de Origem Controlada (D.O.C.) y los Vinhos Regionais (equivalente a IGP). En España, el vino puede ser de Denominación de Origen calificada (DOC), vino con denominación de origen (DO), vino con indicación geográfica (IGP) (CERCV, 2021).

En el último grado de esta jerarquía existían las calificaciones “vino de mesa” y “vino de mesa de indicación geográfica”. Estas fueron sustituidas en 2011 a nivel europeo por la IGP. El objetivo era erradicar la palabra "de mesa" de la nomenclatura vinícola de la UE debido a sus connotaciones de baja calidad. También se daba al mismo tiempo una solución a la ambigüedad de significados entre Vino de Mesa europeo (menor calidad) y el estadounidense (referido a un determinado nivel de contenido de alcohol). Por lo tanto, las expresiones Vin de Table (Francia), Vino da Tavola (Italia), Vino de Mesa (España), Vinho de Mesa (Portugal) y Tafelwein (Alemania y Austria) han quedado legalmente obsoletas. En Francia y en Italia, se habla simplemente de “Vino” (Wine-Searcher, s. f.). Estas denominaciones menos “controladas” gozaron de cierto prestigio hacia 1970 y 1980, gracias a viticultores experimentales que producían vinos de gran calidad y que no querían constreñirse a las limitaciones impuestas por las DOC (Wine-Searcher, s. f.). En la actualidad, los productores de los vinos denominados “naturales”, por ejemplo, se acogen frecuentemente a calificaciones IGP, porque saben que, de otra manera, sus métodos de elaboración no podrían en modo alguno pasar los controles de cata de las DO correspondientes (Robinson, 2014).

En España podemos encontrar la expresión “vino de la tierra” en las diversas IGP. Aunque sigue asociando un origen, el lugar de procedencia es mucho más extenso, y los controles ejercidos en la vinificación son más laxos.

Esta puede ser una de las razones por las que, a pesar del aparente valor añadido del origen, no todo el vino en estos países se produce exclusivamente bajo el régimen de DO. En Italia, por ejemplo, en 2021, la producción de vino bajo DOP fue del 50,2%, del 27,7% bajo IGP, un 1,2 % de vinos varietales (donde se hace mención del tipo de uva

utilizada) y el resto (20,4%) fue vino de mesa, es decir, sin adhesión a ningún régimen de protección (FEDERVINI, 2022). En España, en la campaña 2020-2021, la producción de vino con DOP supuso el 35,69 %, los vinos con IGP el 12,26 %, los vinos varietales sin DOP ni IGP el 24,44 % y el 27, 61% fueron vinos sin indicación geográfica (CERCV, 2021).

En la actualidad, esta diferenciación geográfica, que ha dirigido una auténtica transición hacia la calidad en gran parte del sistema del vino, convive internacionalmente con otras clasificaciones que funcionan a nivel local, como las mencionadas anteriormente para Alemania (grados Oechsle), o en España, con las diferenciaciones por nivel de envejecimiento (reserva, gran reserva, etc.).

2.2. Panorama actual del sector vitivinícola a nivel global

Para asegurar su subsistencia, o, dicho de otra forma, ser económicamente sostenible, la imagen del vino a través de los siglos ha ido descartando determinados aspectos y reforzando otros. El mundo del vino caracterizado en cifras arroja varias informaciones importantes para entender mejor su actual configuración.

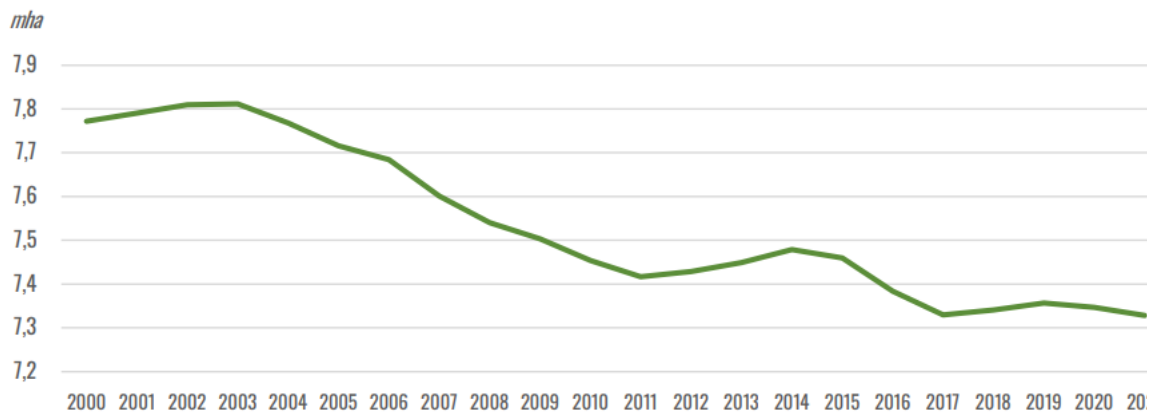
2.2.1. Superficie de viñedo

Por un lado, está la superficie mundial dedicada al viñedo. Los datos expuestos en la Figura 3 comprenden no solo el destinado a producir vino sino también zumo de uva, uvas de mesa y pasas. Diversos motivos han llevado a una paulatina reducción desde principios de siglo, como se aprecia en el gráfico.

En este ajuste mundial de superficie, la Unión Europea ha desempeñado un importante papel. En los años ochenta, tan solo las producciones europeas de vino llegaron a superar los 200 millones de hectolitros, generando tales excedentes que lo

convertían en una actividad económica poco competitiva, frente al potencial de producción de los NPP.

Figura 3. Evolución de la superficie de viñedo 2000-2021



Fuente: OIV (2022): State Of The World Vine And Wine Sector 2021 (pág. 3).

En la actualidad, la Política Agraria Común (PAC) busca un control equilibrado de la producción entre todo el territorio (Maté, 2018). Desde la última regulación de 2016, las regiones que desean aumentar su superficie de viñedo deben negociar la autorización a nivel supranacional⁴. Fuera de Europa, los motivos son diferentes según la región. En los EE. UU., ha disminuido precisamente para controlar una sobreoferta de uvas (lo que contrasta con su sólido perfil de importador de vino). En China, la superficie creció sobremanera entre 2000 y 2015, pero esta tendencia se ha visto frenada en los últimos años, según los datos de su Censo Nacional de Agricultura. En el hemisferio sur, mientras que Chile y Brasil han aumentado su superficie, Argentina, sobre todo en la región de Mendoza,

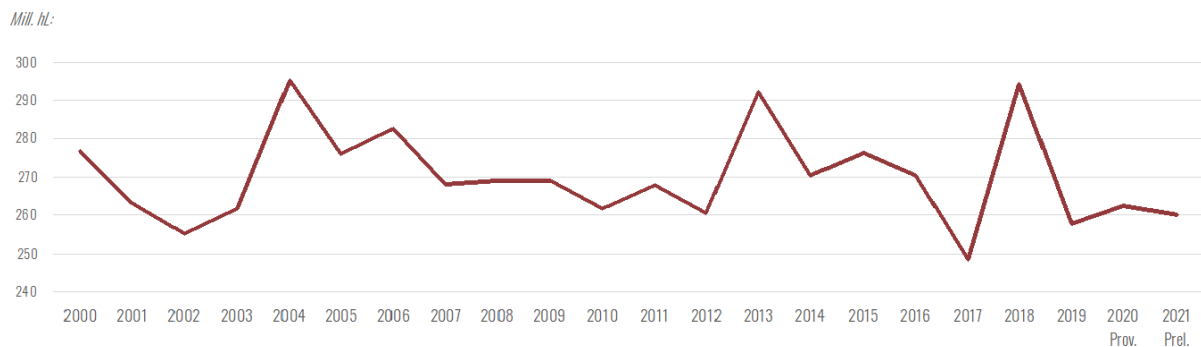
⁴ Desde 2016, sustituyendo el antiguo sistema de derechos de plantación, el Reglamento 1308/2013 de la UE regula el potencial de producción vitícola según un sistema de autorizaciones para nuevas plantaciones (OIV, 2022, pág. 3)

ha registrado una disminución, atribuible sobre todo a factores climáticos: escasez de agua, aumento de temperaturas y sequía. También las severas sequías y las sucesivas olas de calor han influido en los viñedos de Sudáfrica, que desde 2014 han perdido un 6% de su superficie (OIV, 2022).

2.2.2. Producción

Dependiendo sobre todo de los fenómenos climáticos la producción mundial de vino puede tener bastantes oscilaciones, como se aprecia en la Figura 4. Para 2021, se ha estimado la cifra de producción mundial de vino en torno a los 260 millones de hectolitros (OIV, 2022, pág. 6).

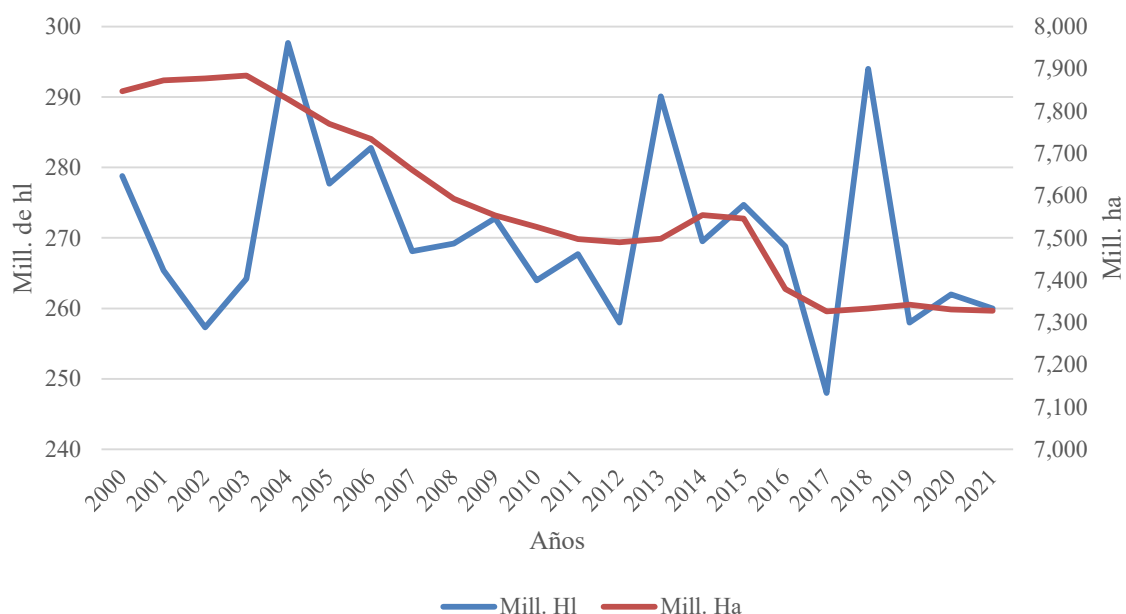
Figura 4. Evolución de la producción mundial de vino 2000-2021.



Fuente: OIV (2022): State Of The World Vine And Wine Sector 2021 (pág. 6).

Si observamos ambos gráficos superpuestos en la Figura 5, se comprueba que, a pesar de que la superficie de viñedo ha ido en disminución, la producción, aunque muestra un patrón irregular, mantiene un volumen promedio de 270 millones de hl en los últimos 20 años. El avance en los conocimientos tecnológicos es clave para mantener estas cifras de producción.

Figura 5. Producción mundial de vino vs. extensión de viñedo (2000-2021).



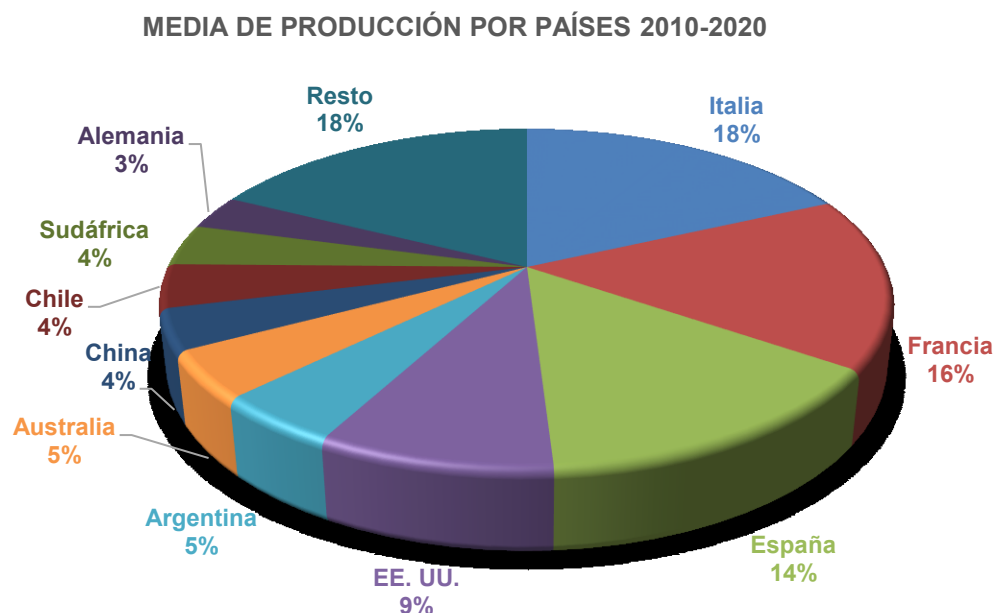
Fuente: Datos OIV y OeMV. Elaboración propia.

2.2.3. Regiones de concentración de la producción

Ahora bien, aunque se produce vino en muchos lugares del globo, el grueso se halla concentrado en unos pocos países. La Unión Europea es invariablemente el área donde se registran los mayores volúmenes a nivel global. Con el 45% estimado del total de la superficie mundial de viñedo (OIV, 2022), en 2021, el 58% del vino producido se localizó en los 27 países que componen la UE (OIV, 2022, pág. 7). De estos 27 países, Italia, España y Francia presentan de forma constante, las cifras más altas en las últimas dos décadas. En 2021 representaron entre los tres el 47% de la producción mundial de vino.

Comparativamente, fuera de la UE, EE. UU., Australia, Chile, Argentina y Sudáfrica son los mayores productores, aunque a mucha distancia (Figura 6).

Figura 6. Medias de producción de 2010 a 2020 sobre total mundial.



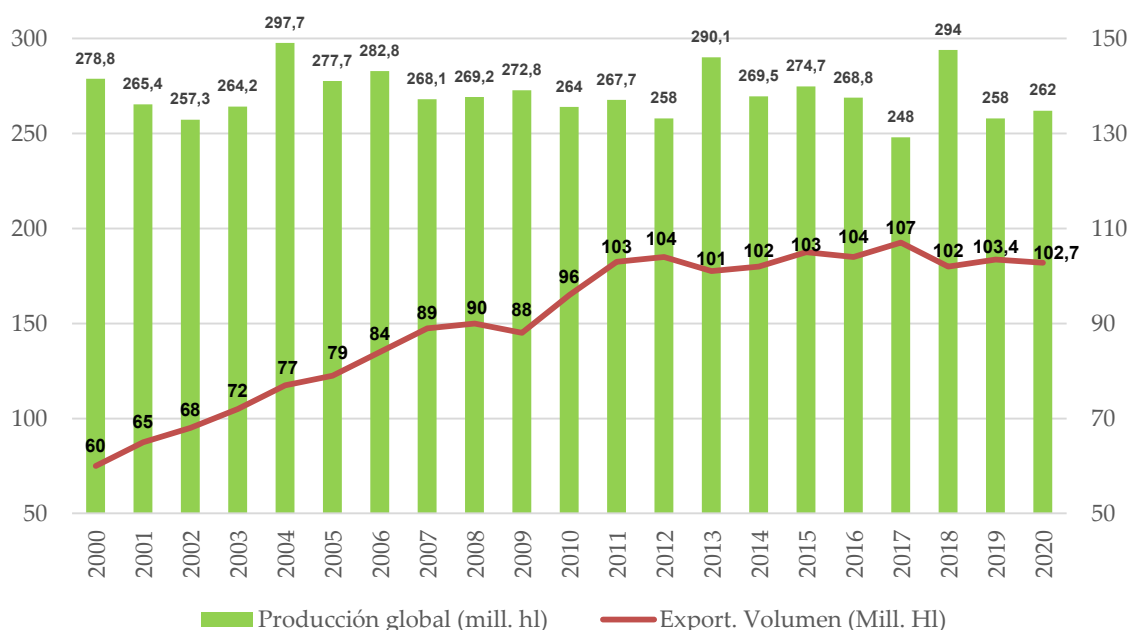
Fuente: Notas de coyuntura OIV. Elaboración propia.

2.2.4. Comercio internacional

La globalización del vino es patente en el progresivo aumento de las cifras relativas a su comercio internacional. La internacionalización del vino no es un fenómeno nuevo, pero los macrodatos indican que cada vez hay más volumen destinado a la exportación (Figura 7). Si en 2007 se exportó el 35% de la producción global, en 2017 esta cifra se elevó al 44%. Es decir, el 44% de la producción no se consumió donde se produjo (OeMV, 2018).

La UE es la principal productora y exportadora de vino, y también concentra la mayor parte de las importaciones en valor (en 2017, el 42,1%). Aun así, en esa misma década, su nivel de importaciones solo aumentó un 18,4% en su valor.

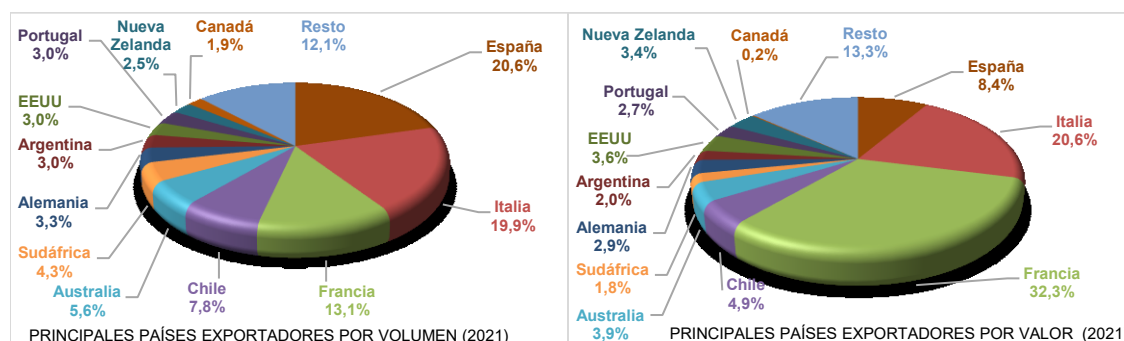
Figura 7. Evolución de los volúmenes de exportación (2000 a 2020).



Fuente: Notas de coyuntura OIV, OeMV. Elaboración propia.

Es decir, los precios medios de las importaciones han ido aumentando bastante más en la Europa no comunitaria, América Latina y Asia (OeMV, 2018). El vino europeo se paga más caro en el mercado externo que en el interno.

Figura 8. Principales países exportadores en 2021 por volumen y valor.

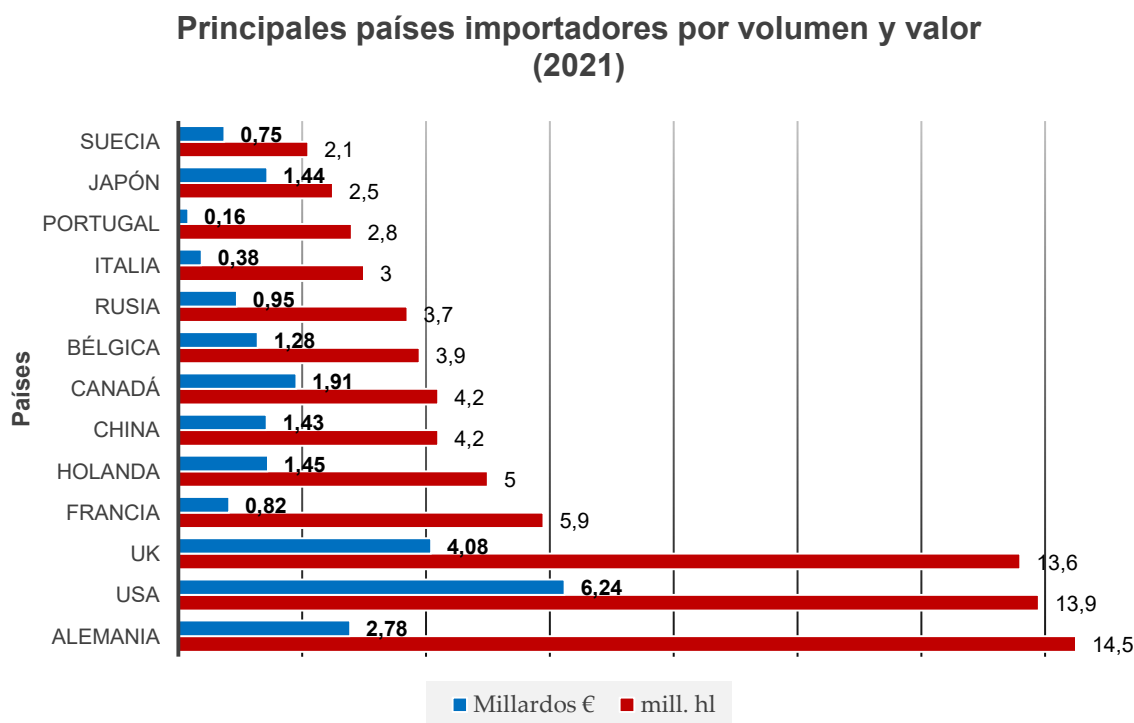


Fuente: Notas de coyuntura OIV. Elaboración propia.

Sin embargo, existen diferencias significativas entre volúmenes y precios. España es el mayor exportador por volumen en el mundo, con un 20,6% del total mundial en 2021. Pero su facturación (8,4%) es muy inferior a la obtenida por Francia en el mismo periodo: 32,3% de los ingresos mundiales por un 13,1% del volumen total exportado (Figura 8).

En el lado contrario, los países que más vino importan (Figura 9) son aquellos cuyo objetivo es satisfacer una demanda que no pueden cubrir con lo que producen. Tal podría ser el caso de Norteamérica donde, de 2007 a 2017, la variación en valor (precios) fue de un 56,7% o de Asia, donde fue de un 250,3% (OeMV, 2018).

Figura 9. Principales países importadores por volumen y valor.



Fuente: Datos OIV. Elaboración propia.

2.2.5. Consumo

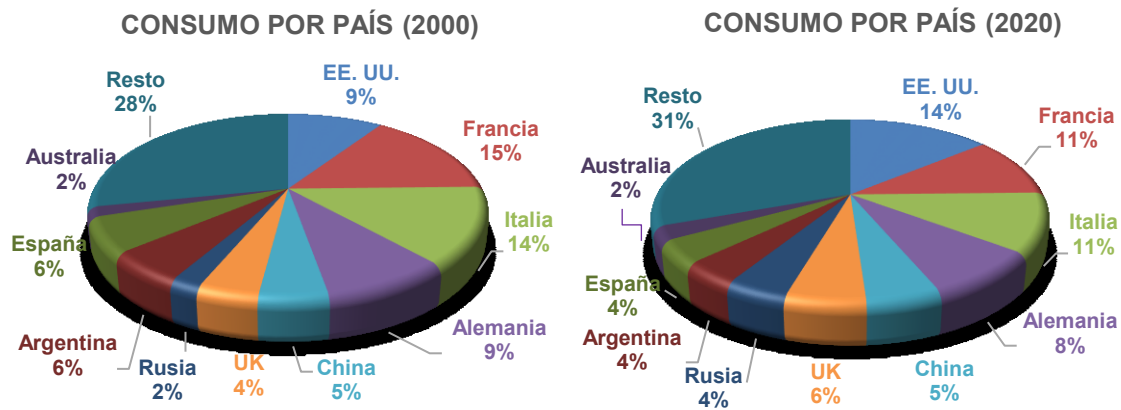
La producción de vino se halla ciertamente sometida a las vicisitudes climáticas. Tal como se ha señalado frente a la reducción de la superficie de viñedo, la media de producción en las dos últimas décadas, sin embargo, se mantiene en cifras muy importantes

El consumo de vino, por otro lado, aunque resulta muy difícil de estimar⁵, ha experimentado cambios muy profundos desde el siglo XX. Hacia 1914, se calcula que en Francia se consumían 150 litros per cápita, en Italia 120, en Portugal 90 y en España 85

⁵ Para el cálculo de la evolución del consumo de vino, la OIV indica que “between year n-1 and year n [consumption] is considered [...] to be half determined by the apparent consumption for the current year (calculated by ‘Production + Imports - Exports’) and half by the consumption for the previous year” (OIV, 2022, pág. 3).

(Simpson, 2011). El vino era la bebida corriente y diaria en el ámbito doméstico y desde edades muy tempranas (Simpson, 2011). Hacia 1960, tras las dos grandes guerras, si bien ya se había avanzado mucho en medios y conocimientos técnicos, aún no existían incentivos económicos suficientes para alentar una producción de vino de calidad. La producción y el consumo continuaban siendo específicas de cada país (Simpson, 2011, pág. 335). A partir de los años 80, el consumo empezó a alejarse del ámbito doméstico. Del vino barato en grandes cantidades se pasó al consumo de otras bebidas, ampliándose a refrescos o cerveza. La mejora del nivel de vida acentuó la demanda de vino con estándares más elevados.

Figura 10. Principales países consumidores: 2000 vs. 2020.



Fuente: Notas de coyuntura OIV. Elaboración propia.

El consumo, antes concentrado en los grandes países productores, se fue desplazando hacia regiones con escasa o nula producción interna. De esta forma, el menor consumo en los grandes productores tradicionales de Europa y Sudamérica, y posteriormente en Europa del Este y Central, tras la caída de la Unión Soviética, se vio compensado por el incremento en el norte de Europa, América del Norte y Japón, que en

la actualidad pueden considerarse importadores tradicionales. Más tarde, surge interés por el vino en otras zonas que hasta entonces habían tenido una relación marginal con el producto, como Asia (Vecchio, 2013).

En la UE, el peso del consumo ha disminuido mucho desde el año 2000, donde se estimaba que suponía el 59% del total mundial. Hoy en día, los países productores tradicionales consumen en total unos 20 millones de hl menos que en 2000 (-15%) (OIV, 2022) (Figura 10). Ahora bien, es al reflejar en cifras el consumo estimado por habitante cuando se observan cambios en esta geografía (Figura 11).

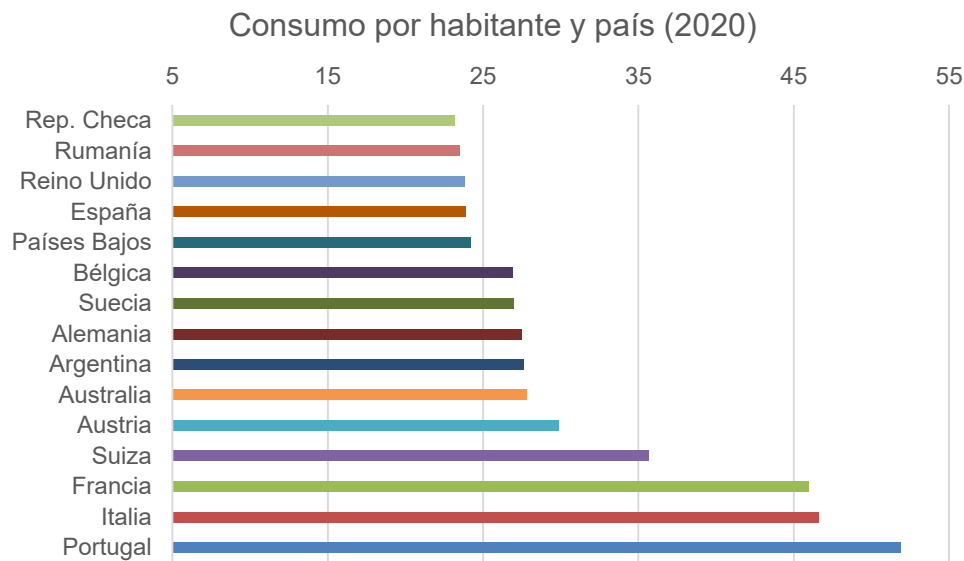
Aunque lejos de las cifras de principios del siglo XX, Italia y Francia siguen entre los consumidores principales. No así España, donde el consumo es mucho más modesto. Los EE. UU., pese a sus altos niveles de importación, no se encuentran en el listado, lo que refleja que el consumo del vino no forma parte realmente de una cultura extendida a nivel nacional.

Todos estos datos expuestos hasta aquí dibujan un panorama donde el vino se ve como un producto de enorme resiliencia, tanto históricamente como en la actualidad, que se ha enfrentado a varios desastres medioambientales, como las plagas de oídio y la filoxera. Los avances tecnológicos desde la segunda mitad del siglo XX ofrecieron al sector una oportunidad creciente de ejercer un control sobre el cultivo, con productos para controlar las plagas, por ejemplo. También la elaboración se ha vuelto altamente especializada, hasta el punto de que es habitual ver un laboratorio durante las visitas guiadas a las bodegas.

Desde el punto de vista de la materia prima, las diferencias climáticas año a año condicionan su calidad y su cantidad. Esto ha configurado a nivel global zonas de

producción preferentes, donde las cosechas presentan mayor fiabilidad, pero también ha determinado diferencias en los modelos productivos.

Figura 11. Consumo per cápita por habitante y país en 2020



Fuente: Statista (2021). Elaboración propia.

Además, el vino ha participado de la historia de la expansión del comercio internacional. Su demanda, primero como producto de lujo, y más tarde como bien de consumo ha creado un sistema de producción dependiente, a su vez, de los sistemas de transporte, lo que complica aún más su huella medioambiental. A medida que la cultura del vino se extiende, surgen nuevos países consumidores y los tradicionales se ven obligados a recurrir a la exportación y a abrir mercados para poder colocar toda su producción. Este genera nuevas amenazas a la sostenibilidad, asociadas precisamente con el intercambio entre las zonas de producción y las zonas de demanda, en forma de mayores emisiones de CO₂, por ejemplo.

No obstante, el sector ha ido tomando, a su vez, posiciones en materia de sostenibilidad. A continuación, muestro una relación de las más extendidas.

2.3. Instanciación de la sostenibilidad en el mundo del vino

¿Qué se puede hacer en el mundo del vino para ser calificado de sostenible? O, dicho de otra manera, ¿qué se asocia con sostenibilidad en el mundo del vino? En primer lugar, se trata de algo voluntario. Queda, por lo tanto, en manos de los distintos actores del mundo del vino la interpretación y ejecución del concepto en función de sus necesidades y de sus circunstancias. Para comprender mejor el panorama actual, así como poner más contexto a la revisión de la literatura que se realiza en el próximo capítulo, en el siguiente apartado incluyo un resumen de aquellas prácticas que –salvo una– permiten una certificación. Dicha certificación constituye una información “objetiva” para el consumidor, ya que es provista por una tercera parte neutral, y sigue unas prácticas basadas en un consenso. Trasciende, por lo tanto, la simple iniciativa individual o la mera adhesión a una legislación en vigor. Más concretamente, producir un vino *sostenible* en la actualidad, requiere elegir un determinado método de producción, incorporar un sistema de gestión o adherirse a un determinado programa. Por oposición, los procesos vitivinícolas donde no se adopta de forma explícita ninguna iniciativa suelen calificarse como *convencionales*.

2.3.1. Métodos de producción

En este apartado, podemos hablar de vinos de producción integrada, ecológicos, biodinámicos y naturales, con diversos marcos regulatorios y posibilidades de certificación, es decir, de comunicación de la iniciativa adoptada. Estos estándares asocian y acercan al vino a su origen agrícola. No fueron desarrollados específicamente para la producción de vino, sino que se emplean en todo el sector de la agroalimentación (salvo el asociado con el vino “natural”), si bien, en el caso del vino, a la normativa relativa al cultivo de la uva se añadieron las regulaciones relacionadas con la elaboración en bodega.

2.3.1.1. Vino de producción integrada

Según la UE, la producción integrada cubre diversos sistemas de producción cuyo denominador común consiste en reducir el uso de insumos y maximizar la utilización de métodos y defensas naturales para el control de plagas. Esto no excluye la utilización de insumos artificiales (es decir, sintéticos) por lo que su potencial de producción es mayor que el alcanzado por el estándar ecológico (Comisión Europea, 2011). Por eso, se suele situar este método a medio camino entre la producción convencional y la ecológica.

En esencia, se refiere a

“un modelo voluntario basado en la aplicación práctica y continua (mediante la transferencia de conocimiento y experimentación entre los servicios técnicos, el agricultor y la propia explotación) de las herramientas de innovación y tecnología que, utilizadas eficientemente, permiten conseguir los estándares de calidad, seguridad y respeto medioambiental que desea la sociedad actual” (Narro, 2014, pág. 3, párr. 3.2).

La producción integrada combina métodos tradicionales y nuevas tecnologías. Como ejemplo, podemos citar el uso de la tecnología GPS, que permite al agricultor tomar decisiones contando con informaciones muy exactas sobre el estado de su cultivo. Eso le permite un uso menor de insumos (nutrientes y pesticidas) con consecuencias positivas tanto en el aspecto económico como medioambiental (Narro, 2014).

En Europa se ha acomodado la producción integrada a la normativa general europea, especialmente tras la Directiva Europea 2009/128/CE sobre utilización de los pesticidas, que la convierte en obligatoria a partir de 2014. Cada Estado miembro debe asegurarse de que los agricultores tienen a su disposición información y herramientas

relativas a este tipo de producción (Parlamento y Consejo Europeos, 2009, artículo 14.2). En el caso del vino, la totalidad del proceso de producción, tanto vitícola como enológico, no excluye la utilización de agroquímicos, pero intenta reducir su uso, con el fin de limitar los efectos negativos en el medio ambiente (suelo, aire y agua) y la diversidad biológica.

Este estándar ha tenido particular aceptación en el sector vitivinícola de Sudáfrica, Nueva Zelanda y Chile e incluye tanto los procesos agrícolas como los de vinificación.

2.3.1.2. *Certificación de producción integrada*

Figura 12. Sellos de producción integrada



Fuente: Respectivamente, páginas web del Gobierno de la Rioja (Rioja, s. f.) y de Navarra (Navarra, s. f.), del Ministerio de Agricultura de Italia (Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, s. f.) y de Sudáfrica (WOSA, s. f.).

Los diversos países han desarrollado sus propios sellos con validez nacional e incorporando, asimismo, distintivos con valores locales. Los sellos se encuentran en todo tipo de productos agrícolas. El proceso de certificación se realiza por entidades

autorizadas por organismos públicos, y determina el uso de dichos sellos. En la Figura 12 pueden verse los sellos correspondientes a dos regiones españolas (La Rioja y Navarra), así como el sello en Italia, Suiza y Sudáfrica, respectivamente. En este último caso, el sello es específico para el sector del vino.

No existen estadísticas de consumo de vino producido según estas características

2.3.1.3 *Vino ecológico*

A pesar de que el vino producido según este estándar recibe denominaciones diferentes según el idioma y/o país⁶, posee elementos comunes muy importantes. En lo referente a la agricultura, se halla la prohibición del uso de OMG, de radiaciones ionizantes y del uso de fertilizantes artificiales, herbicidas y plaguicidas (Comisión Europea, 2007; USDA, 2022). En lo referente a la vinicultura, el vino no solo debe proceder de uvas 100% ecológicas, sino que los ingredientes añadidos en su elaboración deben ser, bien ecológicos –si se trata de ingredientes de origen agrícola (como las levaduras)– o bien estar específicamente autorizados. Los marcos regulatorios son, en la mayoría de los casos, nacionales o supranacionales (Unión Europea). La principal diferencia se registra en cuán estricta sea su formulación. Esta falta de consenso genera problemas para la exportación: un vino certificado como ecológico en un país debe homologarse en otros países para poder ser comercializado con el sello correspondiente.

Concretamente, el uso de sulfitos es un aspecto enormemente controvertido. Es uno de los conservantes más utilizados en el sector de la alimentación. El vino produce dióxido

⁶ En España, Dinamarca y países de habla hispana se hace uso del término *ecológico*, mientras que, en los países anglohablantes y Brasil, el término utilizado es *orgánico* (*organic*, *organico*), en francés, portugués (Portugal) e italiano es *biológico* (*biologique*, *biológico*) (Agrobio, 2022) y en Japón, el término utilizado es *yuki* (FAO, 2001). Pero su significado es análogo y en todos los casos, la autorización para utilizar el término en el etiquetado del producto está supeditada al marco regulatorio correspondiente que concede la certificación en este estándar.

de azufre (SO₂) de forma natural. Pero se añade para detener el proceso de fermentación (pues elimina levaduras o bacterias indeseables) y proteger el vino de la oxidación. Bajo la regulación ecológica de los EE. UU. no se puede añadir al vino (MacEvoy, 2017) mientras que, en la Unión Europea, la regulación indica el nivel máximo de sulfitos que puede tener el vino ecológico frente al vino producido por métodos convencionales (Comisión Europea, 2021).

2.3.1.4 Certificación ecológica

La adhesión a este estándar da derecho, aunque no obliga, al uso de los logotipos e identificadores correspondientes (Figura 13), así como al uso del término “ecológico” (o su equivalente, según la lengua), para denominar aquellos productos derivados de la aplicación de estas prácticas.

Figura 13. Sellos de producción ecológica



Fuente: Organismos oficiales de certificación (Logos presentados en los sitios web del Departamento de Agricultura de los EE. UU., de la Comisión Europea, del Servicio Agrícola y Ganadero de Chile, y de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina).

La certificación no implica directamente la utilización del correspondiente etiquetado, sino que constituyen estrategias diferentes (Delmas & Grant, 2008). La mayoría de los países controla la adhesión a estas prácticas por medio de organismos de certificación de carácter público o privado que acreditan, mediante auditorías, el cumplimiento de los requisitos del marco regulatorio. A efectos de consenso global se encuentra la IFOAM Organic Family of Standards, que contiene “all standards officially endorsed as organic by the Organic Movement, based on their equivalence with the Common Objectives and Requirements of Organic Standards. Both private standards and government regulations are admissible” (IFOAM, 2020).

En 2021, Europa representó la mayor cuota de ingresos, el 77,2% del mercado de vinos ecológicos. Alemania es el mayor consumidor de vino ecológico. Según International Wines and Spirits Record (IWSR), Alemania (24%), Francia (16%) y el Reino Unido (10%) fueron los tres principales mercados para el consumo mundial de vino ecológico.

2.3.1.5. *Vino biodinámico*

El estándar biodinámico reclama para sí una visión holística de la agricultura y de la producción y procesamiento de los alimentos. Se considera un estándar más estricto que el orgánico porque no pretende únicamente mantener las cosas como están, sino devolver más de lo que recibe. A partir de las enseñanzas del científico y filósofo Rudolf Steiner, desde 1924 se han venido desarrollando estos métodos de cultivo, que consideran la finca

“como un organismo en el que las plantas, los animales y los seres humanos están conjuntamente integrados. La diferencia más significativa es que en la agricultura biodinámica se trabaja con las energías vitales en la naturaleza y no solamente con las necesidades materiales. Un aspecto de esto es la consideración

de los ritmos cósmicos en la producción vegetal y la cría animal (por ejemplo, en un cultivo; la siembra y la cosecha deben estar programadas si es posible en los días favorables)” (Deméter, s. f.).

2.3.1.6. Certificación

Aunque el sector biodinámico no tiene una regulación oficial, se podría decir que cuenta con una doble certificación: la ecológica, pues es condición *sine qua non* para cualificarse como biodinámico, y la certificación propia de Deméter (Figura 14). La organización posee una estructura internacional con organismos de certificación en Europa, América, África y Nueva Zelanda. Si bien los estándares Deméter para la viticultura son anteriores, pues eran asimilables a los de otros cultivos, las normas de elaboración del vino biodinámico se aprobaron en 2008, después de la publicación de la regulación europea para el vino ecológico (Castellini, Mauracher, & Troiano, 2017).

Figura 14. Sello Deméter



Fuente: (Deméter, s. f.)

El estándar biodinámico se considera más restrictivo que el ecológico (Parga Dans, 2019; Maykish, Rex, & Sikalidis, 2021). Por otro lado, el poseer un único organismo certificador no ocasiona la misma confusión sobre el alcance de sus normas, frente al estándar ecológico, cuyas normas varían de país a país. El estándar biodinámico, por otro

lado, no carece de detractores, que lo califican de “vudú agrícola” por sus “prácticas esotéricas” haciendo referencia a los preparados homeopáticos y al uso de calendarios astrológicos que determinan las intervenciones de los viticultores (Smith & Barquín, 2007, pág. 4).

Los conocimientos científicos, que gozan de la mayor legitimidad posible desde el punto de vista social, entran en conflicto con intuiciones y realidades ocultas que exigen actores iniciados (Foyer 2018). Desde el punto de vista académico, se suele estudiar el vino biodinámico como un nicho dentro del vino ecológico. Se han realizado diversos estudios para comprobar la existencia de diferencias organolépticas (y, por tanto, de calidad final) entre el vino convencional, ecológico y biodinámico sin llegar a resultados concluyentes respecto a las diferencias entre estos dos últimos (Maykish, Rex & Sikalidis 2021).

2.3.1.7. Vinos naturales (de mínima intervención)

Carecen de una definición oficial y de marco regulatorio. Tampoco existen organizaciones encargadas de su certificación (Alonso González & Parga-Dans, 2020; Galati, Schifani, Cresciman, & Migliore, 2019) aunque sí existen asociaciones privadas cuyos miembros se comprometen a respetar unos determinados principios. Además de “practicar una agricultura respetuosa se mantiene un comportamiento coherente a la hora de canalizar recursos como la energía, el trabajo o el agua” (PVN, s.f.). En general, se trata de vino elaborado sin pesticidas, productos químicos ni aditivos como el SO₂, levaduras, etc. Se describe frecuentemente como un vino “de mínima intervención”. Los vinos naturales también están sin clarificar y sin filtrar, lo que significa que cualquier microbio o proteína que haya en el vino sigue presente en la botella (Maykish, Rex, & Sikalidis,

2021). La literatura académica al respecto es escasa y pone de manifiesto la necesidad de una regulación de este tipo de vinos (Alonso González & Parga-Dans, 2020).

2.3.2. Métodos de gestión

2.3.2.1. ISO

La International Standard Organisation (ISO) se ocupa de anunciar en su página web que no todo necesita estandarización, pero sí aquello que presenta un desafío colectivo y compartido y que requiere una construcción en torno a un consenso (ISO, s. f. a). Específicamente relacionadas con la sostenibilidad se hallan dos familias de normas: ISO 14000 e ISO 26000. Puestas en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que requieren “consenso, colaboración e innovación”, ISO ha identificado aquellos estándares que permiten realizar la máxima contribución posible. La familia 14000 para sistemas de gestión medioambiental detalla herramientas prácticas para que las organizaciones gestionen el impacto de sus actividades en el medio ambiente. Este conjunto de normas, que incluye una de las más utilizadas de ISO (ISO 14001, Sistemas de Gestión Medioambiental), comprende marcos generales, auditorías, comunicaciones, etiquetado, análisis del ciclo de vida y métodos para mitigar y adaptarse al cambio climático y se identifica con el Objetivo n° 13 de Cambio Climático. También se ha desarrollado la norma 14040 que concierne al etiquetado medioambiental (ISO, 2016) y una norma 26000 que concierne la certificación de la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) (ISO, s. f. b) y que suele emplearse en conjunto con las recomendaciones de la GRI (General Reporting Initiative) sobre sostenibilidad. El uso de dichas normas puede facilitar el acceso a un sistema integrado de gestión sostenible, como el EMAS (EU Eco-Management and Audit Scheme) en el contexto europeo. Fue desarrollado por la Comisión Europea para que

empresas y otras organizaciones evalúen, informen y mejoren su comportamiento medioambiental. El EMAS está abierto a todo tipo de organizaciones y abarca todos los sectores económicos y de servicios (Comisión Europea, s. f. b) pero presenta un sesgo hacia las cuestiones medioambientales.

2.3.3. Programas

Tabla 3. Certificaciones internacionales de sostenibilidad vitivinícola en el contexto internacional.

País	Programa de certificación
Nueva Zelanda	Sustainable Winegrowing New Zealand (SWNZ)
California	Certified California Sustainable Winegrowing (CCSW)
Sudáfrica	Sustainable Wine South Africa (SWSA)
Australia	Entwine Australia
Chile	Certified Sustainable Wine of Chile (CSWC)
Francia	Terra Vitis
Argentina	Bodegas de Argentina Certified Sustainability
Alemania	FAIR'N GREEN Standard for Sustainable Viticulture
Italia	VIVA Sustainability
Portugal	Wines of Alentejo Sustainability Programme (WASP)
España	Wineries for Climate Protection (WfCP)

Nota: Adaptado de Latorre-Carrascosa, T. (2020).

Según Latorre-Carrascosa (2020), los certificados voluntarios aparecidos en diversos países del mundo del vino resultan de suma importancia para la sostenibilidad. En su mayor parte, incorporan compromisos relacionados con la mitigación. No obstante, la

competencia con la multitud de estándares a nivel global, como alguno de los mencionados anteriormente, dificulta su valoración en el mercado. En el caso del certificado español, se pone de relieve que se orienta más hacia aspectos medioambientales, por lo que podría confundirse con una iniciativa centrada únicamente en la acción climática y no tanto en un enfoque integral de la sostenibilidad (Tabla 3).

Aparte de la superficie de viñedo ecológico, del resto de medidas no existen datos a nivel global ni de producción ni de consumo. Una vez planteada la situación actual del sector vinícola a nivel global así como las iniciativas sostenibles que está llevando, presento en el siguiente capítulo la revisión de la literatura académica que ha abordado la sostenibilidad en el sector del vino.

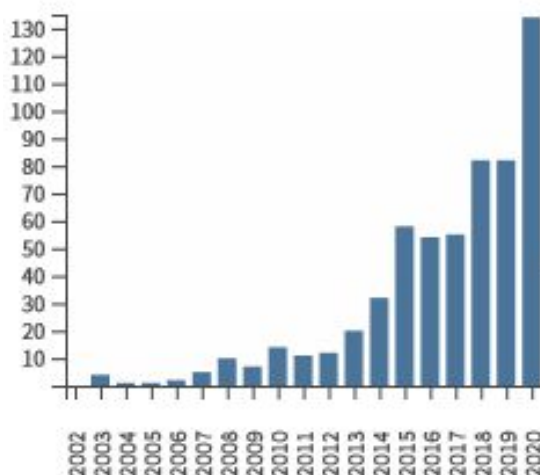
CAPÍTULO 3. REVISIÓN DE LA LITERATURA

En este capítulo, presento una revisión de la bibliografía sobre vino y sostenibilidad, fijándome en los temas hacia los que se ha orientado la atención académica en la última década. Incluyo, además, la dimensión social, al ser un elemento importante y que ha recibido poca atención. Finalmente, señalo una laguna de investigación, que me ha servido para enfocar el tema de esta tesis.

3.1. Revisión bibliográfica

A la hora de verificar el estado del arte de la investigación sobre la sostenibilidad en el vino, la primera constatación es el avance del interés por este tema en los últimos 20 años (Figura 15).

Figura 15. Evolución de la asociación “vino”+“sostenibilidad” en la literatura académica.



Nota: Publicaciones encontradas: 636; total de veces citado: 7929; promedio de citas por elemento: 12,47. Búsqueda realizada en Web of Science el 20-05-2021.

Una búsqueda simple en Web of Science asociando los términos “vino” y “sostenibilidad” realizada el 20 de mayo de 2021 para el periodo comprendido entre 2001

y 2020, arrojó 636 publicaciones. La Figura 15 muestra gráficamente la evolución de dicho interés, que ha seguido creciendo con posterioridad.

El vino ha sido objeto de interés multidisciplinar y, por lo tanto, hay una literatura muy abundante que aborda el estudio de la sostenibilidad en el sector, desde muy diferentes perspectivas (véase Figura 16).

Figura 16. Áreas disciplinares “vino”+“sostenibilidad”



Nota: Representación gráfica que muestra los resultados de la búsqueda por distribución según disciplinas científicas. Las áreas no son estrictamente proporcionales con los valores mostrados. (Web of Science, 20-05-2021).

Para esta investigación, mi objetivo en la revisión de la literatura científica era extraer los aspectos que más interés han despertado desde un punto de vista socioeconómico. Por lo tanto, quedaron excluidas las fuentes provenientes de ciencias como la viticultura, la química, la bioquímica, la microbiología o la nutrición, que se ocupan de los aspectos científico-técnicos, más propios de la viticultura o la enología (Moreno Arribas, 2011, pág. 9).

Tras eliminar duplicidades, tomé en consideración 123 artículos que sirvieron para determinar las tendencias y conceptos más frecuentes en la investigación realizada en las últimas dos décadas sobre la sostenibilidad en el mundo del vino, inscritos fundamentalmente dentro de las ciencias sociales.

Tabla 4. Distribución de la literatura académica revisada sobre sostenibilidad en el sector del vino.

Tema	País	Método
Conceptos y casos	<i>Varios</i>	<i>Revisión de literatura (6)</i>
Actitudes y motivaciones en los productores	<i>Italia (7), Nueva Zelanda (5), España (3), EE. UU. (3), Alemania (1), Australia (1), Francia (1), varios (2)</i>	<i>Cualitativo (7), cuantitativo (13), mixto (3)</i>
Indicadores y métodos de evaluación	<i>Italia (17), España (9), Australia (6), Portugal (4), Argentina (3), Alemania (2), Nueva Zelanda (2), Austria (1), Chile (1), Finlandia (1), Grecia (1), UE (1), varios (5)</i>	<i>Cualitativo (7), cuantitativo (43), mixto (3)</i>
Certificación	<i>EE. UU. (5), Francia (2), Italia (2), Canadá (1), UE (1), Sudáfrica (1)</i>	<i>Cualitativo (7); cuantitativo (4); mixto (1);</i>
Actitudes y motivaciones en los consumidores	<i>Italia (16), Alemania (5), EE. UU. (3), España (2), Francia (1), varios (2)</i>	<i>Cualitativo (1); cuantitativo (25); mixto (3)</i>

Nota: Web of Science, 20-05-2021.

Varios de estos artículos de revisión (6) sirvieron como guía inicial para entender los conceptos y los casos más relevantes. En una segunda fase de profundización, las temáticas sobresalientes resultaron ser: motivaciones, actitudes y comportamientos hacia la sostenibilidad entre los productores (23); certificación y etiquetados (12); motivaciones, actitudes y comportamientos entre los consumidores, incluidos tres artículos de revisión (29); y por último, el grupo más numeroso (53): las publicaciones centradas en indicadores, prácticas sostenibles (técnicas de cultivo, reciclaje, energía renovable, economía circular, etc.), así como evaluaciones y métodos de evaluación de la sostenibilidad en el sector. Curiosamente, los aspectos culturales no encontraron lugar, salvo si consideramos el enoturismo como una actividad que atiende también a esta dimensión.

Los resultados de esta búsqueda inicial me sirvieron como base para organizar la revisión bibliográfica. Tal como se observa en la Tabla 4, los casos de estudio se concentran principalmente en los países productores, que no coinciden –como se mencionaba en el Capítulo 2– con los países de mayor consumo. Italia es el país que reúne el mayor número de casos de estudio entre las publicaciones revisadas. Y los diseños de investigación recurren en su mayoría a las metodologías cuantitativas.

Posteriormente, esta revisión se fue completando mediante publicaciones en lengua castellana y más específicamente relacionadas con España.

3.2. Principales enfoques de la investigación sobre sostenibilidad

A continuación, se profundiza en los enfoques temáticos más sobresalientes según la clasificación de la Tabla 4.

3.2.1. Tema 1: Conceptos y tendencias

Los artículos de revisión nos proporcionan una primera visión del estado del arte de la investigación en las últimas dos décadas. En ellos, hay unanimidad a la hora de señalar la importancia que tiene una definición de sostenibilidad, para articular indicadores y crear variables significativas que permitan una adecuada evaluación. La existencia de estos indicadores incrementaría el conocimiento de los individuos sobre sus organizaciones y podría influir en sus decisiones (Santiago-Brown, Metcalfe, Jerram, & Collins, 2015, págs. 16-17). Para autores como Hoffmann, Lubel y Hillis (2014), cuanto más se orientan las definiciones de sostenibilidad hacia acciones concretas (como, por ejemplo, la viticultura orgánica), mayor es su eficacia. Permiten enfocar la atención hacia incertidumbres económicas, problemas ecológicos e injusticias sociales que precisan atención inmediata en lugar de caer en estériles discusiones conceptuales. Más aún, una visión de la sostenibilidad lo más inclusiva posible significa ir más allá de factores “físicos”, como, por ejemplo, el clima, y tener en cuenta factores sociales. Permitiría incluso atender a la influencia de la cultura del vino en el medioambiente, así como al nivel general de actividad y respuesta en los diferentes territorios (Christ & Burritt, 2013, pág. 240).

Sin embargo, también coinciden en subrayar, repetidamente, lo complejo de definir el concepto de sostenibilidad (Golicic, 2021; Christ & Burritt, 2013; Gilinsky, Newton, & Fuentes Vega, 2016; Baiano, 2021; Szolnoki, 2013), así como que no existe una definición unívoca o compartida (Casini, Cavicchi, Corsi, & Santini, 2010; Hoffman, Lubell, & Hillis, 2011; Szolnoki, 2013; Santini, Cavicchi, & Casini, 2013; Santiago-Brown, Metcalfe, Jerram, & Collins, 2015; Martins, y otros, 2019; Baiano, 2021).

Desde un punto de vista académico, la sostenibilidad se explica como un comportamiento para responder a una serie de estímulos externos o internos (Santini, Cavicchi, & Casini, 2013, pág. 3), un conjunto de principios que atienden a los tres aspectos considerados por la ONU (Gilinsky, Newton, & Fuentes Vega, 2016), o bien se define en términos de la triple cuenta de resultados (Mariani & Vastola, 2015).

Desde la praxis, la visión de los productores, es decir, su propia definición de sostenibilidad presenta diferencias, tanto por países (Santini, Cavicchi, & Casini, 2013, pág. 13) como por continentes –recurriendo una vez más a la diferenciación entre Viejo y Nuevo Mundo (Gastin & Schwing, 2008). La diferencia más acusada es la importancia otorgada al papel de los aspectos medioambientales y/o los económicos: en Europa (PTP), la visión de la sostenibilidad parece ser más restringida, y estar centrada en temas medioambientales. Por lo tanto, a pesar de que conceptualmente los principios de sostenibilidad no pueden asimilarse a métodos de producción, su atención se dirige a estos últimos. Parten de visiones que, bien evocan la necesidad de dejar la tierra en mejor estado de cómo se encontró (Gilinsky, Newton, & Fuentes Vega, 2016), bien identifican la sostenibilidad con las prácticas de la agricultura orgánica y biodinámica, que en Europa han alcanzado mayor difusión (Mariani & Vastola, 2015). En cambio, en zonas como California (NPP), se considera la sostenibilidad económica como premisa fundamental para una gestión ecológica y socialmente equitativa (Mariani & Vastola, 2015).

La inclinación hacia el enfoque medioambiental no es exclusiva del sector vinícola. No obstante, dado que el vino se obtiene en zonas geográficas y climáticas relativamente limitadas y las variedades de uva tienen determinados rangos climáticos de excelencia, los cambios en el clima a corto y a largo plazo tienen una enorme influencia en estos nichos

de calidad y producción (Jones & Webb, 2010). En general, el sector agroalimentario puede enfrentarse al calentamiento global de dos formas:

- Mediante la *adaptación*, es decir, poniendo en marcha aquellas prácticas que permitan continuar con la producción, por ejemplo, buscando zonas de cultivo de mayor altitud o empleando clones más resistentes a la temperatura.
- Evitando o mejorando aquellos procesos que más impacto tienen en la producción de GEI (gases de efecto invernadero), lo que se denomina *mitigación*.

Como es lógico, existe una relación entre ambos. El éxito de la mitigación hará menos necesarios los esfuerzos de adaptación. El sector vitivinícola puede tratar de influir en los resultados del cambio climático y, por lo tanto, contribuir a la sostenibilidad global y del sector (Jones y Webb, 2010).

Al ser el vino un producto comercial, desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, las iniciativas medioambientales se asocian necesariamente a un umbral de rentabilidad, que en algunos casos, termina otorgando más relevancia al pilar económico de la sostenibilidad (Jones & Webb, 2010; Mariani & Vastola, 2015; Gilinsky, Newton, & Fuentes Vega, 2016; Sacchelli, Fabbriizzi, & Menghini, 2016). Pero no en todas las zonas se produce este sesgo. Es destacable, por ejemplo, la aproximación en Sudáfrica, donde el pilar social tiene mayor presencia debido al contexto histórico derivado del *apartheid* (Gbejewoh, Keesstra, & Blancquaert, 2021).

En todo caso, tal como exponen Sacchelli et al. (2016), se confirma en el debate científico que la combinación de los términos “vino” y “sostenibilidad” conduce sustancialmente hacia una definición que tiene en cuenta, sobre todo, la perspectiva

medioambiental y económica en las organizaciones. El aspecto social aparece, pero lo hace de una forma accesorio (pág. 173).

3.2.2. Tema 2: Actitudes y motivaciones de los productores

La literatura sobre este tema se centra en determinar los motivos, incentivos y factores que hay detrás de la adopción de las distintas iniciativas sostenibles. De singular importancia son los *valores personales* (Gabzdylova, Raffensperger, & Castka, 2009). Cuanta más conciencia medioambiental, mayor es la proclividad hacia inversiones en iniciativas destinadas a mejorar el uso de los recursos naturales y en la I+D asociada (Muscio, Nardone, & Stasi, 2014; De Bernardi & Pedrini, 2020). Por otro lado, la forma en que un individuo reacciona ante el concepto de cambio climático se ve influida desde diferentes esferas macro (política, religión, cultura), meso (sociales, como instituciones, redes, comunidades) y micro (circunstancias particulares como valores, objetivos, o construcciones de tipo identitario) (Fleming, Dowd, Gaillard, Park, & Howden, 2015).

El papel de los consumidores, así como el *tamaño de la organización* también parecen influir en la adopción de iniciativas sostenibles, según Gabzdylova, Raffensperger, & Castka (2009), aunque los resultados no son consistentes. La investigación de Spielmann (2017) en Francia apuntaba a que las bodegas más grandes y con inversiones directas en el extranjero mostraban actitudes más positivas y mayor implementación de prácticas de sostenibilidad medioambiental que las empresas que operaban solamente en el mercado doméstico (Spielmann, 2017). Sin embargo, en otro estudio más reciente realizado en Francia e Italia, Ouvrard y Spiga (2020) no encontraron una relación tan clara entre el tamaño de la bodega y las prácticas sostenibles. Las bodegas pequeñas también

participaban de las prácticas sostenibles, aunque eran más conscientes de la dificultad de encontrar un equilibrio económico a corto plazo.

Los *marcos regulatorios* juegan un papel importante para fomentar la innovación y la resiliencia de los sistemas vitícolas (Lubell, Hillis, & Hoffman, 2011; McWilliam & Wesener, 2020; Gabzdylova, Raffensperger, & Castka, 2009). A nivel europeo, están impulsando el crecimiento de un mercado orientado a productos orgánicos. La investigación sugiere que no atender a estos desarrollos puede significar para muchos productores quedarse fuera del mercado. En este sentido, las prácticas sostenibles se conciben como un factor diferencial que conduce a ventajas competitivas (mayor calidad del producto y mejores innovaciones) (Spielmann, 2017; Varia, Macaluso, Agosta, Spatafora, & Dara Guccione, 2021). Los esfuerzos de sostenibilidad de muchas bodegas constituyen un elemento que les sirve para distinguirse en un mercado global intensamente competitivo (Flint & Golicic, 2009).

Pero incluso los beneficios de esta ventaja competitiva pueden verse de forma distinta según el país. En un estudio comparativo entre EE. UU., Italia y España, se halló que las bodegas de los tres países percibían una ventaja competitiva en el compromiso con las prácticas sostenibles. Pero, mientras que para EE. UU. e Italia los principales beneficios percibidos por los encuestados se centraban en la reducción de costes, para los participantes españoles eran más importantes como estrategia de diferenciación (Gilinsky J. A., y otros, 2015).

Por ello, el *acceso al conocimiento* y la cooperación son también incentivos importantes para motivar las iniciativas sostenibles (Lubell, Hillis, & Hoffman, 2011; McWilliam & Wesener, 2020; Gabzdylova, Raffensperger, & Castka, 2009). En Alemania,

Siepmann y Nicholas (2018) encontraron que las dudas sobre los beneficios medioambientales de la viticultura ecológica, especialmente por el uso del cobre y azufre o determinados posicionamientos ideológicos en contra de la agricultura ecológica podían constituir una barrera. Un estudio reciente realizado en España (Cerdà & Rodrigo-Comino, 2021) pone de relieve la importancia de difundir mejor los conocimientos sobre los beneficios e impacto de las iniciativas sostenibles como forma de estimular los factores motivacionales. En un estudio que demostraba los beneficios de los cultivos intermedios⁷ para mejorar la salud del suelo realizados en viñedos, la percepción de los agricultores era contraria a su utilización porque los consideraban “sucios”, costosos y motivo de pérdida de reputación y respeto frente a los demás agricultores. Según los autores, para mejorar la degradación de la tierra deberían desarrollarse programas de educación y difusión que informaran a los agricultores de su papel clave en la gestión adecuada de los viñedos (Cerdà & Rodrigo-Comino, 2021).

Dado que se trata de un sector enormemente atomizado, es evidente la importancia que la rentabilidad estratégica de las iniciativas sostenibles puede tener para la diferenciación de las marcas. Pero conviene no subestimar la importancia del acceso al conocimiento y los impulsores internos –basados en razones éticas, eficiencia operativa, posicionamiento en el mercado, valores personales, preferencias, satisfacción profesional– en las decisiones estratégicas que pueden poner en marcha iniciativas sostenibles (García-Cortijo, Ferrer, Castillo-Valero, & Pinilla, 2021).

⁷ Planta de crecimiento rápido que se puede intercalar entre hileras del cultivo principal; se emplea a menudo como abono verde. (FAO, 2009, pág. 19).

3.2.3. Tema 3: Mediciones: Ser sostenible, pero ¿cómo y cuánto?

En línea con la consideración de su valor como ventaja competitiva, la evaluación de la sostenibilidad medioambiental se ha incorporado también al análisis de sostenibilidad económica como herramienta estratégica para aumentar el valor del producto y estructurar estrategias de *marketing* enfocadas hacia los aspectos ecológicos (Falcone, y otros, 2015; Annunziata, Pucci, Frey, & Zanni, 2018).

En el análisis de la literatura centrada en esta temática, la cuestión de base es cómo evaluar la sostenibilidad de las distintas iniciativas y/o actores del mundo del vino. La evaluación cuantitativa del impacto ambiental provocado por la producción de vino, al estar basada en cifras, es lo que atrae más interés, por cuanto proporciona mayor sensación de objetividad.

En este sentido, clasifico las diferentes evaluaciones en tres apartados, en función de su alcance:

- Evaluación basada en *indicadores*: Multitud de experiencias e iniciativas de sostenibilidad analizadas se basan en indicadores mensurables (uso de recursos hídricos, huella de carbono, energía, prácticas agrícolas) (Rugani, Vázquez-Rowe, Benedetto, & Benetto, 2014; Christ, K., 2014; Castex, Morán-Tejeda, & Beniston, 2015), donde el enfoque medioambiental es predominante y se evalúan distintos parámetros de forma individualizada.

- Análisis de “*ciclo de vida*”: También son muy numerosos los estudios basados en este tipo de evaluación que tiene como fin incluir un mayor número de procesos (Falcone, y otros, 2015; Iannone, Miranda, Riemma, & De Marco, 2016; Martins, Araújo, Graça, Caetano, & Mata, 2018). A pesar de ello, la relación entre la evaluación cuantitativa y la

mejora de los resultados de sostenibilidad de las empresas y organizaciones vitivinícolas no está clara. Los valores numéricos no permiten obtener una descripción global del sistema, y tampoco ofrecen información para diseñar otras estrategias o mejorar la gestión de los recursos naturales. Por ejemplo, un análisis de sostenibilidad basado en cifras resulta insuficiente para comprender la dinámica de las interrelaciones entre los resultados del sistema y el uso de los recursos o insumos (Santiago-Brown, Metcalfe, Jerram, & Collins, 2014).

- *Programas de sostenibilidad*: La adhesión a programas o marcos regulatorios, bien nacionales o locales, implica el cumplimiento de una serie de normas. Los programas de sostenibilidad facilitan la gestión y toma de decisiones, la promoción, participación y construcción de un consenso. A la vez, pueden dar acceso a determinados beneficios que resultan cruciales para la sostenibilidad económica del negocio (por ejemplo, en Sudáfrica es necesario pertenecer al programa nacional para obtener el permiso de exportación (WOSA, s. f.). Algunos de estos programas, como en Chile o en Sudáfrica, evalúan aspectos sociales. Pero la mayoría se centra en los aspectos ambientales (Mariani y Vastola, 2015; (Compés-López & Latorre-Carrascosa, 2020). La principal fortaleza de los programas nacionales o regionales, frente a marcos regulatorios de corte internacional, es la introducción del contexto (Santiago-Brown, et al. 2014). Ponen de relieve cuestiones locales y territoriales (como tradición cultural, paisaje, elementos ambientales...). El enfoque cambia en función de la amplitud de su alcance. En este sentido, los programas de alcance nacional tienden a basarse en expertos y políticas públicas; mientras que, si el marco es regional, el enfoque es de abajo arriba (*bottom-up*). En este segundo caso, la propuesta es probable que provenga de un compromiso o entendimiento locales. La

presencia y participación de las partes interesadas tiende a ser más fuerte. En su análisis de los programas de varios países, Flores (2018) apunta como hipótesis para el éxito de estos marcos en el contexto vitivinícola la relación entre organizaciones, el apoyo de las instituciones y de los "campeones" (personas o empresas que impulsan y sirven de ejemplo o guía) (Giacomarra, Galati, Crescimanno, & Tinervia, 2016; Santiago-Brown, Metcalfe, Jerram, & Collins, 2014). El uso de estos marcos de actuación es una forma de leer e interpretar la realidad (Flores 2018, pág. 2303). Por lo tanto, los programas de sostenibilidad pueden considerarse la respuesta particular de los territorios vinícolas ante esta exigencia social. También pueden constituir un importante elemento de posicionamiento ante mercados y clientes, subrayando y sistematizando sus prácticas o como iniciativa para mejorar la gestión y promover procesos de innovación (Flores, 2018, pág. 2310). Como posibles desventajas, Flores (2018, pág. 2310) indica que al tratarse de aspectos locales se dificulta la propuesta de guías generales para la evaluación medioambiental. Por otro lado, el enfoque cualitativo basado en la comprobación de cumplimiento de las directrices se centra más en el cumplimiento de las medidas, pero no establece metas claras de avances (Flores, 2018). Otro de sus inconvenientes, según Santiago-Brown, Metcalfe, Jerram, & Collins (2014), es que pueden resultar excesivamente exclusivos. Eso puede desanimar la participación de actores que realmente podrían beneficiarse de su ayuda para mejorar su sostenibilidad.

Además, la heterogeneidad de los programas es muy grande, según Merli, Preziosi y Acampora (2018). Prácticamente todas las coincidencias se concentran en los aspectos medioambientales. De los programas evaluados en su estudio, tan solo uno de ellos consideraba los aspectos sociales. Es necesario identificar criterios comunes no solo para

la sostenibilidad agroambiental sino también para incluir el impacto social y económico de la vitivinicultura (pág. 3803). No obstante, como apunta Golicic (2021), los propios productores están empezando a orientarse hacia un enfoque más inclusivo de la sostenibilidad, lo que significa abarcar sus tres dimensiones.

En el caso de España, se han producido algunas iniciativas desde el sector privado para la promoción de programas de sostenibilidad que proporcionan además una acreditación. Así, a nivel nacional está el programa “Wineries for Climate Protection” (WfCP) de la Federación Española del Vino (FEV, 2019), o las directrices de la organización Spanish Organic Wines (SOW, s. f.). Como ejemplo de colaboración internacional está el programa IWCA (“International Wineries for Climate Action”) fundado en 2019 por la Familia Torres (Penedés) y la Jackson Family Wines (California) (IWCA, s.f.).

3.2.4. Tema 4: Certificaciones

En términos generales, certificar es “emitir un documento que atestigüe que un producto, persona o empresa se ajustan a unas normas técnicas determinadas” (Miranda-González, Chamorro-Mera, & Rubio-Lacoba, 2004, pág. 2). Las certificaciones pueden considerarse una actuación destinada a capitalizar la objetividad de una información positiva sobre un producto ante un público determinado y constituyen por tanto una fórmula de confianza. Son voluntarias, pero puede ocurrir que se exijan para la entrada en un determinado mercado, o para la negociación con un determinado cliente industrial o administraciones públicas. Se han multiplicado en todos los sectores, y van mucho más allá del concepto original de medida de calidad, incluyendo continuamente nuevos aspectos,

como el medio ambiente y los recursos humanos (Miranda-González, Chamorro-Mera, & Rubio-Lacoba, 2004).

¿Qué interés pueden tener los actores de la industria del vino para certificarse?

Según Dodds (2013), para los actores de la industria que ya tienen en marcha iniciativas medioambientales, la certificación ofrece mayor visibilidad y mejor percepción pública. Pero el tiempo y el dinero necesarios para obtenerla se revelan como elementos disuasorios. En el ámbito europeo, la investigación sobre certificaciones hace también hincapié en esta barrera financiera: a pesar de registrar una mejora en el margen bruto, se constata como necesario el aumento de capital propio para financiar las exigencias planteadas por la certificación (Dainelli & Daddi, 2019).

En las empresas familiares –el perfil más frecuente en la industria vinícola–, la intención de los propietarios de transmitir la bodega a la siguiente generación también está asociada con la adopción de una certificación sostenible (Delmas & Gergaud, 2014).

La literatura señala también que la adhesión a un determinado programa de prácticas sostenibles supone mayor conciencia de lo que significa una certificación y contribuye a su implementación. Lahneman (2015) estudió las empresas que empleaban un sistema de gestión medioambiental certificado en la zona del noroeste del Pacífico (área que comprende los estados de Oregón, Washington y Idaho). Encontró que poseían competencias culturales más altas en relación con los significados compartidos de la sostenibilidad, y las usaban para alinear prácticas con significados y evitar ambigüedades en torno a un concepto culturalmente impreciso.

Por otro lado, el ecoetiquetado aumenta la expectativa de obtener precios más altos –incluso aunque no se base en certificaciones realizadas por terceros–, e influye por lo

tanto en la motivación para certificarse. Sin embargo, la acumulación de certificaciones no conduce necesariamente a un rendimiento económico mayor (Waldrop, McCluskey, & Mittelhammer, 2017). También se ha demostrado que los actores expertos (críticos), encargados de analizar y evaluar la calidad de los vinos, manifiestan una apreciación diferente cuando estos cuentan con certificación ecológica. Y evalúan mejor aquellos con etiquetas ecológicas y biodinámicas certificadas por terceros (Delmas & Gergaud, 2021). No ocurre así con las calificaciones obtenidas en vinos cuyas etiquetas ecológicas son autodeclaradas, es decir, indican prácticas sostenibles no certificadas. Estas pueden asociarse entonces con el lavado de imagen verde (greenwashing) y, en consecuencia, ponen en peligro el valor percibido de las certificaciones en general (Delmas & Gergaud, 2021).

La literatura también ha estudiado la posibilidad de introducir instrumentos jurídicos para influir y garantizar la adopción de modelos éticos y sostenibles en la industria. Por ejemplo, el potencial impacto que supondría el paso del derecho voluntario (basado en instrumentos no obligatorios, como la certificación ecológica o normas ISO) al derecho impuesto (basado en legislación de obligado cumplimiento). Integrando el cuidado medioambiental como atributo de calidad, se podría enriquecer el concepto de calidad que actualmente está vinculado al origen. Serviría, asimismo, para poner de relieve la evolución del concepto jurídico de calidad en el vino. Tal es el caso de Francia, que tiene prevista esta evolución en sus leyes a finales de 2030, para aquellos productores de vino amparado en figuras de calidad (Raffray, 2019). Pero cuando no existen requerimientos legales que obliguen a transformar una industria, McEwan y Bek (2009), (en un estudio sobre la industria vinícola sudafricana –una de las industrias pioneras en el desarrollo de

etiquetados—), encontraron que los códigos sociales y las convenciones cívicas son muy importantes.

Más allá de las certificaciones, a nivel europeo se ha producido una gran controversia en relación con la información presente en el etiquetado del vino. A pesar de ser considerado un producto alimentario, es remarcable la ausencia de un etiquetado obligatorio de sus ingredientes (Robinson, *What's really in your wine?*, 2021), como sí ocurre con el resto de alimentos. Con el paso del tiempo, esto podría tener varias consecuencias graves para esta industria: un menor consumo por incertidumbre; una reducción de la motivación de los productores a la hora de mejorar la calidad de sus procesos de elaboración, o incluso, la desclasificación del vino como alimento.

En línea con esta argumentación, Parga-Dans y Alonso González (2018) plantean que la regulación del etiquetado obligatorio de ingredientes para el vino podría ayudar a convertir un elemento polémico en una tendencia positiva para industria y consumidores. De esta forma se atenderían aspectos como las iniciativas sostenibles, se facilitaría una información transparente y la continuidad de las regiones vinícolas (Parga-Dans & Alonso González, 2018). Este debate se ha visto propiciado aún más por la aparición en la última década de los denominados “vinos naturales” (también denominados vinos de mínima intervención, pues rechazan tanto en la producción como en la elaboración cualquier recurso a aditivos o elementos químicos), que carecen de certificación oficial. Según estos autores, la afirmación de que un etiquetado transparente eliminaría la necesidad de crear nuevas certificaciones alcanza aún más legitimidad (Alonso-González, Parga-Dans, & Fuentes-Fernández, 2022) y tendría un alto impacto en la sostenibilidad social del producto, así como en la reputación del sector.

3.2.5. Tema 5: Consumidores

De 2003 a 2010, la investigación sobre el comportamiento del consumidor a la hora de adquirir vino tenía en cuenta factores como el precio, la marca, la región, la variedad de uva, los premios, y las comparaciones de prestigio entre vinos del Viejo y el Nuevo Mundo (Lockshin & Corsi, 2012). Progresivamente, se fueron incluyendo también los atributos de sostenibilidad en la decisión de compra, a medida que se iba refinando la segmentación del perfil de los consumidores (Lockshin & Corsi, 2012).

En general, los estudios sobre este tema han explorado qué aspectos asocian los consumidores al concepto de sostenibilidad. Sus resultados muestran que los consumidores tienen percepciones positivas con respecto al vino sostenible y disposición a pagar un precio superior por él. Por otro lado, centran sus expectativas sobre todo en los aspectos medioambientales. De hecho, la mayoría hace referencia a las prácticas de elaboración: ecológicas o biodinámicas frente a convencionales, con un creciente interés por una categoría novedosa: los vinos naturales. La sostenibilidad social, por otro lado, se recoge mediante el análisis de aspectos relacionados con la salud, pero no tanto con aspectos relacionados con el comercio local (kilómetro 0, por ejemplo) o el ambiente laboral.

Desde esta perspectiva, y en función de las interacciones estudiadas con respecto a la sostenibilidad, la literatura se divide en varios apartados de interés.

Características demográficas. Algunos estudios hallaron que vivir en una zona urbana, ser mujer y tener mayor poder adquisitivo influían de forma positiva en la intención de compra de vinos ecológicos (Pomarici & Vecchio, 2014). También la edad parece tener un ligero efecto sobre la actitud, ya que los consumidores jóvenes parecen estar más interesados en los aspectos de sostenibilidad de los productos alimentarios que los mayores

(Sogari, Corbo, Macconi, Menozzi, & Mora, 2015). Este factor influye igualmente en la disposición a pagar un sobreprecio por vino con características sostenibles (Mauracher, Procidano, & Valentini, 2019) .

Actitudes hacia la sostenibilidad. Si bien en diversos estudios se aprecia que la actitud hacia la sostenibilidad, traducida en una preferencia por los productos ecológicos y preocupación por el medio ambiente o elementos sociales, influye en la disposición a comprar vino ecológico, se ha estudiado menos su relación en términos de transformación de esta actitud en comportamiento (Schäufele & Hamm, 2017). En un estudio realizado en Alemania, se comprobó la existencia de una brecha importante entre la actitud y el comportamiento real de compra, que podía atribuirse a una comunicación insuficiente de las ventajas cualitativas del vino ecológico (Schäufele, Pashkova, & Hamm, 2018). En un estudio algo más amplio en tres mercados –Estados Unidos, Reino Unido y Alemania–, los consumidores de vino demostraron estar preocupados por los problemas medioambientales, la responsabilidad social de las empresas y los productos producidos de forma ética y sostenible. Pero se comprobó que en general, los consumidores de vino no buscaban activamente información social, medioambiental o nutricional en las etiquetas de los vinos. De esta forma, parece poco probable que, en la actualidad, las preferencias por los factores “sostenibles” superen a los factores tradicionales de compra de vino, como el precio, la marca, el país de origen y la variedad de uva (Ghvanidze, Velikova, Dodd, & Oldewage-Theron, 2019). A este respecto, Capitello y Sirieix (2019) hallaron que el nivel de implicación y conocimiento del producto juega un papel importante a la hora de escoger vinos y distinguir o preferir determinadas características sostenibles.

Etiquetado. La actitud hacia el vino con etiqueta sostenible se ve influida por las creencias medioambientales y de calidad sobre el vino sostenible, pero la dimensión económica de la sostenibilidad no parece tener relevancia (Sogari, Corbo, Macconi, Menozzi, & Mora, 2015). Las características demográficas del consumidor también influyen en su reacción o interpretación del etiquetado, según un estudio realizado en EE. UU. Los autores descubrieron que los mileniales, las mujeres, los solteros, los que compran alimentos con certificación ecológica, las personas con bajos ingresos y los que quieren celebrar una ocasión especial se muestran más propensos a adquirir vinos con certificación ecológica en comparación con los encuestados de mayor edad, hombres, casados, personas que no compran productos con certificación ecológica, personas con mayores ingresos y compradores habituales de vino (Moscovici, y otros, 2021). En cuanto a la relación del origen del vino con el ecoetiquetado, cuanto más prestigiosa es una denominación de origen, menor es la disposición a pagar por la presencia de etiquetas sostenibles. En cambio, influyen favorablemente en los vinos de regiones con menor prestigio. No se detecta ninguna ecopenalización (rechazo a pagar sobreprecio) en el nivel medio de los vinos. Tampoco para los vinos de mayor precio dentro de la gama de precios examinada. La preferencia correlaciona positivamente con la percepción de calidad que implican las ecoetiquetas (Ho-Lim & Reed, 2020).

Con relación al etiquetado como elemento de información al consumidor, una investigación realizada entre España y Francia encontró que la política de comercialización de los vinos ecológicos en España estaba alineada solo parcialmente con los elementos disuasorios e impulsores de los consumidores. Por ejemplo, no se encontró disponibilidad de vinos ecológicos en algunos tipos de tienda analizados (vinoteca, *gourmet*, conveniencia

o *discount*) y también se observó que la comunicación en el lineal era problemática. El vino ecológico solo se diferenciaba de las alternativas convencionales por la etiqueta con el símbolo oficial de su origen orgánico. Por lo tanto, dependía del consumidor reconocer el sello ecológico para tener en cuenta la proposición de valor asociada. Frente a Francia, en España se observó una mayor dispersión de sellos ecológicos, especialmente autonómicos, lo que disminuía considerablemente su notoriedad (Cuilhé & Martínez, 2013).

Factores contextuales. Sea o no sostenible el vino que se adquiere, el precio constituye, sin lugar a dudas, un factor decisivo en su elección (Vecchio R. , 2013). Aquellos consumidores para quienes el precio es un factor muy importante en la elección de una botella están menos dispuestos a pagar por el vino ecológico. Por otro lado, los consumidores de vino poco frecuentes se muestran más proclives a pagar más por un vino ecológico (Mauracher, Procidano, & Valentini, 2019). Un estudio en California mostró que esta disposición favorable podía verse influida, además, por el lugar de elaboración del vino y la puntuación de los críticos. Asimismo, se valoraba más determinada información específica sobre las iniciativas sostenibles, como, por ejemplo, la gestión de plagas y enfermedades y los recursos hídricos, frente a la relacionada con la gestión de la energía o la biodiversidad (Tait, Dalziel, Rutherford, Driver, & Guenther, 2019). Un estudio en Alemania constató que, si bien muchos consumidores de alimentos ecológicos parecían utilizar el precio o el país de origen como factor decisivo para elegir el vino, también indicaban que comprarían más vino ecológico si su tipo y variedad preferidos estuvieran disponibles en calidad ecológica a niveles de precio similares (Janssen, Schäufole, & Zander, 2020).

Pero los atributos sostenibles encuentran cada vez más cabida en el consumidor. En un estudio realizado en Italia, los resultados indicaron que los atributos del vino más importantes para los consumidores seguían siendo los tradicionales (indicación geográfica, variedad de uva, añada y precio) pero también la sostenibilidad (“certificación sostenible”), mientras que otros atributos más recientes del vino como “vino en lata”, “vino sin alcohol” o “vino vegano” se situaron entre los menos importantes (Stanco, Lerro, & Marotta, 2020).

Sin embargo, no se puede ignorar que el vino es un producto de experiencia y, por lo tanto, esto tiene su peso en el consumidor. La elección de compra se realiza antes de haber probado un producto. Ahora bien, hay estudios que indican que el sabor influye sistemáticamente en las preferencias del consumidor, y puede anular la influencia del atributo ecológico en la decisión de compra del vino por encima de las actitudes personales (Rahman, Stumpf, & Reynolds, 2014).

Por otro lado, los medios de comunicación social presentan un gran potencial para difundir las preocupaciones ambientales y fomentar los comportamientos sostenibles entre las personas. En un estudio realizado entre consumidores italianos, se encontró que las redes sociales podían aumentar la conciencia de sostenibilidad e influir, en consecuencia, acrecentando su voluntad de compra y la probabilidad de aceptar un mayor precio (Sogari, Pucci, Aquilani, & Zanni, 2017).

Vino y salud. La preferencia por un menor contenido en alcohol y la “naturalidad” en ingredientes o procesos distingue a los consumidores más preocupados por la salud a la hora de adquirir vino. Los resultados de algunos estudios pueden sugerir que la información nutricional, que actualmente no es obligatoria para el vino, sería apreciada por una parte importante de los compradores (Bazzani, Capitello, Ricci, Scarpa, & Begalli, 2020). La

percepción del vino como elección saludable se asocia al nivel de consumo, al etiquetado y a las innovaciones. Adaptaciones a la dieta como el vino vegano o el desalcoholizado pueden tener un gran potencial para el sector, pero se constata un grado deficiente de información sobre tales innovaciones por parte de la industria (Deroover, Siegrist, Brain, McIntyre, & Bucher, 2021).

Aun cuando España es el primer país del mundo en superficie de viñedo ecológico, la demanda interna de vino sostenible es bastante débil. En cambio, Albisu-Aguado y Zeballos (2014) ya constataron una preferencia entre los consumidores más jóvenes por las etiquetas de calidad de las DO. En un estudio realizado sobre el consumo de vinos de Castilla-La Mancha y su posibilidad de aumentar cuota de mercado incluyendo el atributo de ecológico, se observó que, a igualdad de precio entre vinos ecológicos y convencionales, los consumidores se inclinaban por los primeros. De los tres factores contextuales estudiados para determinar la aceptación del vino ecológico (precio más elevado, salud y respeto por el medio ambiente), el factor más influyente fue el tercero. Por lo tanto, las motivaciones medioambientales o intermediadas por la salud parecen relevantes frente al incremento de precio asociado a los vinos ecológicos (Bernabéu, 2008).

Otro estudio en un segmento similar a nivel nacional mostró que los mileniales más jóvenes otorgaban mucha importancia a la calidad, entendiendo entre los atributos del vino elegido, que fuera ecológico, pero además con buen sabor y un precio adecuado (Clemente-Ricolfe, Esteve-Menada, & Pozo-Rubio, 2020). Este estudio sugiere una inclinación creciente entre los más jóvenes por la presencia de atributos de sostenibilidad en el vino que consumen.

En conclusión, en la mayoría de los casos, los estudios se han centrado en los aspectos medioambientales de la sostenibilidad; la garantía medioambiental fue señalada con mayor frecuencia como un factor determinante en las decisiones de compra de vino con características de producción sostenible. En general, los aspectos sociales no presentan gran relevancia ni existe una etiqueta específica. Un número considerable de consumidores de diferentes países tiene una percepción positiva respecto a los diferentes métodos de producción sostenible y declaran estar dispuestos a pagar un precio más elevado por un vino con estas características. Las etiquetas de producción ecológica y de sostenibilidad se perciben a veces como indicadores de calidad. Sin embargo, el alcance del conocimiento de los consumidores sobre el concepto de sostenibilidad –comprendiendo los tres pilares– en relación con el vino es escaso.

3.3. Sostenibilidad social: revisión de la literatura

La consideración de los aspectos sociales de la sostenibilidad ha recibido mucha menor atención en la investigación dentro del sector del vino (Pullman, Maloni, & Dillard, 2010) o bien se estudian como un elemento del análisis de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en empresas (Muñoz, Fernández, & Salinero, 2020). Tampoco los programas les prestan demasiada atención. En su análisis, Dlott, Ross, Jordan, & Birdseye (2008) citan los aspectos sociales al describir algunos de ellos, como el CSWP (California Sustainable Winegrowing Program), lanzado en 2002. Pero se constata que, de los 14 aspectos listados para la autoevaluación de los miembros del programa, únicamente 2 están relacionados con la dimensión social: la relación con la comunidad local donde se desarrolla la actividad vinícola y la gestión de los recursos humanos. El programa de Sudáfrica, por otro lado, incorpora objetivos sociales, pero en el resto de los programas que mencionan estos autores

para instanciar la gestión sostenible en Nueva Zelanda, Sudáfrica o Europa, el acento se pone en los objetivos relacionados con la sostenibilidad medioambiental. Otro estudio posterior (Klohr, Fleuchaus, & Theuvsen, 2013) vuelve a confirmar este extremo.

Ahora bien, existen numerosos problemas en el sector que guardan relación con la vertiente social, como, por ejemplo, los aspectos relacionados con el empleo. En Thach y Matz (2008), en el capítulo dedicado a la gestión de personas en el sector vinícola (Thach & Bynum, 2008), se mencionan precisamente las condiciones laborales en un sector de alta estacionalidad. En Estados Unidos, donde acuden miles de trabajadores mexicanos en las épocas de poda y vendimia, que luego retornan a sus hogares de origen, se producen grandes problemas para encontrar un alojamiento temporal digno. En Chile, donde se solía pagar a los trabajadores en el medio rural no solo en dinero sino también en vino, la implantación de una legislación más restrictiva con el consumo de alcohol obligó a muchos trabajadores a abandonar el campo y a buscar otras oportunidades laborales en la ciudad. Esto supone que los dueños de los viñedos se ven obligados a fletar autobuses para contratar trabajadores en núcleos urbanos y a facilitarles los trayectos de ida y vuelta (Thach & Bynum, 2008).

En Europa también se dan problemas relacionados con el empleo en el sector vinícola. Un estudio reciente en Italia se hacía eco de una mayor conciencia en la sociedad sobre las condiciones laborales de los trabajadores agrícolas, ya que la explotación de la mano de obra migrante se ha convertido en un tema destacado en el país (Piracci, Boncinelli, & Casini, 2022). Sin embargo, los estudios que pueden relacionarse con la dimensión social de la sostenibilidad se enfocan preferentemente hacia temas de salud.

La diversidad y la perspectiva de género son también factores relevantes dentro de la sostenibilidad social. Desde el punto de vista del consumo, existe abundante literatura sobre diferencias de género a la hora de elegir, adquirir y consumir vino, que muestran que el patrón de preferencias por sexos es una base destacada para segmentar el mercado del vino (Atkin & Sutanonpaiboon, 2007). Un estudio de Wine Intelligence (2018) realizado en colaboración con la asociación Women of the Vine & Spirits encontró que hombres y mujeres poseían los mismos conocimientos sobre el vino, sin embargo, los hombres eran mucho más asertivos. Por otro lado, en un contexto global, un número significativamente mayor de mujeres consideraría la posibilidad de comprar vino ecológico, vino producido de forma sostenible y vino de comercio justo.

Sin embargo, desde el lado de la producción, apenas se ha realizado investigación, como acertadamente señalan Florine Livat y Clara Jaffré en el título de su capítulo: *Women in wine... occasionally* (Livat & Jaffré, 2022). En él indican que, salvo excepciones, el vino y las industrias relacionadas han estado dominados por los hombres, siguiendo modelos patriarcales y patrilineales. No obstante, a partir del siglo XXI, se observa una mayor presencia de las mujeres en la industria, aunque sigue manteniéndose el desequilibrio de género y la investigación al respecto es reciente. Es significativa la mención expresa a España como un país que, a pesar de su estatus como país productor, carece de este tipo de estudios.

Una excepción reciente a la escasez de literatura sobre sostenibilidad social en el vino la constituye la publicación de un volumen dedicado enteramente a este tema (Forbes, De Silva, & Gilinsky Jr., 2020). En él, se pone de relieve el escaso tratamiento de esta dimensión en la investigación del sector, que se reduce básicamente a cuestiones

relacionadas con la salud y seguridad alimentaria. También se pone de manifiesto que es la menos cuantificable, carece de una interpretación o significado común, suele asociarse vagamente a bienestar social y esto la hace dependiente de la política de cada país (Nilipour, 2020). Para los editores de este libro, el pilar social de la sostenibilidad tiene como foco a las personas, por lo que los artículos ahí reunidos se centran en los empleados, las comunidades en las que operan las empresas vitivinícolas, la sociedad en general, los consumidores y otros grupos de interés (pág. vii). Los autores se fijan en varios temas, como la cooperación de las bodegas con sus comunidades frente a desastres naturales, las subastas benéficas de vino, el impacto de una bodega creada como empresa con fines sociales, los derechos de los trabajadores migrantes en Australia y Nueva Zelanda, o los efectos sociales derivados de la gestión responsable de recursos como la tierra y el agua (Sudáfrica y California). Salvo uno de los artículos dedicado al significado de la sostenibilidad entre los consumidores franceses e italianos (Capitello & Sirieix, 2020), geográficamente todos los estudios se sitúan en países de los llamados Nuevos Productores.

En España, son numerosos los estudios enmarcados en cuestiones relacionadas con la ingesta de alcohol (García, y otros, 2007), la influencia sobre diversas enfermedades (cáncer, diabetes) de algunos componentes del vino (como el resveratrol o los polifenoles) (Sancho & Mach, 2015; Cáceres, Vasco, Sánchez, & Botello, 2020) o la pertenencia del vino a la dieta mediterránea (Boza-López, 2010). Puesto que el vino es una bebida alcohólica, pero tiene también la consideración de alimento, se examina la comunicación de los valores del vino, asociado a una dieta saludable (conectada con paradigmas como la dieta mediterránea o fenómenos como la “paradoja francesa”) (Torres-Valdés, 2019).

Por otro lado, cada vez hay más literatura que conecta turismo y desarrollo sostenible, relacionando el componente cultural de la actividad turística con la sostenibilidad (López-Sánchez, 2010; García-Casarejos, Gargallo, & Cabanes, 2018; Cañizares-Ruiz & Ruiz-Pulpón, 2020). Esta interpretación también pone de relieve el papel socioeconómico de la vitivinicultura en términos de conservación o revitalización del medio rural. Una viticultura dinámica permite mantener la población en las zonas agrícolas y contribuye simultáneamente al cuidado del medio natural (Larreina-Díaz, 2011) y al desarrollo de las regiones en términos socioeconómicos (González-SanJosé, Gómez-Miguel, & Sotés, 2017). En este sentido, el enoturismo aparece repetidamente asociado con la sostenibilidad, entendido como una forma de explotación beneficiosa del recurso paisajístico, ya que promueve un equilibrio entre los elementos sociales, ambientales y económicos de un territorio determinado (Cañizares-Ruiz & Ruiz-Pulpón, 2020; González-San José, 2017). Pero de nuevo el tratamiento de la sostenibilidad en el turismo vuelve a enfocarse en términos de importancia económica y ambiental, subordinando la dimensión social (García-Casarejos, Gargallo, & Cabanes, 2018).

Con respecto a las condiciones laborales, una de las características más relevantes del sector español es su elevada atomización. En términos de empleo, la mayor parte de las empresas son pymes, muchas con estructura familiar, y menos de 50 empleados, lo que representa un desafío para la eficiencia y sostenibilidad económica (Ferrer, Abella-Garcés, & Maza, 2020). Por otro lado, se aprecia un cambio en el modelo de viticultura. En el momento actual, muchos viticultores son simples gestores de sus viñas. Para su laboreo, recurren a la subcontratación –por medio de trabajadores inmigrantes en su mayoría–,

dirigiéndose a empresas externas de servicios (Molinero Hernando & Martínez Arnáiz, 2020).

3.4. Laguna de investigación

Como conclusión de esta revisión sobre los temas más relevantes de la literatura, encontramos que la combinación de los términos “vino” y “sostenibilidad” ha conducido a estudiar el tipo de iniciativas sostenibles implementadas, los factores que impulsan a adoptar prácticas sostenibles, las formas de evaluar y medir la sostenibilidad del sector y su comunicación, recepción y aceptación en el consumidor final. Resalto a continuación dos aspectos donde la literatura no parece haberse detenido lo suficiente:

(1) La investigación sobre el concepto de sostenibilidad entre los actores del sistema del vino señala la ausencia de una definición compartida. Para elaborar un modelo común hacia el que orientarse, tanto a gran escala, como a nivel local, es preciso identificar nuevos criterios comunes, no solo para la sostenibilidad agroambiental, sino también capaces de expresar el impacto de la vitivinicultura en términos económicos, sociales o culturales. Por lo tanto, es necesario estudiar más en profundidad en qué sentido y sobre qué consensos se está construyendo el concepto de la sostenibilidad en el sistema del vino, teniendo en cuenta el equilibrio de los tres aspectos.

(2) El modelo basado en el origen y la calidad ha determinado de forma inequívoca la evolución y éxito competitivo del sector en las últimas décadas. La literatura indica que las iniciativas sostenibles son consideradas como una estrategia competitiva que conduce a la diferenciación. Los consumidores de vino, aunque no buscan activamente información social, medioambiental o nutricional en las etiquetas de los vinos (Ghvanidze, Velikova, Dodd, & Oldewage-Theron, 2019) muestran un aprecio creciente por la presencia de

atributos “sostenibles” en el vino como un indicador de calidad (Stanco, Lerro, & Marotta, 2020) y cuando valoran la calidad de un vino, incluyen la sostenibilidad como uno de sus componentes (Clemente-Ricolfe, Esteve-Menada, & Pozo-Rubio, 2020). Sin embargo, no hay estudios que se centren de forma clara en la relación e influencia entre ambos conceptos. Si consideramos la presión general por incorporar la sostenibilidad al modelo de producción del vino, y teniendo en cuenta la importancia que tiene la calidad en este sistema, es necesario estudiar la conexión de ambos conceptos para complementar la construcción del concepto de sostenibilidad.

A través de la revisión bibliográfica, se han resaltado los conflictos que suscita la sostenibilidad y, por ende, su implementación. Conflictos que aparecen en cada uno de los enfoques detallados con anterioridad en la revisión, y que no son particulares del mundo del vino. Desde la misma definición, los factores externos o internos que determinan la adopción de iniciativas, la comunicación de los esfuerzos, hasta el grado de aceptación de la necesidad de cambios, todo sugiere un proceso complejo de construcción de un concepto.

No existe un consenso previo sobre lo que es un modelo sostenible de producción y consumo. Pero si se quiere operar una transición hacia un modelo de estas características, se requiere no solo un esfuerzo tecnológico, sino también cambios en muchos otros aspectos –de comportamiento, institucionales, culturales, organizacionales y de relaciones de poder (Köhler, y otros, 2019). Es necesario estudiar cómo el sector está entendiendo las iniciativas sostenibles y gestionando la presión por la sostenibilidad para entender los procesos de cambio en curso y si constituyen condiciones previas necesarias para una transición hacia un modelo sostenible.

En el siguiente capítulo expongo, con este fin, el marco teórico y conceptual que me servirá como lente para estudiar estos aspectos, dentro de un modelo de calidad como son las denominaciones de origen en España, y examinar qué influencia ejerce el concepto de calidad.

CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Para estudiar en qué sentido están evolucionando las DO hacia modelos más sostenibles, voy a emplear los significados que los diferentes actores asignan al concepto, los conflictos que les plantean, y cómo su forma de solucionarlos, justificarlos o de hallar compromisos tiene influencia en los (potenciales) cambios que deciden poner en marcha y en última instancia, en la trayectoria del sistema donde están insertos. En este capítulo, presento el marco teórico y conceptual que voy a utilizar para ello, donde combino la perspectiva de los estudios sobre Transiciones hacia la Sostenibilidad con los conceptos de la Teoría de las Convenciones.

4.1. Justificación del marco teórico

En la literatura revisada, las iniciativas sostenibles se han estudiado, sobre todo, desde el punto de vista de las dimensiones económica o medioambiental de la sostenibilidad, como parte de una estrategia empresarial, como ventaja competitiva del sistema (Gilinsky J. A., y otros, 2015; Flint & Golicic, 2009; Atkin, Gilinsky, & Newton, 2012), y empleando diversos marcos teóricos como la teoría de los Recursos y Capacidades (Gilinsky, Newton, & Fuentes Vega, 2016), de las 5 Fuerzas de Porter (Conkling Frederking, 2011) o teorías relacionadas con la eficiencia empresarial (Pullman, Maloni, & Dillard, 2010), por citar solo algunos modelos y ejemplos.

Sin embargo, otra perspectiva posible es enfocar la sostenibilidad entendiendo el sector del vino como uno de los sistemas que hemos creado para cumplir una función social: proveernos de un alimento. Dichos sistemas, en su funcionamiento actual, plantean numerosos problemas de sostenibilidad.

Las iniciativas del sector destinadas a mejorar este aspecto (como la creciente atención a los aspectos ecológicos y su comunicación al consumidor) constituyen condiciones necesarias para un cambio y muestran procesos en curso. Su estudio puede ayudarnos a identificar el modelo de transición que se está gestando. Si además incluimos el análisis de los conflictos que plantea a los actores tanto el concepto de sostenibilidad como el tipo de iniciativas a adoptar, podremos complementar esta interpretación.

El marco de las Transiciones hacia la Sostenibilidad o STRN (Sustainability Transitions Research Network, (STRN, s. f. a) me va a permitir entender las dinámicas de cooperación y coordinación de los distintos actores, que están en la base de la dialéctica entre estabilidad y cambio de un sistema (Köhler, y otros, 2019), dado que su propósito es estudiar y conceptualizar cómo pueden transformarse los sistemas que hemos creado para cumplir con estas funciones sociales y de esta forma, contribuir a acelerar las transiciones sostenibles (Köhler, y otros, 2019).

Los cambios sistémicos mencionados reciben el nombre de “transiciones sociotécnicas”. Suponen la transformación, en sus dimensiones sociales y técnicas, de la configuración global de los diversos sistemas creados. Por lo tanto, los cambios deben darse en la tecnología, políticas, mercados, prácticas de consumo, infraestructuras, significado cultural y conocimientos científicos que llevan asociados (Geels, 2004b; Geels, 2011). No deben basarse en simples mejoras incrementales de la eficiencia, sino aspirar a un pensamiento a largo plazo, a su implementación mediante políticas y a su difusión entre todos los grupos de interés (Agencia Europea del Medio Ambiente, 2021). Para ello, no solo las tecnologías innovadoras son fundamentales, sino también la entrada de nuevas

prácticas y comportamientos basados en cambios de creencias y valores (Agencia Europea del Medio Ambiente, 2021; Köhler, y otros, 2019).

Investigar en qué sentido se está construyendo el concepto de sostenibilidad en un modelo orientado hacia la calidad y el origen, es una forma de contribuir al cambio del sistema del vino hacia un modelo más sostenible. El objetivo no es evaluar las diversas iniciativas adoptadas o cuán sostenible es el sistema en este momento, sino analizar e interpretar los acuerdos que están en la base de su funcionamiento y que determinan la trayectoria de los cambios, y cómo (o si) los conceptos de calidad y origen se oponen o favorecen estos.

Los consensos y conflictos originados para responder a la presión hacia el cambio se van a estudiar analizando las lógicas de justificación de los diferentes actores con relación a lo que piensan que es justo en la forma de producir vino, y a su conexión con el producto. En este sentido, los conceptos de la Teoría de las Convenciones, –que ya se utilizaron con éxito para explicar la transición hacia la calidad (*quality turn*) en el sector agroalimentario–, me permitirán analizar los argumentos que las diferentes partes interesadas identifican, aprovechan, intercambian o combinan para defender la legitimidad de sus opiniones acerca de la situación y/o actuaciones relacionadas con la sostenibilidad.

4.2. Estudios de Transiciones

El funcionamiento de los diferentes sistemas sociales que nos rodean (transporte, comunicación, alimentación...) puede parecernos un hecho dado o estable. Pero si atendemos a su dimensión histórica, vemos que se han producido cambios fundamentales. Y en el futuro probablemente volverán a darse nuevas transformaciones (de Haan & Rotmans, 2011). Los Estudios de Transiciones se ocupan de dichos procesos de cambio

estructural a largo plazo hacia nuevos modelos de producción y consumo. Su principal característica es una enorme multidisciplinariedad. Con el objetivo de entender las transformaciones en diferentes sistemas de la forma más integradora posible, beben de numerosas fuentes teóricas. El ámbito de los estudios sobre la transición ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años. Algunos ejemplos de disciplinas que se dedican a los estudios de transición son la sociología, la psicología la economía, la ciencia política, la gestión, la ingeniería, la geografía y la filosofía (Zolfagharian, Walrave, Raven, & Romme, 2019). No existe una lista consensuada de los campos que componen los estudios de transición. La investigación en esta corriente se ha basado en ideas de muchas áreas diferentes: gobernanza, economía evolutiva, innovación, ciencia y tecnología, historia, teoría institucional... Pero la unidad de análisis es el sistema sociotécnico y su objeto de investigación los rasgos que caracterizan los cambios estructurales (Zolfagharian, Walrave, Raven, & Romme, 2019).

La perspectiva sociotécnica para el estudio de las transiciones, que se empezó a desarrollar en los años 90 en Inglaterra y Holanda desde los estudios de innovación y la sociología de la ciencia y de la tecnología, es una de las áreas más visibles e influyentes hasta la fecha dentro de esta corriente de estudios(Hinrichs, 2014; Caletrio, 2015). Tiene en cuenta lo siguiente: a medida que una sociedad va cambiando, los individuos modifican su escala de valores y expectativas. Esto influye a su vez en los parámetros que definen bien una organización o bien un sistema. Por otro lado, el trabajo de las personas implica que utilizan artefactos tecnológicos para llevar a cabo tareas con propósitos específicos. Los cambios en la tecnología conllevan simultáneamente cambios en los valores, en los significados, en los entornos y en las comunicaciones. Esto también determina

transformaciones profundas en la sociedad así como en sus probabilidades de sobrevivir (Trist, 1981). La idea es estudiar de forma conjunta la interacción de ambas dimensiones, social y técnica, en la transición de un sistema.

Dentro de los estudios sobre las transiciones sociotécnicas, una corriente se ha orientado eminentemente hacia los estudios históricos, por ejemplo, la transformación del sistema de transporte desde el coche de caballos al automóvil (Geels, 2002; Geels, 2005). Estos se entienden como resultado de procesos coevolutivos por influencia de diversos grupos sociales. En este sentido, la inexistencia de planificación o gestión política indica que los cambios normativos no fueron los principales impulsores de dicha transformación (Darnhofer, 2014).

La segunda corriente se ha enfocado hacia los cambios sociales actuales, y esta vez sí, con la intención de *enderezarlos*. Es decir, es visible la intención de promover cambios normativos, en concreto hacia modelos más sostenibles. De ahí que los estudios que la integran se caractericen específicamente como estudios sobre Transiciones de Sostenibilidad.

La principal diferencia entre ambas es que, en los estudios históricos, es posible someter a análisis los cambios que ya se han producido. Pero en las transiciones actuales, la principal dificultad reside en predecir su evolución y distinguir los cambios incrementales, habituales en cualquier sistema, de los procesos de cambio que potencialmente conducen a una transformación sistémica y radical, necesarios para poderlos calificar de transición hacia la sostenibilidad (Darnhofer, 2014).

4.2.1. Transiciones hacia la Sostenibilidad

Las dos premisas en que se basa la perspectiva sociotécnica de las transiciones hacia la sostenibilidad son:

(1) Transformación: Para abordar problemas como el cambio climático o el agotamiento de recursos, es necesario un cambio radical de los sistemas sociales de alimentación, energía, transporte, vivienda, ocio y otros. Esta premisa ha calado incluso a niveles institucionales muy altos. La propia Unión Europea reconoce que “[t]he environmental challenges ahead of us are global and systemic. [...] the core systems of our societies will have to change dramatically. That is especially true for the systems related to food, energy, mobility and construction” (European Commission, 2019). Los sistemas que cumplen funciones sociales están encerrados dentro de trayectorias específicas. Lógicamente, cambiar el funcionamiento de partes esenciales de la vida cotidiana y con ello el sentido de la evolución de un sistema es enormemente complicado.

(2) Viabilidad: La historia demuestra que, aunque sea difícil, las transiciones de los sistemas se producen. Por lo tanto, hay que intentar desbloquear y reorientar las trayectorias en las que se encuentran encerrados. Para ello, es necesario comprender mejor su dinámica y desarrollar las herramientas necesarias para dirigir y gestionar la viabilidad de estas transiciones (Caletrio, 2015).

La cuestión más importante ya no es por qué se necesitan las transiciones hacia la sostenibilidad sino cómo hacer que sucedan, teniendo en cuenta su definición: “major shifts in established industries, socio-technical systems, and societies toward more sustainable modes of production and consumption”(STRN, s. f. a).

La corriente académica que se ocupa de las *transiciones hacia la sostenibilidad* ha ido creciendo y consolidándose en la última década, enfocándose sobre todo hacia las transiciones energéticas y del transporte. Pero aunque el número de publicaciones que se ocupan de las transiciones sostenibles en la agricultura, la alimentación o las áreas rurales está aumentando, en general, los sistemas agroalimentarios han sido menos tenidos en cuenta en esta corriente de investigación (El Bilali, 2019; Hinrichs, 2014).

No obstante, existen motivos evidentes para estudiar una potencial transición en este sector. Hay que determinar si se están produciendo cambios, aunque no sea posible determinar en qué grado van a contribuir realmente a un proceso de transición. Para ello, vamos a determinar primero cuál es el enfoque teórico adecuado para el estudio del sistema sociotécnico del vino.

4.2.2. Enfoques teóricos en el estudio de las Transiciones hacia la Sostenibilidad

Dentro de la perspectiva sociotécnica de los estudios de Transición hacia la Sostenibilidad (TS), se han empleado diversos enfoques (Köhler, y otros, 2019), de los que, por su relevancia, vamos a citar cuatro.

El Sistema de Innovación Tecnológica (*Technology Innovation System*) (Markard, Hekkert, & Jacobsson, 2015) y la Gestión Estratégica de Nichos (*Strategic Niche Management*) (Kemp, Schot, & Hoogma, 1998) se han utilizado para estudiar la aparición de innovaciones, como el desarrollo de nuevas tecnologías o soluciones tecnológicas radicalmente nuevas. Toman ideas de la teoría de los sistemas de innovación y de la economía industrial. No obstante, no se fijan especialmente en la influencia de estas innovaciones sobre la estabilidad de los sistemas existentes.

La Gestión de la Transición (*Transition Management*) (Loorbach, 2010) es un marco prescriptivo orientado al estudio y fomento de la transición en sistemas regulatorios. Este marco puede utilizarse para analizar los procesos de gobernanza en la sociedad, pero también con una orientación normativa, para estructurar o "gestionar" los pasos necesarios para crear un escenario de transición (Loorbach, *Transition Management for Sustainable Development: A Prescriptive, Complexity-Based Governance Framework*, 2010).

Por último, el cuarto enfoque lo constituye la Perspectiva Multinivel (*Multi-Level Perspective*), que combina ideas de la economía evolutiva, la sociología de la innovación y la teoría institucional. Este enfoque teórico postula que las transiciones se producen por medio de procesos dinámicos dentro y entre tres niveles analíticos: 1) los nichos, como espacios de innovación y búsqueda de alternativas; 2) los regímenes sociotécnicos, que representan las estructuras de los sistemas en funcionamiento, altamente dependientes de una trayectoria establecida y, por tanto, sujetos a cambios incrementales; y 3) el paisaje sociotécnico (Smith, Voss, & Grin, 2010; Geels, 2002; Geels, 2004a; Geels, 2004b).

De esta forma, las innovaciones en los sistemas sociales surgen en nichos donde pioneros y emprendedores trabajan para desarrollar alternativas (Rip & Kemp, 1998) al funcionamiento de regímenes consolidados. El éxito de estas innovaciones se ve influido por la evolución de elementos exógenos (paisaje), generando tensiones que pueden abrir ventanas de oportunidad para potenciales transiciones. Las interacciones entre nichos y regímenes se producen en múltiples dimensiones (por ejemplo, en los mercados, en los marcos regulatorios, en los significados culturales o en las tecnologías) y se desarrollan a partir de las negociaciones, conflictos, aprendizajes y búsqueda de coaliciones que ponen en marcha los diversos grupos de actores como forma de manejarse en las transiciones. En

este marco teórico, por lo tanto, los conflictos creados por la tensión entre la estabilidad y el cambio son fundamentales (El Bilali, 2019).

La sostenibilidad es un continuo tema de conflicto entre los diferentes grupos de interés de todos los sistemas y sectores. La divergencia de visiones y la falta de claridad y de referencias conducen a la incertidumbre sobre la orientación del desarrollo tecnológico y la legitimidad de las transformaciones que se intentan llevar a cabo. La investigación invocada por las transiciones hacia la sostenibilidad tiene que llevarnos a pensar más en los vínculos y procesos verticales y horizontales, incluidos los factores que favorecen o frenan las posibilidades de cambio de los sistemas alimentarios. En el sistema sociotécnico del vino, que podemos ubicar dentro del sector agroalimentario, me interesa principalmente analizar la tensión entre cambios y *statu quo*, puesto que desde el paisaje sociotécnico, a la calidad, cuya presión no ha desaparecido, se une ahora la presión actual por la sostenibilidad. De ahí que este marco teórico aparezca como el idóneo para situar el caso de estudio.

4.2.3. El vino como sistema sociotécnico

Un sistema se conceptualiza como sociotécnico, porque cumple una función social –por ejemplo, proporcionar transporte, alimentación, comunicación– y al hacerlo, moviliza no solamente tecnologías –entendidas en un sentido heterogéneo (Geels, 2004a, pág. 19)– sino también elementos sociales: prácticas de consumo, símbolos y significados culturales, marcos regulatorios y políticas públicas, modelos de gestión empresarial, mercados, así como infraestructuras e instalaciones (Geels, 2004a, pág. 19). Atendiendo a esto, el sistema del vino puede calificarse de sistema sociotécnico. Tal como se observa en la Figura 17,

para su producción este sistema funciona a partir de la combinación de una serie de elementos heterogéneos.

Figura 17. Elementos del sistema sociotécnico del vino



Nota: Adaptado de (Geels, 2004a, pág. 20)

En su composición, podemos identificar:

- los espacios o lugares donde se sitúan las zonas de producción, que configuran una red de espacios naturales donde se produce el cultivo de la uva, zonificada a veces en función de las características especiales del terreno (*terroir*, pago), cuya delimitación geográfica puede cruzar las fronteras de la geografía política, como ocurre con las denominaciones de origen que se sitúan en más de un espacio político (por ejemplo, la Rioja se extiende por tres comunidades autónomas, País Vasco, Navarra y la Rioja);

- las estructuras productivas, relacionadas con la obtención y elaboración de la materia prima, como los viñedos y las bodegas, la maquinaria de recolección y de elaboración, las tecnologías empleadas en el cultivo de la uva y de elaboración del vino;

- la propia materia prima, la uva;

- los aprovisionamientos, es decir, corcho, envases y recipientes para todas las etapas del producto hasta su terminación (cajas de recolección de la uva, cubas y barricas para la fase de elaboración, o botellas de cristal, latas, bag-in-box para el producto terminado, palés, cartones y plástico para su transporte), productos químicos (fitosanitarios, fertilizantes para las plantas, productos enológicos para el vino como aditivos, coadyuvantes o conservantes), productos financieros (créditos y seguros) o recursos humanos (empresas de trabajo temporal);

- por otro lado, están los mercados y consumidores nacionales e internacionales, pues el vino es objeto de demanda global;

- las redes de distribución (tiendas físicas y en línea, supermercados, distribuidores especializados...);

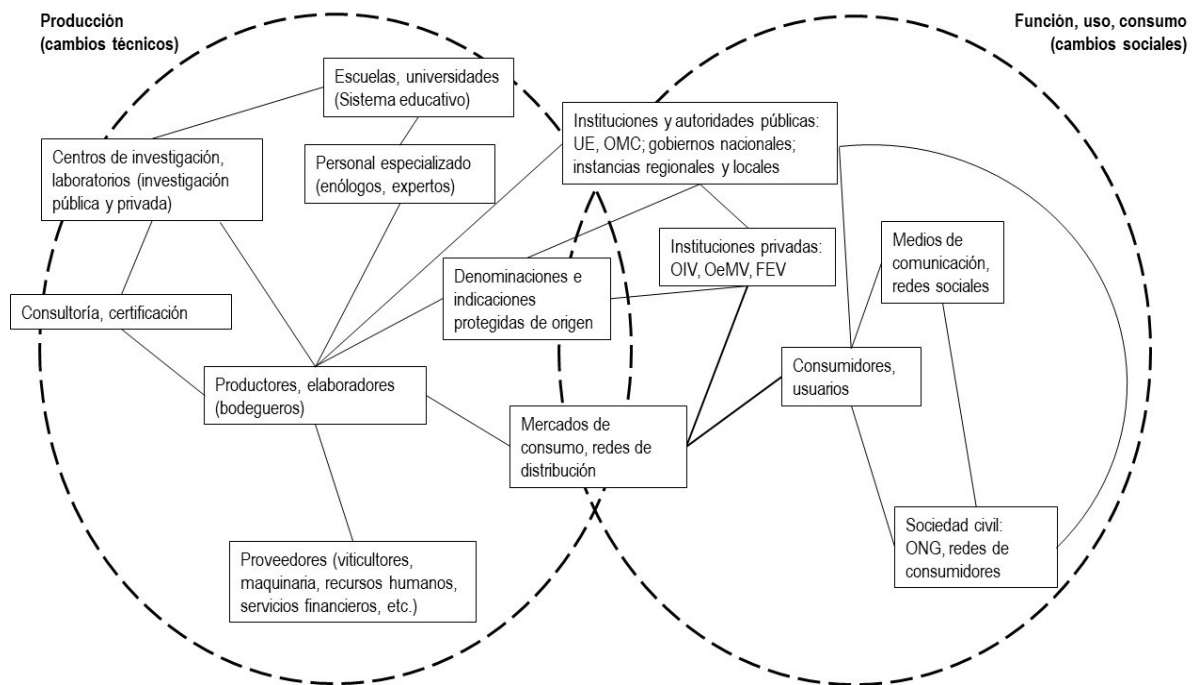
- el marco regulatorio, que en función de la zona tiene varios niveles de complejidad, al interactuar normas regionales, nacionales, supranacionales así como las derivadas de estructuras de cooperación como las denominaciones de origen protegidas u otro tipo de asociacionismo, como las cooperativas;

- y a su vez, los significados simbólicos y culturales del vino, donde podemos situar las narrativas y discursos de, por ejemplo, las notas de cata, las valoraciones de los críticos, o las imágenes que acompañan el enoturismo para reforzar su oferta.

Pero los sistemas sociotécnicos no tienen un funcionamiento autónomo *per se*. Son el resultado de la actividad de los actores humanos, que, a su vez, forman parte de diversos grupos sociales (Geels, 2004b).

Por lo tanto, alrededor de este sistema multidimensional actúa una multiplicidad de actores humanos, organizados en diversos grupos: productores (viticultores, bodegueros, cooperativas), proveedores (fabricantes de cristal, cartón, corcho, financieros, mano de obra), creadores de conocimiento (investigadores), tecnólogos (especialistas en enología y en ingeniería agrónoma), reguladores y legisladores (autoridades y organizaciones, entidades de certificación), consumidores y críticos.

Figura 18. Grupos de actores que (re)producen un sistema sociotécnico



Nota: Adaptado de (Geels, 2004b, pág. 900)

También se puede considerar la actividad de grupos con voluntad de influir moralmente en la sociedad (activistas ambientales, grupos contrarios al consumo de alcohol). En la distribución de la Figura 18, podemos también diferenciar, bajo forma de conjuntos, la producción, donde se dan los cambios técnicos, y la función social del sistema, donde se producen los cambios en usos o consumos. Ahora bien, entre ambos las fronteras no son cerradas, sino permeables, pues las actividades e intereses de los grupos de actores no están contenidos en uno solo de ellos.

De la interacción entre los diversos elementos y grupos de actores se desprenden múltiples dinámicas. Por eso, el concepto de coevolución dentro de este marco teórico es básico y alude a la forma en que se producen los cambios: los efectos de los movimientos, dentro de los grupos y entre ellos, conducen a cambios en los sistemas sociotécnicos. Por ejemplo, una mejora de las tecnologías puede dar lugar a un nuevo marco regulatorio. O bien, los consumidores pueden desarrollar nuevos comportamientos. En consecuencia, los elementos de los sistemas sociotécnicos coevolucionan (Geels, 2004b).

Para Geels (2004b), el vínculo entre el sistema sociotécnico y los actores humanos se concreta en las reglas o normas que dirigen (pero no determinan) sus actividades y proporcionan contextos que las restringen, permiten o fomentan. Las percepciones y las (inter)acciones de los actores y las organizaciones se guían por estas normas (pág. 903).

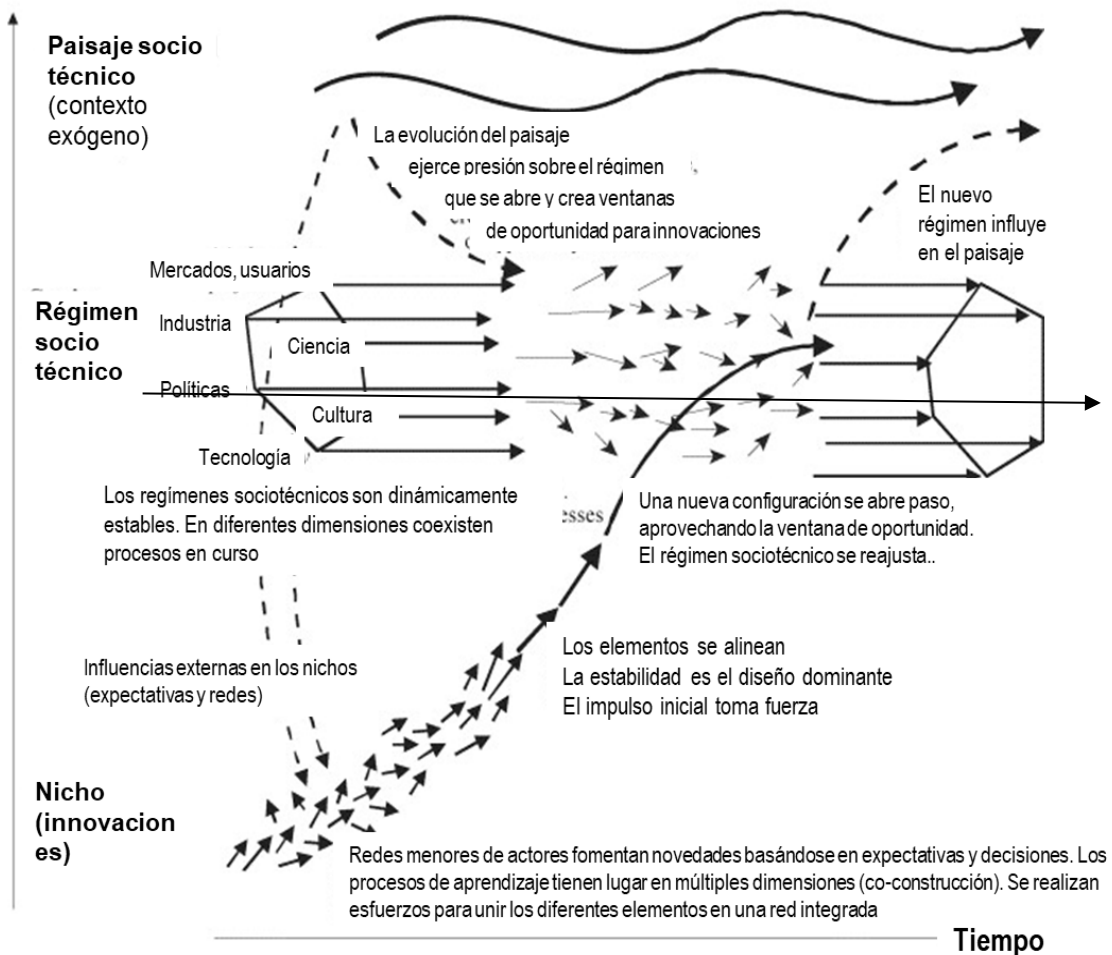
4.2.4. Perspectiva multinivel para el sistema sociotécnico del vino

El enfoque o perspectiva multinivel (MN) pretende abordar la dinámica de los sistemas sociotécnicos y los retos de sostenibilidad que presentan (Smith, Voss, & Grin, 2010).

Esta perspectiva distingue tres niveles heurísticos: un nivel exógeno de “paisaje”, un nivel de “régimen” y un nivel de “nichos”, donde que surgen las innovaciones técnicas y sociales (Geels, 2004a, Geels 2004b; Geels, 2007; Elzen et al. 2004).

Figura 19. Representación de los niveles de un sistema sociotécnico.

Estructuración creciente de las actividades locales



Fuente: (Geels & Schot, 2007, pág. 401). La traducción es mía.

Además de caracterizar el sistema sociotécnico del vino, establecer y separar niveles permite comprender cómo los desarrollos a nivel macro –paisaje– provocan en el nivel micro –nicho– reacciones en sentido afín y opuesto. Estas reacciones a través de efectos de retroalimentación pueden finalmente desencadenar cambios en el nivel meso –régimen–, es decir, el de las estructuras establecidas (Schermer, 2015). Ahora bien, los conceptos que se emplean en este enfoque no pretenden describir una realidad ontológica, sino que sirven para establecer un marco analítico y heurístico que permita entender una transición en ciernes (Geels, 2002, 2004a). Al proponer esta descripción, también soy consciente de que, en aras de ofrecer una explicación de un proceso, puedo incurrir en el riesgo de una simplificación (McDowall & Geels, 2017, pág. 47). En la Figura 19 puede verse un esquema de esta división por niveles de un sistema sociotécnico, así como de las dinámicas de interacción propuestas que pueden dar lugar a diferentes tipos de trayectorias de cambio.

En primer lugar, describiré con más detalle los tres niveles

4.2.4.1. Régimen

El régimen se sitúa en el nivel meso. Un régimen es una configuración específica de elementos sociales, técnicos, económicos, políticos y ecológicos. Estas configuraciones son relativamente estables y hacen que los cambios que se producen sean incrementales y dependientes de la trayectoria que sigue el sector (*path dependant*) (Köhler y otros, 2019). Es el nivel donde se observan y analizan las transiciones. En el sistema del vino en términos generales, se incluirían los productores y elaboradores (bodegas y viticultores), las industrias auxiliares, incluidas las de generación de conocimiento, la distribución, los consumidores y los marcos regulatorios locales (en caso de que existan). No obstante, dado

que el propósito de la investigación es estudiar la sostenibilidad dentro de un sistema de calidad, en lugar de hablar del sistema sociotécnico del vino, voy a escalar la perspectiva y tomaré las Denominaciones de Origen (al fin y al cabo un subsistema del vino) como unidad de análisis.

4.2.4.2. *Nicho*

Se corresponde con el nivel micro. Es el lugar donde se producen las innovaciones, donde se gestan novedades potencialmente precursoras de cambios a una escala mayor. En la conceptualización de las transiciones, se considera que estas se producen por medio de innovaciones con fuerza suficiente como para desafiar al régimen dominante. Solamente si el nicho es robusto y presenta suficiente madurez, puede escalarse la innovación que presenta, alcanzando mayor difusión y produciendo mayor impacto, condiciones necesarias para que se produzca una transición (Pitt & Jones, 2016). Ahora bien, no todas las iniciativas que desarrollan reglas y prácticas alternativas pueden asociarse con nichos. Hay que tener en cuenta cuál es la novedad que proponen respecto del régimen establecido. Si tomamos el caso de los vinos veganos, simplemente han provocado el cambio en el uso de elementos de origen animal para el proceso de filtración del vino, pero no trasladan una agenda de reformas hacia la cadena de producción y elaboración.

En la investigación de los sistemas agroalimentarios, hay un número significativo de casos de estudio relacionados con la agricultura ecológica y la agroecología (El Bilali 2019). Potenciales nichos en el contexto del vino podrían ser el vino biodinámico, que implica un cambio no solo en las prácticas de cultivo sino también en la filosofía, al integrar una perspectiva holística; el vino natural, que preconiza la ausencia total de aditivos (especialmente de sulfuroso) y también se rebela contra las restricciones regulatorias que

supone pertenecer a una denominación de origen y busca la creatividad; o en el subsistema auxiliar de los envases, donde se están introduciendo modalidades como el vino en *bag-in-box* o incluso enlatado.

4.2.4.3. Paisaje

La voz “paisaje” constituye una metáfora que indica el conjunto de elementos externos que rodea a los actores y que no se puede modificar. Si se topografía un paisaje mediante curvas de nivel, el curso de un río vendría determinado por los diferentes “accidentes” que presenta el paisaje; este símil puede ayudar a entender el tipo de influencia que ejerce este nivel sobre el régimen sociotécnico⁸.

Se correspondería con el nivel macro y relaciona elementos materiales e inmateriales, como infraestructuras físicas o el entorno natural y las políticas, escalas de valores culturales y sociales, elementos macroeconómicos, etc. Los desarrollos en el nivel de paisaje están fuera de la esfera de influencia directa de los actores al nivel del régimen. Entre ellos, se encuentran los procesos de cambio cultural (mayor o menor consumo de vino, exigencia de los consumidores hacia una mayor transparencia en los procesos de producción de alimentos...), demográfico o climático general (olas de calor, sequías, inundaciones...) y los cambios políticos e institucionales, como los tratados comerciales entre instituciones supranacionales (por ejemplo, a raíz del tratado UE-Mercosur se facilita la exportación de vino entre América Latina y Europa (Malamud & Steinberg, 2019) o las políticas europeas sobre etiquetado de alimentos). Estos cambios, así como los discursos dominantes, ejercen presión sobre la estabilidad del régimen y requieren ajustes (Schermer, 2015).

⁸ Este símil debe entenderse en un sentido estático y no dinámico, como si se hablara de una instantánea, puesto que, en el transcurso del tiempo, es el propio río el que crea el paisaje por donde transcurre.

El sistema así descrito constituye el contexto donde se producen las dinámicas de transición. En el siguiente apartado, se describen posibles trayectorias que pueden seguir.

4.2.4.4. Trayectorias

La Figura 19 muestra una representación de un sistema sociotécnico desde la perspectiva multinivel. Esta perspectiva ha sido criticada por mostrar un sesgo hacia modelos donde las dinámicas de cambio se explican de abajo arriba. Es decir, modelos que atienden principalmente a los cambios producidos en el nivel del nicho como desencadenadores de transiciones, sin tener en cuenta aquellos que ocurren al nivel del régimen sociotécnico o bien los que tienen lugar desde arriba hacia abajo, derivados de determinadas características del paisaje sociotécnico. Si bien Geels (2002) ya advertía de la necesidad de atender a desarrollos más amplios, con impacto en todos los niveles del sistema sociotécnico, la investigación sobre transiciones hacia la sostenibilidad dio paso a un cierto número de estudios que describían los regímenes como “barreras” que había que superar desde abajo (Geels, 2011). Para evitar dicho sesgo, Geels y Schot (2007) postularon cuatro diferentes trayectorias (Geels & Schot, 2007; Geels, 2011) que pueden seguir las transiciones, en función del momento temporal y la naturaleza (competitiva o simbiótica) de las interacciones entre los distintos niveles:

Transformación: En esta trayectoria, los cambios y desarrollos del paisaje ejercen presión sobre un régimen, donde las innovaciones a nivel de nicho aún no están bien desarrolladas. Los actores del nivel meso modifican la dirección de las actividades de innovación y las vías de desarrollo, lo que lleva a ajustes graduales del régimen respecto de las presiones del paisaje. Aunque las innovaciones de nicho no ejercen un impacto

disruptivo en esta trayectoria, las experiencias de los nichos pueden traducirse y adaptarse (aunque de forma menos radical, mitigada) en el régimen (Geels & Schot, 2007).

Reconfiguración: Las innovaciones del nivel del nicho están más desarrolladas en el momento en que las tendencias del paisaje ejercen presión sobre los regímenes. Si los nichos son simbióticos con el régimen, los actores establecidos pueden adoptar dichas innovaciones a modo de “añadidos” para resolver problemas locales. Estas incorporaciones pueden posteriormente elicitar nuevos ajustes que cambiarían la arquitectura básica del régimen (Geels & Schot, 2007).

Sustitución tecnológica: Las innovaciones del nicho son competitivas y están bien desarrolladas en el momento en que se produce presión sobre los regímenes desde el nivel del paisaje. Las tensiones en el régimen crean una ventana de oportunidad para la irrupción de las innovaciones del nicho que pueden reemplazar el régimen. Una ruta alternativa es que las innovaciones de nicho ganen fuerza debido a inversiones en recursos, demanda de los consumidores, entusiasmo cultural, apoyos políticos, etc., en cuyo caso podrían sustituir el régimen sin necesidad de la presión ejercida desde el paisaje sociotécnico (Geels & Schot, 2007).

Desalineación y realineación: Las presiones del paisaje causan una desintegración del régimen en primer lugar (desalineación). Esto crea un espacio donde emergen múltiples innovaciones de nicho, que coexisten durante determinados períodos (creando incertidumbre acerca de cuál será el cambio preponderante). Los procesos de reajuste o realineación tienen lugar en el momento en que una de las innovaciones conforma un nuevo régimen (Geels & Schot, 2007).

Uno de los objetivos básicos de la tipología presentada arriba es articular modelos de transformación que superen el sesgo del cambio “desde abajo” (Geels, 2011). En el transcurso de este estudio, me propongo, a partir del análisis de los datos empíricos del caso de estudio y la documentación teórica, sugerir el tipo de trayectoria en la que podría estar inmerso el sistema de las DO.

4.2.5. Críticas a la perspectiva multinivel

El desarrollo de esta conceptualización evidentemente no se ha producido sin suscitar críticas. En la explicación de los conceptos utilizados en mi investigación para estudiar las tensiones en la transición hacia la sostenibilidad tienen relevancia las siguientes:

- Delimitación de nicho, régimen y paisaje: Una de las principales dificultades o críticas de este marco teórico es la adscripción de los diferentes elementos de un sistema a las categorías de nicho, régimen o paisaje. En este estudio, el análisis de la construcción del concepto de sostenibilidad me permitirá realizar una propuesta de ubicación de los diversos actores en los distintos niveles atendiendo a su discurso.
- La ausencia de escala geográfica y espacio es otra crítica a la perspectiva MN (Lawhon & Murphy, 2012). El régimen es definido por su cualidad funcional y la transición tiene lugar a lo largo del tiempo. El espacio queda reducido a un elemento exógeno y su contribución al proceso de transformación no se concibe como una activación de cambios en la configuración del sistema (Karanikolas, Vlahos, & Sutherland, 2015). Sin embargo, el hecho de situar el estudio en un contexto regional específico plantea un reto a la hora de determinar dónde encaja la especificidad geográfica de las características regionales dentro de la perspectiva MN (Karanikolas, Vlahos, &

Sutherland, 2015). Esta crítica se abordará al responder a la segunda pregunta de investigación relativa al papel de las Denominaciones de Origen.

4.2.6. Sistema sociotécnico del vino y teoría de las convenciones

Además de las trayectorias que puede seguir una transición, es importante tener en cuenta que es la interacción de los diferentes grupos de actores en y entre los diferentes niveles lo que constituye la base del funcionamiento del sistema sociotécnico.

Según Geels (2004b), las actividades llevadas a cabo por los diferentes actores están en la base de los cambios en los sistemas sociotécnicos, pero también de su continuidad. Estos sistemas constituyen un contexto para las acciones. Dentro de los regímenes de un sistema, los diferentes grupos sociales tienen cada uno sus propias preferencias, objetivos, estrategias y recursos y actúan para alcanzarlos o implementarlos. Cada interacción provoca también reacciones dentro del grupo: ante un movimiento determinado surge una reacción (Geels, 2004b). Una bodega puede decidir pasar su producción de convencional a ecológica, lo que puede impeler a otras a hacer algo similar por miedo a perder competitividad. La dinámica es similar a un juego porque los actores reaccionan a los movimientos de los demás. Estos “juegos” pueden darse dentro de los grupos (coordinación intragrupal). Por ejemplo, dentro del grupo de los bodegueros, que juegan con estrategias buscando una ventaja competitiva, como en el ejemplo anterior. Pero también puede haber juegos entre grupos (coordinación intergrupala). En el mundo del vino, pongamos por ejemplo, entre el grupo de los viticultores y las autoridades públicas. La segunda quiere establecer una normativa para controlar mejor el uso del agua, y los viticultores quieren evitar una regulación demasiado estricta que amenace sus posibilidades de producción, y apelan al riego controlado. Pero si hay viticultores que son capaces de seguir obteniendo

uva sin hacer uso del riego, eso da pie a que las autoridades se resistan a facilitar la apertura de pozos para regadío. El juego está cambiando continuamente. La noción de coordinación, por otro lado, no hace referencia a una interacción armoniosa, puesto que los actores de un mismo grupo son heterogéneos, tanto en sus recursos como en sus oportunidades (Geels, 2004b). Por lo tanto, es un terreno abonado para los conflictos, que, por otro lado, provocarán nuevos cambios y garantizan el dinamismo del sistema.

En este estudio, intento profundizar en los razonamientos que emplean los diversos actores en su justificación del régimen dominante, y que generan el discurso actualmente en uso sobre sostenibilidad. Por lo tanto, el foco está en las reglas que guían (pero no determinan) las actividades en los distintos niveles y proporcionan contextos que las restringen, permiten o fomentan. Las percepciones y las (inter)relaciones de actores y organizaciones se guían por estas reglas (Geels, 2004b, pág. 903).

Pero estas no son necesariamente explícitas, sino que podemos asimilarlas al funcionamiento de las convenciones. Las convenciones se definen en sentido general como aquellas prácticas o normas admitidas tácitamente, que responden a costumbres o precedentes (RAE, s.f.), y que indican una conformidad, un acuerdo sobre un funcionamiento determinado.

La coordinación entre actores genera y retroalimenta convenciones, pero también las pone en cuestión. Ante un conflicto, las partes implicadas buscan justificar su posición, ejercer críticas sobre posturas que ven como amenazas, pero también encontrar un terreno común para volver de nuevo al acuerdo. Precisamente para complementar el marco teórico del sistema sociotécnico, donde pretendo examinar un sistema y los conflictos y acuerdos que están en curso para determinar su posible trayectoria de cambio hacia un modelo

sostenible, creo interesante ponerlo en relación con los conceptos de la teoría de las convenciones y aplicarlos en el análisis de los datos empíricos obtenidos.

4.3. Teoría de las Convenciones

Para esta teoría se toma como origen la obra de Luc Boltanski y Laurent Thévenot *On Justification: The Economies of Worth* publicada originalmente en francés en 1991 y traducida al inglés en 2006 (Boltanski & Thévenot, [1991] 2006)⁹. Se ha aplicado a muy diversos casos de estudio, como el deporte (Giulianotti & Langseth, 2016) o la colaboración wiki (Barondeau, 2015), pero su aplicación al sector agroalimentario ha sido particularmente fecunda, especialmente en lo relacionado con el surgimiento del concepto de calidad y sus formas de justificación con relación a diversos productos o procesos.

4.3.1. Principales conceptos

by positing the constraint of an imperative of justification, the model we are presenting here [...] offers a way of taking into account the competence put into play by persons themselves in order to ground their harmony or conduct their disputes

(Boltanski & Thévenot, [1991] 2006, pág. 346)

En términos generales, cuando hablamos de justificación, nos referimos a un razonamiento que permite validar, legitimar o defender una acción, una creencia o un acuerdo social. Desde una perspectiva sociológica, las justificaciones no pueden disociarse de los contextos sociales donde se sitúan los actores que las proporcionan y a los que hacen referencia. Por lo tanto, surgen y se insertan en un contexto empírico. La obra de Boltanski y Thévenot es una obra crucial que trata de dar cuenta de forma sistemática del funcionamiento de estas prácticas de justificación (Susen, 2017).

⁹ El motivo de acudir a la versión en inglés es doble: por un lado, mayor facilidad de acceso a la obra; por otro lado, gran parte de las fuentes que he consultado para el estudio y que utilizaban este marco teórico estaban también en esa lengua.

Su análisis se basa en un estudio práctico de cómo se construyen los acuerdos en el seno de la sociedad. En la investigación que dio origen a su libro, los autores –un economista y un sociólogo– situaron a una serie de personas en situación de desacuerdo y observaron lo que ocurría. Cada uno de los individuos postuló sus opiniones frente a otros y tuvo que justificar su posición. Boltanski y Thévenot se fijaron en cómo nacían los consensos a partir de estas situaciones y postularon que el acuerdo proviene de la confrontación de estas justificaciones, y sirve para reforzar los lazos sociales. Pero estos esfuerzos de convergencia no descansan sobre simples “justas” verbales, sino que nacen de la búsqueda de argumentos y pruebas sólidos para buscar el consenso desde y ante la diferencia de posiciones. La base no es una lógica dialéctica sino el reconocimiento de la “justicia” de los argumentos utilizados. Esta justicia proviene de la relación entre los argumentos de los actores con diversos principios que representan un bien común. Es decir, a la hora de justificar una acción, es más efectivo basar nuestra posición personal en una relación de equivalencia con dichos principios superiores que Boltanski y Thévenot denominan “grandeurs”. Los autores postulan la existencia de diferentes órdenes de grandeza que hacen referencia a otros tantos principios de bien común (Boltanski & Thévenot, [1991] 2006). De esta forma, dentro de un conflicto ya no se defiende un caso particular, sino que se recurre a un argumento con validez general. Se jerarquiza su *grandeur* en función de su cercanía o lejanía respecto de ese principio superior común (Jacquemain, 2001). Las personas, en este sentido, se convierten en grandes o pequeñas según su posición respecto del principio común. Además, las situaciones sociales no sólo se definen por la presencia de personas: los objetos desempeñan un papel importante. Sin los objetos, es imposible definir una situación de interacción social. La naturaleza de los

objetos implicados contribuye a definir el conjunto de la interacción (la situación). Para designar de forma genérica los elementos que participan en una situación, los autores hablan de “seres”, designando tanto personas como grupos y, ocasionalmente, también a los objetos (Jacquemain, 2001). En resumen: cuando se encuentran en un conflicto, las personas desarrollan argumentos para justificar su posición y criticar posiciones enfrentadas, y tratan de vincular sus reivindicaciones con un principio superior común que les permita obtener el apoyo de los demás actores implicados. Al hacerlo, intentan construir un acuerdo que, con referencia al principio en cuestión, “equipare” y clasifique los objetos y las personas. Para considerar una disputa finalizada, se presupone que hay un acuerdo sobre la “grandeza” de las personas y las cosas (Boltanski & Thévenot, 1999). Por eso es importante recurrir a principios ampliamente compartidos para justificarse ante los demás, o en palabras de los autores, “persons seeking agreement have therefore to focus on a convention of equivalence external to themselves” (Boltanski & Thévenot, 1999, pág. 361).

A partir de los diferentes principios comunes basados en conjuntos de valores de referencia presentes en las sociedades occidentales¹⁰, los autores identifican diferentes “ciudades” o lógicas de justificación. La justificación no tiene lugar en un mundo puramente de ideas. Tiene lugar en una “situación” concreta, que incluye no solo personas y axiomas, sino todo un universo de objetos, no necesariamente materiales o físicos. Estos últimos son los que sirven como referente externo, como “prueba de realidad” que valida

¹⁰ Para Jacquemain (2001, p. 13), “Boltanski et Thévenot utilisent ce vocable ‘cité’ parce qu’ils pensent que pour chacune des grandes conceptions du bien commun présente dans la société française contemporaine, il existe une ‘tradition’ ou un ‘texte paradigmatique’ de philosophie politique. L’hypothèse est donc que si on analysait une multitude de situations de ‘dispute en justice’ telles qu’elles apparaissent quotidiennement dans notre vie sociale, on retomberait, au bout du compte, sur ces six grands modèles, ces six grandes lignes d’argumentation”. Por otro lado, Wilkinson (2011), define estas ‘ciudades’ como “value systems [...], coherent patterns of social behavior that, although quite distinct and potentially in conflict, have all established their legitimacy in Western society” (Wilkinson, 2011, págs. 1-7).

las lógicas de justificación movilizadas, precisamente para no quedarse en un terreno meramente dialéctico.

De esta forma, estas “ciudades” o principios, dan lugar para los autores a una clasificación en seis “mundos” diferentes, donde se incluyen además personas y objetos, y cuya interacción produce diversas posibilidades de disputa, compromiso o colaboración en función de la situación, que es la unidad de análisis. Vamos a describirlos a continuación, indicando el principio común, el tipo de personas que los integran (“grandes” o “pequeñas” en función de su cercanía al principio rector) así como los objetos y las pruebas a las que se puede recurrir cuando se utilizan para la justificación, conectándolo con ejemplos concretos del mundo del vino. En el Anexo C se encuentra una tabla donde se resumen y sistematizan todos los componentes de los mundos.

4.3.2. Los mundos de la justificación

Mundo cívico: En el mundo cívico, el principio supremo es la colectividad, la voluntad general. Cerca del principio rector (o en palabras de los autores, las personas “grandes”), se hallan aquellos que buscan la solidaridad y se esfuerzan por representar colectivos atendiendo a la legalidad de sus acciones. Como ejemplo estarían las autoridades, los representantes elegidos, los delegados de una organización, los que trabajan por un interés grupal. En sentido opuesto, encontraríamos los individualistas y egoístas, enfocados en su propio interés. Este mundo valora la participación en la acción colectiva, en la lucha por defender los propios derechos, el asociacionismo en busca de un bien compartido. Como objetos que representan este principio se pueden incluir leyes, decretos, protocolos, códigos, regulaciones, etc. La prueba es la existencia de asambleas, reuniones, de donde se deriva la representatividad. A modo de ejemplo en el contexto que

nos ocupa, en el mundo del vino se podría decir que las representaciones de los distintos grupos (productores y viticultores) en el Consejo Regulador de una Denominación de Origen constituyen un ejemplo de justificación a partir de las convenciones cívicas, pues están ejerciendo una función de representación de una colectividad.

Mundo de la inspiración: Aquí el principio común o el valor supremo es la imaginación, la creatividad. Una persona creativa, abierta, imaginativa, singular, original, soñadora estará más cerca de este principio. Por el contrario, la conformidad, la rutina, la inercia, lo conocido... estarán alejados de él. Este mundo favorece asumir riesgos, rechazar normas, las actitudes irracionales, el recurso al inconsciente o la adopción de un lenguaje diferente. En este mundo, los objetos físicos son escasos, se habla de experiencias, impulsos o sentimientos difíciles de objetivar. La prueba son experiencias únicas o prácticas que escapan a un control formal o previsible. Como ejemplo, sugiero que la voluntad de enólogos y enólogas de crear el vino perfecto constituye un acto de inspiración y de creatividad, especialmente cuando se sitúan fuera del marco reglamentario de las DO e innovan en procesos y variedades.

Mundo de la fama: La reputación es el principio de referencia, dado que nos basamos en la opinión de los demás. Es el mundo de la opinión, del renombre, del reconocimiento. Los ‘grandes’ son personas reconocidas, famosas, visibles, con carisma y poder de persuasión. La ausencia de prestigio aleja de este principio. Además, se valora la renuncia al secreto; los grandes son personajes públicos. Los objetos son nombres, productos, marcas, etc. La prueba es precisamente la obtención de fama y el reconocimiento, por ejemplo, mediante premios. El ejemplo para el contexto sería la fama que obtiene un vino cuando recibe el espaldarazo de un premio o el comentario de un crítico

de vino reconocido. O bien, la reputación obtenida por una marca, como las distintas denominaciones de origen protegido,

Mundo doméstico: En el mundo doméstico, el principio común es la tradición y el respeto a la jerarquía. Cercanas a este principio están las personas distinguidas, educadas, que observan las tradiciones o son depositarias de ellas, como las personas mayores en la familia, un dignatario, una autoridad. Se alejan quienes ridiculizan las normas del saber estar, los modales, el orden establecido, se muestran vulgares, descorteses y no tienen en cuenta valores heredados. Este mundo tradicionalista y ordenado, con límites claramente definidos, reconoce el respeto a la tradición y la abnegación de los miembros más altos de la jerarquía, que deben honrar a sus subordinados. En este mundo, se juega con objetos cuyo significado subraya la posición jerárquica, como la ropa, los títulos o el rango. La prueba se basa en la tradición oral, en el mantenimiento de las costumbres. Para el mundo del vino, los métodos artesanales se justifican mediante estas convenciones, al ser una muestra de respeto por la tradición. La posesión de viñedos viejos, prefiloxéricos, podría ser otro ejemplo, al ser portadoras las plantas de la historia del lugar.

Mundo comercial: El principio común supremo es la competitividad, es decir, el mercado. La cualificación viene dada por el éxito en términos de riqueza, el precio de los productos y servicios, incluida la retribución por el trabajo. Se alejan los pobres, los perdedores, aquellos que están en una situación de fracaso. Los objetos de este mundo son el lujo y la exclusividad. La prueba es la negociación y sus resultados. Como ejemplo, podemos citar la estrategia de colocación de los vinos en los lineales de los supermercados, que siguen un criterio de precio, colocando los más caros en la parte de arriba, los precios medios en las estanterías centrales y los más baratos, en la parte inferior.

Mundo industrial: Los valores principales son la eficiencia, el rendimiento, ser productivo y tener visión de futuro. En este sentido, cuanto más eficaz, fiable, operativo y experto sea uno en su campo y mejores rutinas haya adquirido, mejor representará este principio. Los “grandes” son profesionales, expertos, especialistas o científicos. Los elementos contrarios son los improductivos, ineficaces, aleatorios o simplemente inactivos o perezosos. Este mundo valora el trabajo, las normas, las medidas, el análisis, la objetividad, la armonía sistémica y estructural. La prueba es la eficiencia técnica y la escalabilidad. En el mundo del vino, todos los procesos empleados en la elaboración del vino se basan en justificaciones de tipo industrial, pues ofrecen control y eficiencia para lograr el tipo de vino deseado.

Dado el anclaje histórico de los mundos propuestos, los autores no cerraron la posibilidad de detectar e incluir nuevos mundos en función de los avances y cambios sociales (Boltanski & Chiapello, 1999). Así, desde muy pronto se apuntó la posibilidad, en razón de los crecientes movimientos ecologistas y su influencia política, de un nuevo mundo “verde”, a mayores de los otros seis (Lafaye & Thévenot, 1993; Latour, 1995).

4.3.2.1. ¿Es necesario apelar a un mundo verde?

Los diversos mundos están relacionados con diferentes principios superiores que organizan sendos modos de coordinación o lógicas de justificación.

La defensa de la naturaleza y por ende, la argumentación basada en la ecología, tiene en la actualidad un alcance global, llegando a ámbitos estatales, empresariales y sociales, así como inspirando marcos de regulación (Sasso Rojas, 2009). Se ha constituido como una referencia tanto en materia de crítica como de justificación. Pero aún cabe preguntarse, si los argumentos que recurren a la naturaleza pueden subsumirse en los

mundos enunciados por Boltanski y Thévenot (1991 [2006]) o bien existe una forma de bien común ecológico, es decir, un nuevo mundo o ciudad. Se trata, en efecto, de encontrar un principio superior común, capaz de medirse con los demás (dando sentido a los conflictos entre principios igualmente legítimos) y de constituir un repertorio jerárquico de sujetos, así como de objetos y dispositivos, tres de los axiomas de la gramática de Boltanski y Thévenot (1991) (Rougemont, 2017). Para constituirse en dicho orden, deben cumplir tres requisitos:

(1) De-singularización: Un argumento alcanza legitimidad cuando muestra capacidad de trascender intereses individuales y singulares pasando a poder esgrimirse para justificar situaciones generales, es decir, de constituirse “en bien común superior al bien colectivo de un grupo” (Lafaye & Thévenot, 1993, pág. 502, traducción mía). De acuerdo con Lafaye y Thévenot (1993), la naturaleza forma parte de justificaciones y críticas a escala local y global. Es posible considerar que la ecología puede ser la fuente de un principio de justificación y valoración susceptible de aceptación general. Más aún teniendo en cuenta que desde la publicación de este artículo, han pasado tres décadas, en las cuales la sostenibilidad medioambiental se ha convertido en un paradigma de alcance global.

(2) Cuestionamiento del resto de principios: Tomar un mundo o ciudad verde como lógica de justificación debe permitir cuestionar el resto de los principios en nombre del bien común. Aunque sería posible incluir los valores ecológicos en los distintos mundos, por ejemplo, asignando un valor económico a los recursos naturales, o incluyendo los argumentos a favor del medioambiente dentro de las justificaciones del mundo cívico, pues se basan en el interés general, también desde el punto de vista ecológico es posible emitir críticas y cuestionar al resto de mundos: por ejemplo, la crítica al lavado de cara verde

podría considerarse una crítica hacia el mundo de la reputación; el mundo comercial se vería criticado por monetizar los recursos naturales pensando en su uso con fines comerciales; o el mundo cívico se podría criticar en aquellos casos donde se habla de intereses colectivos sin tener en cuenta la conservación del medio ambiente.

(3) Creación de una convención capaz de representar el acuerdo de todas las personas: Es en este punto donde los autores manifiestan las principales dudas acerca de la capacidad de los valores ecológicos de constituirse en un principio superior común. La “grandeza verde” definida por ellos como lo que es ecológico, así como los seres con grandeza en esta ciudad –que serían las personas con vocación ecologista y los elementos de la naturaleza como el agua, el aire, el clima, la fauna y la flora–, no contarían aún, según ellos, con la capacidad de servir ampliamente en las justificaciones más ordinarias y permitir su puesta en práctica en la vida diaria (Lafaye & Thévenot, 1993; Breviglieri & Stavo-Debauge, 1999).

En cierta medida, esto coincide con la incapacidad de presentar una definición compartida y general sobre el concepto de sostenibilidad.

No obstante, aunque dos de las dimensiones que se agrupan bajo el paraguas de la sostenibilidad tienen cabida específica en alguno de los mundos originales de Boltanski y Thévenot (la dimensión social tendría su expresión más frecuente en el mundo cívico, la dimensión económica en los mundos industrial y comercial), en torno a la dimensión medioambiental se está construyendo permanentemente una argumentación justificativa ecológica, que, a medida que se ha ido poniendo de manifiesto el alcance global de las consecuencias de un mal uso de los recursos naturales, toma cada vez más sentido desde el punto de vista general y del bien común. Más aún, ya hay ejemplos de cualificaciones

“verdes” donde la conservación de la naturaleza es un bien per se, sin que sea relevante ningún otro orden. Un ejemplo sería la declaración de la naturaleza como sujeto de derecho en la constitución de Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008).

Posteriormente, en su análisis sobre las diferencias culturales entre las prácticas ambientales en Francia y Estados Unidos, Thévenot, Moody y Lafaye (2000) emplean las justificaciones basadas en argumentos verdes y medioambientales atendiendo a una grandeza verde (*green worth*).

Ahí manifiestan que, aunque muchos de los argumentos analizados donde la naturaleza entra en juego encuentran su encaje en otros mundos, también hay ejemplos donde se justifican acciones medioambientales desde principios basados en la ecología o en la consideración de la naturaleza como un ser agente. En este sentido, entienden los autores que se podría añadir finalmente un nuevo orden de grandeza basado en un bien común ecológico. Así, las acciones o seres son “grandes”, en lo que respecta a esta justificación “verde”, cuando apoyan o reflejan los principios del ecologismo, es decir, son limpias/no contaminantes, renovables, reciclables, y están en armonía con la naturaleza. Los argumentos estrictamente verdes suponen también mirar hacia el bien común no solo de las actuales generaciones, sino de las futuras.

Recientemente, ha habido algunas sugerencias sobre posibles principios generales para este nuevo “mundo”, como la coexistencia en armonía entre las diferentes partes de un todo vinculado a un desarrollo humano sostenible (Rougemont, 2017). No obstante, sigue estando aún por definir un principio único referente a la naturaleza, que pueda funcionar en el contexto de los regímenes de acción como un principio de equivalencia al cual todas las cosas y las personas se sujeten.

Ahora bien, ya que es posible identificar un debate útil y necesario y una creciente argumentación justificativa basada en valores ecológicos (Sasso-Rojas 2009), me parece importante tenerlo en cuenta en el análisis de las justificaciones sobre sostenibilidad, para poder incluir de forma diferenciada la dimensión medioambiental. De hecho, ya hay diversos estudios basados en el marco teórico de las convenciones que mencionan o hacen uso de este mundo verde al analizar las lógicas de justificación (Ponte & Gibbon, 2005; Rosin & Campbell, 2009; Climent-López, Sánchez-Hernández, Canto-Fresno, Alonso-Santos, & Ramírez-García, 2014; Diaz-Bone, 2016; Le Bot & Philip, 2012).

Por lo tanto, en el análisis del discurso de los actores, consideraré los argumentos medioambientales como parte de un orden de justificaciones diferente, un séptimo mundo verde, ecológico o medioambiental, dejando abierta la puerta a la posibilidad de demostrar las bases filosóficas y epistemológicas de que la sostenibilidad medioambiental pueda convertirse en un principio de justificación universal.

4.3.3. Conflictos, disputas y compromisos

La intención de Boltanski y Thévenot ([1991] 2006) es construir un marco que permita analizar las diferentes lógicas de acción y superar la clásica dicotomía entre la acción colectiva y la individual. Quieren mostrar que, más allá de las diferencias entre estas dos concepciones opuestas, el acuerdo entre los individuos se basa en un “principio superior común” que permite ir más allá de las particularidades de cada cual y constituir los fundamentos de un acuerdo o convención. Analizar las prácticas de justificación implica estudiar la competencia de los actores a la hora de ver las limitaciones o restricciones que surgen en cada situación y de producir argumentos que sean aceptables para los demás. En el transcurso de los conflictos, los actores intentan resolver las

controversias haciendo uso de pruebas relacionadas con los mundos de justificación a los que están apelando. Por ejemplo, en el mundo del vino, la existencia de una crítica positiva de un experto prestigioso puede actuar como prueba (justificación por reputación) para ayudar a solventar una discusión sobre el precio de una botella de vino (justificación comercial).

Ahora bien, no en todas las disputas se llega a un acuerdo, sino que a veces el conflicto queda en suspenso, sin recurrir a pruebas pertenecientes a ningún mundo (Boltanski y Thévenot 2006 [1991], pág. 277 y ss.). Es lo que los autores denominan recurrir a un compromiso. Los participantes no intentan aclarar el principio en el que basan su acuerdo, sino que se muestran dispuestos a llegar a un acuerdo provisional, híbrido, con argumentos que pertenecen a varios mundos.

Estos compromisos pueden ser sólidos porque encuentran arraigo en acuerdos materiales (por ejemplo, un contrato) o bien, seguir siendo frágiles debido a su naturaleza mixta. Si tomamos el adjetivo “sostenible”, vemos que su aplicación adopta formas específicas según los distintos espacios y tiene diversos efectos culturales y políticos. Los conflictos entre las formas de valor comerciales y las verdes se pueden ver como una suerte de compromiso, que admite simultáneamente diferentes evaluaciones morales. Al igual que señalan Blok y Meilvang (2015) para el caso de la sostenibilidad urbana, la sostenibilidad en el caso del vino sigue siendo un territorio de compromisos de diversa naturaleza (cultural, política, comercial...) y por lo tanto, sujeto a crítica y conflictos.

Este marco teórico tiene como objetivo postular un sistema para analizar las disputas, reconociendo las situaciones de incertidumbre y la capacidad extraordinaria de las personas para criticar y justificarse. Dado que los argumentos a los que se recurre para

ejercer ambas no son infinitos, toma como premisa la identificación de los sistemas de equivalencia compartidos (principios superiores comunes, véase Anexo C) que las personas tienen en cuenta en diferentes situaciones sociales. Estos les sirven para dirimir conflictos, llegar a acuerdos, sustentar convenciones o asumir compromisos. Como la presión por la sostenibilidad es fuente de críticas y de justificaciones, este marco teórico complementa la perspectiva multinivel a la hora de analizar el sistema sociotécnico del vino.

CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Una vez establecida la perspectiva teórica, se describe ahora la metodología y el diseño de investigación adoptados, así como su justificación con relación a los objetivos y al marco teórico que sustentan la presente tesis.

Para fundamentar la creación de conocimiento a la que aspira esta investigación, considero que existe una realidad cognitiva basada en cómo ordenamos los significados que elaboramos a partir de nuestra aprehensión de la realidad. Para el acceso epistemológico a dicha realidad cognitiva, parto de un enfoque mixto: por un lado, los supuestos derivados del encuadre teórico y conceptual expuesto con anterioridad guían la búsqueda de significados de forma deductiva. Por otro lado, la metodología y los instrumentos utilizados también permiten integrar un análisis inductivo a partir de los datos obtenidos, como explicaré más adelante.

Este capítulo se estructura de la siguiente forma: se justifica en primer lugar la elección metodológica cualitativa, ligada a los objetivos fijados en el momento de establecer la pregunta de investigación. A continuación, se explica la idoneidad del estudio de caso como método para acceder a la información relevante a partir de la cual se pretende dar respuesta a dicha pregunta. Posteriormente, se describe el proceso de selección de la muestra, se atiende a los instrumentos y técnicas empleados para la recopilación de los datos. Por último, pongo en relación los desafíos a la sostenibilidad del modelo actual con los principios de la guía para la vitivinicultura sostenible de la OIV (OIV, 2016), como referencia para obtener la información que me permitirá responder a las preguntas de investigación.

5.1. Justificación de la elección metodológica

Para aprehender la transformación y adaptación de significados de un concepto como es la sostenibilidad en el contexto vinícola, considero precisamente que hay que explorar cómo los actores implicados lo estructuran y le dan sentido en su entorno (Berg, 2001). El hecho de analizar también los posibles conflictos y acuerdos en la construcción de estos significados es un motivo más que justifica esta elección.

Dentro de los estudios sociales y culturales, una investigación puede tener como objetivo profundizar y obtener una mayor riqueza interpretativa, así como mejorar la contextualización de un determinado fenómeno (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2006, pág. 2). Cuando este es el caso, el uso de la metodología cualitativa se ve favorecido. Este tipo de metodología intenta interpretar los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan (Payne & Payne, 2004). También permite que ofrezcan una visión rica en aquellos detalles que consideran de importancia. Las interacciones son formas de constituir procesos y artefactos sociales en colaboración (o en conflicto) (Flick, 2018). Los seres humanos nos vemos inmersos constantemente en procesos de creación de significado que pueden reconstruirse y analizarse con métodos cualitativos. La forma de generación del conocimiento se produce mediante la indagación, documentación e interpretación de dicho proceso creativo (Payne & Payne, 2004).

Según Íñiguez-Rueda (1999), los métodos cualitativos se centran en la interpretación y la necesidad de hacer surgir perspectivas críticas, dar cuenta y comprender una realidad social. Optar por una metodología cualitativa, implica, según el mismo autor, tener en cuenta diversas sensibilidades:

- una sensibilidad histórica, puesto que los procesos sociales son herederos de la historia que los ha constituido. En este sentido, podemos observar cómo el vino desde muy temprano fue objeto de las preferencias de determinadas élites, marcando una distinción que contribuyó a convertir el vino en un objeto de lujo e incluso de colección, inclinando a una importante parte del sector a diferenciarse decididamente a través de la calidad. O cómo la necesidad de evitar el fraude en la comercialización y garantizar la autenticidad del producto, llevó a la consolidación del origen geográfico como criterio de calidad.
- Una sensibilidad cultural atenta al entorno donde se enmarca cada proceso social, los significados compartidos y el sistema de normas y reglas en el cual se ha ido gestando. En el mundo del vino, los productores intentan acomodarse a una demanda cada vez más fragmentada, que refleja los cambios en el poder adquisitivo, en el volumen de información disponible y en la procedencia geográfica de los consumidores. De esta forma, surgen por ejemplo, los vinos veganos, o los vinos desalcoholizados. El consumo de vino se refuerza asociándolo a un estilo de vida.
- Una sensibilidad sociopolítica, derivada también del contexto político donde se sitúa el fenómeno estudiado, así como sus influencias sociales y políticas, sean a favor o en contra: las políticas de la Unión Europea ejercen una presión indudable en todos los sectores productivos, incluido el vino, modificando los marcos de gobernanza a nivel nacional, regional y local.
- Y finalmente, una sensibilidad contextual, que presta también atención a la situación social y física (Íñiguez-Rueda, 1999). La respuesta de las diferentes regiones vinícolas ante las exigencias de la sostenibilidad, así como el tipo de marco institucional (por

ejemplo, las denominaciones de origen) en donde se insertan, va a condicionar definitivamente su evolución.

Para realizar este estudio, es necesario atender a la suma de estas sensibilidades, entrando en el discurso de los diferentes actores, con el propósito de reconocer el efecto que la presión del paisaje (influencias macro) ejerce en ellos, cómo se coordinan los consensos entre los actores del régimen (nivel meso) para seguir (o cambiar) la trayectoria de su modelo de producción y dónde se sitúan los potenciales conflictos que podrían ejercer un efecto desestabilizador y de cambio, indicando un nicho (nivel micro) de innovación o disrupción.

Otro aspecto que considero especialmente importante de esta elección metodológica es la posibilidad que ofrece la investigación cualitativa de incorporar a mis análisis mi propia reflexividad como investigadora (Kvale, 1994; Knox & Burkard, 2009; Íñiguez-Rueda, 1999; Ormston, Spencer, Barnard, & Snape, 2013). Quiero resaltar que soy consciente de que una observación imparcial, exenta de la influencia de valores o suposiciones previos, es imposible. Por lo tanto, asumo el compromiso de buscar la máxima transparencia y neutralidad con relación a posibles prejuicios o supuestos que puedan influir en mi investigación. En este sentido, hago explícitos dos potenciales sesgos resultantes de mi posición en el terreno de estudio. En primer lugar, mi conocimiento previo de la zona, al haber vivido y trabajado durante muchos años en Valladolid. En segundo lugar, mi afinidad personal por las cuestiones relativas a la sostenibilidad. Si bien ambos elementos han tenido mucha importancia a la hora de elegir el tema del presente trabajo de investigación, soy consciente de que pueden influir y provocar una interpretación

sesgada, por ejemplo, con relación al discurso de determinados informantes que se orientan hacia una producción convencional.

Hecha esta puntualización, reitero las adecuadas características del enfoque cualitativo para el estudio de este caso. Además de aceptar el uso de métodos de generación de datos adaptables a participantes y casos, y sensibles al contexto social del estudio, permite la exploración de cuestiones emergentes y facilita un análisis para conservar la complejidad y matices de lo observado, así como los temas recurrentes y transversales. Los resultados me permiten incluir interpretaciones de los fenómenos investigados, basadas en las perspectivas y los relatos de los participantes (Ormston, Spencer, Barnard, & Snape, 2013).

Por las anteriores razones y dado que el propósito de la tesis aborda el fenómeno de la sostenibilidad con relación a un sector –el del vino– y a un contexto espacial y temporalmente delimitado –la zona vinícola de Castilla y León en torno al Duero, representada por las DO Ribera del Duero y Rueda en el momento actual–, considero esta metodología como la más apropiada para los objetivos de esta tesis.

5.2. Método de investigación: estudio de caso

He propuesto como caso de estudio las denominaciones de origen de Ribera del Duero y Rueda, porque su complementariedad facilita su análisis conjunto como sistema sociotécnico. En este espacio vinícola en torno al Duero, se integra a la vez calidad y sostenibilidad, creando conflictos, pero también auspiciando cambios por lo que constituye en mi opinión, un caso de estudio especialmente adecuado.

Actualmente, una gran parte de la investigación cualitativa se basa en estudios de caso. A menudo, el caso (su historia y su complejidad) es un contexto clave para

comprender el tema que se estudia (Payne & Payne, 2004). Su característica más importante es que parte de la selección de una unidad social que constituye un ejemplo, —no una muestra—, con una función de realce (por la fuerza del ejemplo) y una función lógica (que permite ordenar ideas) (Platt, 1988, citado en Payne & Payne, 2004, pág. 32). Existen diversas razones por las cuales elegir este método: desafiar o desmentir supuestos previos, profundizar con detalle en elementos particulares o bien, encontrar nuevas informaciones sobre un determinado fenómeno que permitan orientar investigaciones posteriores (Payne & Payne, 2004). Todas las organizaciones e individuos tienen sus rasgos comunes y sus rasgos únicos, que, en un estudio de caso pueden identificarse y ver cómo afectan a o influyen en su funcionamiento o en su composición (Bell & Waters, 2014).

Para poder responder a la pregunta de investigación planteada, necesitaba un marco donde la orientación hacia la calidad fuera inequívoca y que pudiera tratarse con un enfoque sistémico. Las denominaciones de origen protegidas constituyen un marco ideal para este objetivo: nacen con la vocación de proveer a los actores asociados de un marco de calidad y se organizan en torno a un sistema de normas de producción, bajo criterios explícitos, como hemos visto en el Capítulo 2. A la hora de situar geográficamente el caso de estudio, España, uno de los actores más relevantes en la producción de vino a nivel mundial presenta como ventaja un decidido desarrollo de las DO como figuras de calidad. La transformación que ha experimentado en un periodo relativamente corto de tiempo (cuatro décadas) bajo la influencia del concepto de calidad ha sido radical. A la vez, se enfrenta a importantes desafíos relacionados con la sostenibilidad, tanto desde el punto de vista medioambiental como económico y social, como veremos más adelante. Todos estos aspectos se profundizarán en el Capítulo 6 dedicado a la contextualización del caso de estudio.

5.3. Selección de informantes: muestra

La muestra está formada por 28 entrevistas cuya duración total ha supuesto más de 32 horas. La intención principal era obtener una muestra –no probabilística– con la máxima amplitud posible de perfiles informantes para poder obtener datos de un número significativo de actores representativos incluidos en el sistema sociotécnico de las denominaciones de origen. En un primer momento, realicé un muestreo de conveniencia, que facilitó la localización de personas jurídicas del sector industrial vitivinícola con sede o instalaciones en el lugar de estudio. Para esa primera búsqueda, generé un listado de empresas, obtenido de la base de datos INFORMA (INFORMA, s.f.), utilizando como criterios el CNAE (1102 Elaboración de vino), la facturación (empresas grandes, medianas y pequeñas), y la situación geográfica (en las provincias de Valladolid, Burgos, Segovia y Soria, pues ambas denominaciones se sitúan en esta localización geográfica). De ahí elegí varias empresas de cada grupo, para conseguir las primeras entrevistas.

La muestra se completó mediante el encadenamiento de contactos a medida que iba realizando las entrevistas (técnica de “bola de nieve” o avalancha) para incluir actores relevantes de los grupos que en el capítulo del marco teórico (Capítulo 4) he identificado dentro del sistema sociotécnico del vino.

Debido a la limitación de tiempo, realicé la transcripción inicial de estas entrevistas a través de la plataforma en línea Upwork©, por medio de transcriptores *freelance* de lengua española. Todas las transcripciones fueron revisadas personalmente, para asegurar la fidelidad de la información y corregir errores provocados por el desconocimiento del contexto (Cormac McGrath, Palmgren, & Liljedahl, 2019).

5.4. Obtención de datos

El análisis cualitativo de los datos permite aplicar una sistematización de la información basada en el uso que realizan los distintos actores de los órdenes de justificación descritos en el Capítulo 4. Siempre teniendo en cuenta que mi objetivo no es “cuantificar” frecuencias sino detectar significados que permitan interpretar conflictos y anticipar potenciales tendencias de transformación. La obtención de múltiples puntos de vista sobre el fenómeno que deseamos estudiar “refuerza la legitimidad de nuestra pretensión de comprenderlo” (Charmaz, 2004, pág. 983) (la traducción es mía).

5.4.1. Instrumentos

Las entrevistas semiestructuradas como método de recopilación de información tenían como objetivo obtener datos que me permitieran:

- Situar los discursos e interpretar las justificaciones con relación a los temas más relevantes.
- Relacionarlos con la ubicación de los actores desde el punto de vista de la perspectiva multinivel (régimen o nicho).
- Detectar posibles aspectos que pudieran haberse pasado por alto a la hora de plantear el problema de investigación o en la propia revisión de la literatura.

El análisis de los datos obtenidos en las 28 entrevistas realizadas entre 2019 y 2022 lo realicé mediante el programa Atlas.ti®, herramienta utilizada habitualmente para la organización y análisis de la información en investigaciones cualitativas. Mediante un enfoque interpretativo, el análisis de los datos expuestos se basa en la categorización y codificación de la información obtenida en las entrevistas. En dicho análisis se ha seguido

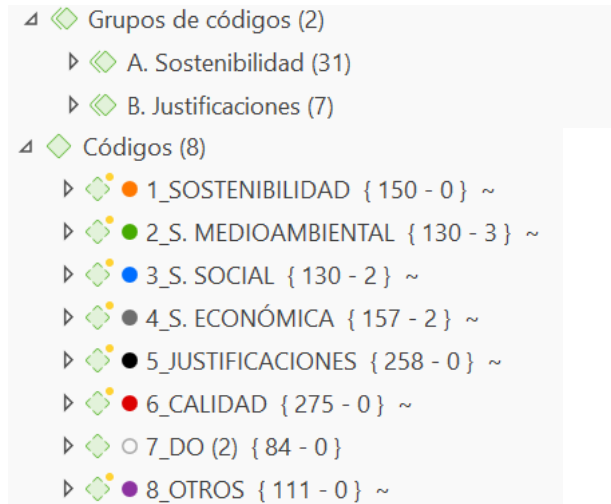
un enfoque mixto: el marco teórico y las preguntas de investigación proveen un esquema básico y prescriben una aproximación deductiva.

Las entrevistas contenían a priori los bloques temáticos relacionados con el triple enfoque de la sostenibilidad (véase Anexo B), que luego han funcionado como categorías en el análisis. No obstante, al ser semiestructuradas, también permitieron una aproximación inductiva, con la aparición de algunos temas nuevos (por ejemplo, el vino natural como innovación de nicho). La información se ha trabajado mediante varias revisiones sucesivas para profundizar y refinar la codificación. La primera fase me sirvió para hacer aflorar y relacionar los temas más relevantes alrededor de las preguntas de investigación. La segunda fase la empleé para reflexionar sobre el uso de las diferentes justificaciones en cada uno de ellos.

De esta forma, clasifiqué los códigos, en la primera revisión, por su relación con el concepto general “Sostenibilidad”. En las revisiones posteriores, creé un segundo grupo, denominado “Justificaciones” (Figura 20), que me permitió simultanear las categorías conceptuales iniciales con la nomenclatura utilizada en el marco de la Teoría de las Convenciones. En el capítulo de discusión de resultados (Capítulo 7), sigo esta categorización por conceptos para explicar los análisis realizados. En concreto, los códigos referentes a su *definición*, a las tres *dimensiones* de la sostenibilidad (medioambiental, social y económica), los agrupados bajo el concepto de *calidad*, los que hacen relación a la *Denominación de Origen* (función e influencia) y un epígrafe, denominado *Otros*, donde incluí los temas novedosos que no se hallaban incluidos de forma explícita o deliberada en las entrevistas, pero que me permitieron, por ejemplo, subrayar las opiniones y

justificaciones emitidas por los distintos actores respecto a los vinos denominados “naturales”.

Figura 20. Visualización del anidamiento de códigos empleados para el análisis y la categorización.



Fuente: Análisis y codificación de la autora mediante Atlas.ti®

5.4.2. Técnica

El modo de realización de las entrevistas estaba previsto que fuera en su mayor parte presencial. En el transcurso de la tesis, la pandemia de la COVID-19 cambió inesperadamente mis perspectivas y mis posibilidades, haciéndome prácticamente imposible visitar a los informantes. Inicialmente, la limitación de viajar, no ya entre países sino entre localidades en España, fue enormemente estricta y aunque las medidas fueron relajándose progresivamente, los inconvenientes de tipo práctico eran muchos. Por lo tanto, intenté buscar un formato donde la interacción –tanto auditiva como visual– fuera posible, a través de sistemas de comunicación remotos. El motivo era lograr un mayor nivel de comodidad entre los informantes, facilitando que pudieran no solo oírme sino verme, para

crear un ambiente más distendido y suscitar una mayor familiaridad en el transcurso de la conversación. La propia pandemia que me impidió estar presente físicamente, tuvo como feliz consecuencia que las personas a las que entrevisté no mostraran en absoluto extrañeza o incomodidad por el medio técnico elegido para la comunicación. De pronto, este tipo de métodos a distancia se habían convertido en “el pan de cada día” para muchos, tanto a nivel personal como profesional.

5.4.3. Protocolo

Las entrevistas se realizaron individualmente y una única vez a cada persona. A todas ellas se les proporcionó, bien vía correo electrónico o por mensajería de redes sociales (Whatsapp o Instagram) un texto conteniendo información sobre la investigadora (universidad, nivel académico y programa, nombre y apellidos, además de nacionalidad) así como sobre la naturaleza y motivación del trabajo de investigación. Por otro lado, también proporcioné al, o la entrevistada, una breve justificación sobre el potencial interés y relevancia de su experiencia y opiniones acerca del fenómeno investigado (Cormac McGrath, Palmgren, & Liljedahl, 2019). La entrevista se documentó mediante grabación de la conversación para su posterior transcripción. Asimismo, se solicitó a las personas entrevistadas su consentimiento al principio de la conversación. También indiqué habitualmente que, al usar la información proporcionada, se anonimizaría cualquier dato de carácter personal que pudiera conducir a una identificación del/a informante, para respetar el principio de confidencialidad (Bell & Waters, 2014, pág. 53).

El guion de las entrevistas (Anexo B) contiene una serie de temas identificados como relevantes en las conversaciones preliminares y en la revisión de la literatura para los propósitos y ámbito de la tesis. Las mantuve semiestructuradas en todos los casos, siempre

con preguntas abiertas y colocación flexible, para dar pie a que aflorara el máximo posible de información relevante sobre actitudes, visiones y justificaciones de las personas entrevistadas. En este sentido, pretendía que dichas preguntas constituyeran una guía sobre la que construir la entrevista (Knox & Burkard, 2009), pero permitiendo suficiente apertura como para garantizar la máxima riqueza de detalles posible en la intervención de cada participante.

No obstante, modifiqué parcialmente la formulación de las preguntas (véase Anexo B) según los diferentes perfiles de la muestra, para incluir temas relacionados con sus funciones o adecuarlas a su experiencia. Tal como detallo en la Tabla 5, en la investigación he recopilado información de los productores, el grupo de entrevistados más numeroso, además de otros grupos del régimen sociotécnico de las DO (proveedores, sistema educativo e investigación, trabajadores de las denominaciones de origen, distribución e instituciones públicas y privadas).

A priori, todos ellos pertenecen al nivel del régimen dentro del sistema de las denominaciones. En el análisis de resultados se discutirá cómo afectan las innovaciones de nicho a la adscripción de estos actores según la perspectiva multinivel. La Tabla 5 ofrece la siguiente información: grupo de actores dentro del sistema sociotécnico de la denominación de origen; el identificador utilizado en la transcripción de las entrevistas; la función de la persona entrevistada; el tipo de actividad que desarrolla la empresa o institución donde se inserta dicha persona. El alcance geográfico se entiende como ubicación de la producción en el caso de productores y viticultores. En el resto de los actores, se refiere al alcance de su actividad de prestación de servicios. Se añade, por último, la duración de la entrevista en cada uno de los casos.

5.4.4. Descripción de los perfiles entrevistados

A. Productores: El grupo de los productores (15) está compuesto por empresas bodegueras, cuyo rasgo en común es la elaboración de vino, así como la integración vertical de la producción de uva. Es decir, todas tienen viñedo propio (integración vertical hacia atrás) aunque todas se surten también, en mayor o menor medida, de uva que compran a terceros (viticultores). También realizan el embotellado del producto y en algunos casos, la distribución. El tamaño de las explotaciones varía, de los varios millones de botellas (3 de ellas), a varios cientos de miles. En cuanto a la producción, se acogen a las posibilidades que ofrecen las dos DO que componen este estudio de caso, con las variedades permitidas y los métodos de elaboración marcados por sus respectivas normas, como se detalla en el Capítulo 7. Además, 7 de ellos producen vino en las dos denominaciones. Únicamente hay un productor, que, aunque ubicado en Peñafiel –una de las localidades más importantes de la DO Ribera del Duero–, voluntariamente ha elegido pertenecer a la IGP Vinos de la Tierra de Castilla y León. En lo que se refiere a las prácticas sostenibles, hay 3 bodegas de vino ecológico y biodinámico, y 4 en proceso de conversión del viñedo a ecológico para su certificación. Y respecto al precio, 7 de las bodegas sitúan sus vinos mayoritariamente en el segmento “premium” (vinos de más de 15 euros o “súper premium” (por encima de los 20 euros) (Vallés, 2022). De los 15 productores, 12 tienen una antigüedad superior a los 20 años. Asimismo, en dos casos, los entrevistados ejercieron funciones en los consejos reguladores de las DO, por lo que también suministraron información sobre el funcionamiento y papel de las denominaciones de origen.

Tabla 5. Descripción de las fuentes de información para el caso de estudio.

GRUPO	IDENTIF.	FUNCIÓN	ACTIVIDAD	ALCANCE	DURACIÓN
Productores, elaboradores, bodegueros	Prod01	Gerente	Bodega	Rueda y Ribera	0:57:28
	Prod02	Comercial	Bodega	Rueda y Ribera	0:57:00
	Prod03	Comercial	Bodega	Rueda	1:00:14
	Prod04	Gerente	Bodega	Rueda y Ribera	1:06:35
	Prod05	Gerente	Bodega	Ribera	1:06:53
	Prod06	Gerente	Bodega	Ribera	1:04:39
	Prod07	Gerente	Bodega	Rueda y Ribera	1:18:35
	Prod08	Gerente	Bodega	Rueda	1:23:41
	Prod09	Técnico	Bodega	Ribera	1:38:58
	Prod10	Técnico	Bodega	Ribera	0:46:12
	Prod11	Gerente	Bodega	Ribera	0:56:28
	Prod12	Comunicación	Bodega	Rueda y Ribera	1:02:07
	Prod13	Gerente	Bodega	Vinos de CyL	1:41:28
	Prod14	Gerente	Bodega	Rueda	1:52:36
	Prod15	Gerente	Bodega	Ribera	1:24:18
Proveedor (uva)	Viti01	Viticultor	Viticultor	Ribera	1:34:06
	Viti02	Viticultor	Viticultor	Ribera	2:28:02
	Viti03	Viticultora	Viticultora	Rueda	1:15:43
Proveedor (otro)	ProvRH	Gerente	Proveedor	Nacional	0:56:12
	ProvFin	Bancario	Banca	Local	0:57:22
Denominaciones	DO01	Comunicación	DO	Regional	0:53:40
	DO02	Resp. Enología	DO	Regional	0:35:33
Mercados	Dis01	Compras	Distribuidora	Internacional	0:28:00
	Dis02	Gerente	Distribuidora	Local	0:34:07
Instituciones	Inst01	Técnico	Insti. Privada	Internacional	1:10:52
	Inst02	Técnico	Certificadora	Regional	0:37:44
	Inst03	Técnico	Insti. Pública Técnica	Regional	1:50:59
Educación, investigac.	Uni01	Profesor	Universidad	Regional	0:50:08
DURACIÓN TOTAL DE LAS ENTREVISTAS					32h 29' 40"

B. Viticultores: En el grupo de los viticultores, dos de ellos son hombres y tienen sus viñedos en Ribera del Duero. La viticultora tiene su explotación en Rueda. En todos los casos son menores de 35 años. El tamaño de su terreno va desde las 20 a las 10 hectáreas. En dos de los casos, ejercen otras profesiones al lado de la viticultura, porque la rentabilidad no es aún la adecuada. Dos de ellos tienen la explotación en ecológico, uno de ellos en proceso de conversión, el otro sin certificar. Las prácticas del tercero equivaldrían a una producción integrada, también sin certificar.

C. Proveedores: El proveedor financiero trabaja como director de oficina bancaria en Medina del Campo desde hace doce años. Su cartera de clientes es local, por lo que conoce y trabaja de cerca con bastantes actores del sector. El proveedor de personal y maquinaria trabaja también desde hace más de 15 años, tanto para Ribera del Duero como para Rueda, facilitando ambos recursos a las empresas de la zona en régimen de subcontratación. También tiene como actividad paralela la elaboración de vino en Rueda.

D. Denominaciones: Los informantes trabajan directamente para las DO y conocen su funcionamiento desde dentro

E. Distribución: Por lo que a la distribución respecta, la distribuidora internacional formó parte de las entrevistas preliminares. La otra empresa de distribución es un negocio familiar y suministra vinos a nivel local en Valladolid desde hace más de 25 años.

F. Instituciones: En cuanto a las instituciones, una de ellas tiene como cometido la certificación de procesos ecológicos en el sector agrícola de Castilla y León, una segunda presta asesoramiento científico al sector agrario y ganadero de la región. La institución internacional también está especializada en el asesoramiento técnico y científico, pero específicamente al sector vitivinícola.

G. Educación/Investigación: Por último, la persona entrevistada forma parte del personal docente e investigador dentro de los programas académicos universitarios para la formación especializada del sector vitivinícola.

5.5. Operacionalización de la pregunta de investigación

Para dirigir la obtención de los datos empíricos a partir del discurso de los diferentes actores, la guía de la OIV para una vitivinicultura sostenible (OIV, 2016) suministra una expresión explícita de las presiones del paisaje relacionadas con la sostenibilidad sobre el sistema del vino. Por lo tanto, vamos a utilizar los principios expuestos en ella para la obtención de los datos empíricos y su posterior análisis.

De esta guía se han tomado en consideración cuatro principios, que relacionamos con los desafíos para la sostenibilidad adaptados al contexto de la región que constituye el caso de estudio y que se reflejan después en las preguntas del cuestionario para los distintos actores (véase Anexo B):

Definición: “Principio nº 1: Un enfoque sostenible integra los aspectos medioambientales, sociales y económicos” (OIV, 2016, pág. 5). En la literatura y en la praxis se ha encontrado que cuando se habla de sostenibilidad se asocia mayoritariamente a la dimensión medioambiental. Por lo tanto, en las entrevistas se solicita información sobre la definición de sostenibilidad, para determinar qué dimensiones incluye la visión que se tiene del concepto, qué tipo de conflictos provoca y cuáles son las convenciones que se ponen en juego al definirlo.

Sostenibilidad medioambiental: “Principio nº 2: La vitivinicultura sostenible respeta el medio ambiente” (OIV, 2016, pág. 5): Para analizar la construcción de la dimensión medioambiental y la posición sobre el uso de los recursos naturales, se pregunta

sobre el uso de insumos, las prácticas vitícolas y el agua como referencia, así como el impacto del cambio climático, si bien su influencia es diferente según la zona (Resco, Iglesias, & Bardaji, 2014). El uso de fertilizantes y tratamientos sistémicos es una fuente de contaminación y amenaza para la biodiversidad. Las viñas son el cultivo con una de las aplicaciones más intensas de pesticidas sintéticos en España y en Europa (Alonso González, Parga-Dans, & Luzardo, 2021). Uno de los desafíos en la zona vinícola del Duero gira en torno al recurso cada vez más habitual al riego por la subida de las temperaturas. En la época estival las precipitaciones son cada vez más escasas y en la zona de Rueda se ha generalizado su instalación (Yuste, Vicente, & Martínez-Porro, 2018).

España es uno de los países europeos con mayor nivel de estrés hídrico (33%) porque tiene escasos recursos renovables disponibles. También es el mayor consumidor de Europa, debido al peso del sector agrario en la economía española. En el caso del vino, a partir de 1994, el aumento de la huella hídrica azul del vino español fue exponencial. Se prevé que el agua de riego en la producción de vino constituirá una estrategia de adaptación fundamental en muchas zonas, y que aumentará el número de conflictos por su gestión y uso sostenible (Ayuda, Esteban, Martín-Retortillo, & Pinilla, 2020).

Sostenibilidad social: “Principio nº 3: La vitivinicultura sostenible es sensible a los aspectos sociales” (OIV, 2016, pág. 8). Para analizar la construcción de la dimensión social, interrogo sobre los conflictos relacionados con la necesidad de *mano de obra* en el sector, derivada sobre todo de las tareas agrícolas, que especialmente en la época de vendimia, es muy intensiva (Sánchez & Yoldi, 2013). El éxodo rural ha hecho que en España el trabajo agrícola dependa en gran medida de la inmigración. Se denuncian anualmente situaciones de hacinamiento en viviendas, transporte o salarios por debajo del

mínimo legal en el sector agrícola. Si bien la situación ha mejorado considerablemente en términos de formalización de contratos, las situaciones reales distan de ser idóneas en algunos casos o incluso propician la entrada de empresas intermediarias fraudulentas que organizan la entrada de trabajadores en condiciones de explotación (ABC, 2021).

El segundo tiene relación con los potenciales problemas para la *salud* que puede ocasionar el vino. El más evidente es el ocasionado por un consumo excesivo o inapropiado, dado su contenido en alcohol. Pero también puede haber problemas debido al uso de tratamientos sintéticos en la parte de la producción, o en la parte de la elaboración, donde hay numerosos tipos de aditivos y coadyuvantes autorizados, cuya información no está presente en las etiquetas del producto y supone potenciales riesgos para la salud, como el efecto alérgico de los sulfitos (De Diego-Ramos, 2018).

Sostenibilidad económica: “Principio nº 4: La vitivinicultura sostenible pretende mantener la viabilidad económica” (OIV, 2016, pág. 9). El modelo español, pese a su apuesta por la diferenciación, aún ofrece un enorme volumen de producto a precios muy bajos. Y esta tendencia no consigue revertirse. Este fenómeno es muy visible en las comparativas entre los diferentes países productores. En la zona del caso de estudio, se obtienen precios más elevados que en otras zonas como Castilla-La Mancha, donde el producto más abundante es el vino a granel. Sin embargo, la gran competencia con otros países, y entre denominaciones, también genera problemas de rentabilidad y eficiencia. Se producen presiones por parte de actores del régimen que desean producir más y relajar la limitación de producción por hectárea, amenazando el consenso en torno a la calidad, con lo que supone de potenciales riesgos para la sostenibilidad económica.

Antes de pasar el análisis de los resultados, en el siguiente capítulo pondré en contexto el caso de estudio elegido.

CAPÍTULO 6. CASO DE ESTUDIO

En este capítulo, justifico las razones por las que he considerado que el área vinícola en torno al río Duero –correspondiente a las dos Denominaciones de Origen, Ribera del Duero y Rueda– suministra un caso de estudio adecuado para abordar los interrogantes planteados en esta tesis.

En primer lugar, las DO elegidas constituyen una singular muestra dentro de la transformación que ha sufrido el sector del vino en España las últimas décadas –tanto en términos medioambientales y geográficos, como sociales y culturales. Interpreto dicha transformación a nivel nacional como ejemplo de una transición –hacia la calidad– en el marco de la perspectiva multinivel. A continuación, indico la situación de las iniciativas sostenibles en España –como prácticas de cultivo o adhesión a programas–, cuyos datos pueden obtenerse a nivel general, y en lo posible, las pongo en relación con las DO del caso de estudio. Por último, explico las características de las DO en este marco regional.

6.1. Evolución del sector vinícola en España como transición hacia la calidad

Según expuse en el Capítulo 4, los estudios sobre transiciones a lo largo de la historia pueden abordar transformaciones en sectores, ciudades o regiones específicas útiles para el determinar el curso de una transformación hacia la sostenibilidad. Aquí se propone una explicación sobre la transición hacia la calidad en el sector del vino de España, prestando atención al surgimiento de las denominaciones de origen como configuración dominante y estable (Loorbach, Frantzeskaki, & Avelino, 2017).

6.1.1. Situación inicial

A principios de los años ochenta, España contaba con cerca de un millón y medio de hectáreas de viñedo. El riego estaba prohibido por la Ley de la Viña y el Vino (BOE,

1970) y las producciones oscilaban entre los 30 y los 34 millones de hectolitros al año. Había 25 denominaciones de origen y las exportaciones no llegaban al 10% de la producción, siendo la mayor parte de vino a granel. El paisaje vitícola se caracterizaba por viñedos en vaso (véase Anexo D), donde abundaba la mezcla de variedades, y las explotaciones se hallaban en fincas de pequeño tamaño entremezcladas con otros tipos de fincas agrícolas y forestales. La imagen exterior de los vinos de España no tenía gran importancia en el mapa de la calidad, con algunas contadas excepciones como las DO de Rioja y de Jerez, y algunas marcas destacadas como Torres en Cataluña o Vega Sicilia en la zona de la Ribera del Duero. Y en cuanto a distribución y comercialización, apenas existían tiendas especializadas. La figura del sumiller no era en modo alguno frecuente en el panorama de la restauración y hotelería (Proensa, 2007). El consumo se producía en gran medida en el ámbito doméstico. Entre los años 70 y 80, en España se consumían alrededor de 25 millones de hectolitros (Millán & Yagüe, 1997). Existía alguna publicación especializada, como la Semana Vitivinícola, pero el consumidor no disponía de información sobre el panorama de vinos de las distintas regiones, por lo que el producto que se compraba era básicamente local.

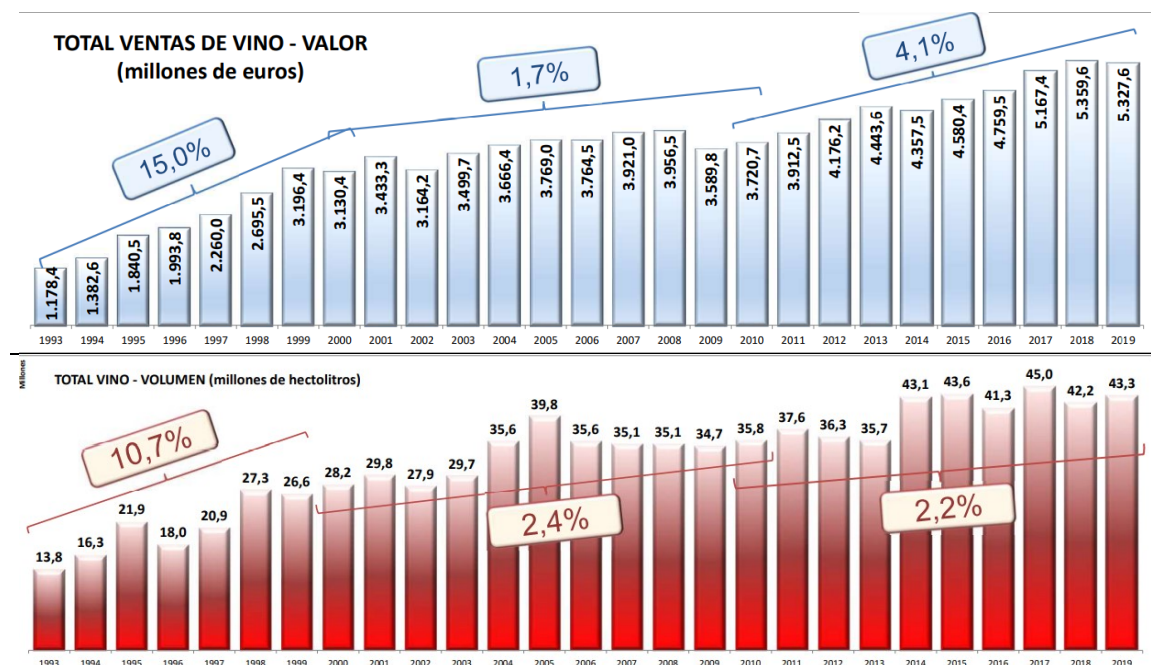
6.1.2. Situación actual

Cuarenta años más tarde, el panorama del vino en España se puede describir de la siguiente forma:

La superficie del viñedo se ha reducido un 42% (-701.535 ha.) respecto de la que existía en los años 80. La superficie plantada en España a 31 de julio de 2021 fue de 945.578 hectáreas (CERCV, 2021). La producción a pesar de la reducción del viñedo ha seguido aumentando. Entre 2011 y 2021 superó los 37 millones de hectólitos de media,

con picos de hasta 45 millones de hectolitros. En la campaña 2020-2021, por ejemplo, fue de casi 41 millones de hectolitros. La Figura 21 muestra la evolución en términos de volumen y valor de la producción de vino desde la década de los 90.

Figura 21. Evolución del sector de 1993 a 2019 en valor de venta (millones de euros) y volumen de producción (millones de hl).



Fuente: Datos INE, elaboración OeMV (2020, pág. 13 y 14).

En términos económicos, la actividad vitivinícola generó en 2020 el 2,2% del VAB nacional y el 2,4% del empleo sobre el total en España (AFI, 2020).

El número de denominaciones de origen se ha multiplicado por cuatro desde los años 80. En España hay actualmente 97 Denominaciones de Origen y 47 Indicaciones Geográficas Protegidas (MAPA, 2020), lo que significa que este modelo se da en todas las zonas del país. El 96% de la superficie plantada se encuentra en zonas DOP o IGP (906.317 ha). El 93,87% de la superficie plantada es admisible para la producción de vinos con DOP

(CERCV, 2021). La producción de vino bajo estas figuras de calidad supone el 47,95% de la producción total (CERCV, 2021).

La exportación actualmente supera el 50% del volumen de producción. España tiene productos vitivinícolas españoles en 189 países, al ser el primer país del mundo en volumen y el tercero en valor de exportación (AFI, 2020). Más de la mitad de la facturación del sector proviene de las ventas internacionales. El sector representa el 6,9% de las exportaciones españolas de productos de alimentación. Este dato no solo indica la importancia de la imagen del país en el exterior asociada con el vino, sino que también ha servido para atraer inversión extranjera, superando los 800 millones de euros en la última década (AFI, 2020, pág. 27). La rentabilidad del vino con DO, tanto en el mercado interior como exterior ha aumentado, es decir, se paga más al adquirir un vino con una procedencia determinada, por la asunción implícita de calidad que conlleva

Los paisajes de viñedo han dado entrada a las plantaciones en espaldera (véase Anexo D), donde las vides, en hileras ordenadas, con instalaciones de riego por goteo, trepan en torno a postes y alambres que permiten la mecanización de determinadas labores. El 41% de la superficie dedicada a viñedo es de regadío y esta tendencia va en aumento.

El interés del consumidor por el vino se ha traducido en la aparición de revistas, webs (Tecnovino, Vinetur, Verema...), blogs, canales en redes sociales o *apps* destinadas a facilitar la elección de los vinos y a dar información sobre cata, conservación o consumo. Existen además guías especializadas nacionales, como la Guía Peñín, y en las guías internacionales más prestigiosas (The Wine Advocate, Wine Spectator, Decanter) el vino español ocupa un lugar muy destacado. También la prensa generalista contiene habitualmente información vinícola en secciones específicas (por ejemplo, el diario El

Mundo con elmundovino (El Mundo, s.f.), Guía de Vinos de ABC, Anuario de Vinos de El País, etc.). Las publicaciones gastronómicas dedican mucho espacio a los vinos y a las distintas regiones vinícolas. El vino español es protagonista en numerosos certámenes internacionales, y a nivel nacional, han proliferado los concursos y premios relacionados con el vino (Bacchus, Zarcillo, Alimentos de España...). El enoturismo se ha convertido en una experiencia de demanda creciente, alrededor de la cual se han organizado diferentes rutas asociadas a las distintas DO (RVE, s.f.), y se han ido abriendo múltiples tiendas especializadas. Las grandes superficies tienen un espacio dedicado específicamente al vino y en la restauración ya es habitual la presencia de personal experto en vino o sumilleres para aconsejar al cliente en su elección.

6.1.3. Trayectoria de la transición hacia la calidad

Argumento que la transformación de todos estos aspectos sigue una trayectoria basada en una *reconfiguración* del régimen (véase apartado 4.2.4.4. de esta tesis), donde la arquitectura básica del anterior transita hacia uno donde los actores se asocian en torno a unos criterios compartidos de calidad (precisión tecnológica, características organolépticas definidas, origen especificado y protegido, control de volúmenes de producción, especialización en variedades, etc.) para ejercer su actividad, impulsados por los apoyos institucionales y la demanda alineada de los consumidores.

La *evolución del régimen sociotécnico* tiene en las Denominaciones de Origen la respuesta a la influencia del paisaje hacia la diferenciación por la calidad. Esta figura constituye un elemento común en la innovación socioeconómica del vino (Aparicio, Sánchez, Alonso, & Rodero, 2008).

Siguiendo la perspectiva multinivel, en el *paisaje sociotécnico* a finales del siglo XX, en el entorno de los sistemas agroalimentarios se identificaban dos tendencias: la producción estandarizada, basada en la competencia por precio, y la producción diferenciada, basada en la competencia por la calidad. Para el sistema del vino en España, a esto se unen la entrada, primero en el Mercado Común Europeo y posteriormente, en la Unión Europea, y la influencia francesa a la hora de implementar el origen como referencia para la diferenciación. Además, los cambios cualitativos en las preferencias de los consumidores (búsqueda de calidad y distinción, preocupación por la salud) derivadas del aumento de información disponible, la mejora en el nivel de vida y poder adquisitivo terminan de configurar también características del paisaje en este periodo influyendo en su orientación hacia la calidad.

En los primeros momentos de la transición, los actores del régimen eran productores de pequeño tamaño, o bien cooperativas dedicadas a la producción local de vinos a granel o con escasa proyección nacional. La actividad a nivel de *nicho* se encontraba en las pocas denominaciones existentes, como Rioja, y en determinadas bodegas de referencia, que presentaban un nivel de desarrollo adecuado para la recepción de las presiones del paisaje hacia el vino de calidad. La creación de las Denominaciones de Origen impulsa la adopción de las innovaciones del nicho. En este sentido, el marco tecnológico del “vino de calidad” da gran importancia al color, olor y sabor distintivos, que se consideran, además, expresión de un origen o de un “terroir” específico. Las bodegas empiezan a interesarse por la materia prima que procesan, por ejemplo, las variedades de uva, y buscan progresivamente una especialización. Los viñedos van atrayendo atención cada vez más individualizada, dando lugar a procesos de zonificación para detectar y poner

en valor las diferencias entre parcelas. Se produce una integración horizontal para aumentar el control sobre la calidad de la uva producida. Se crean estudios especializados a nivel universitario. En consecuencia, los productores tradicionales se ven complementados o sustituidos por profesionales de la agronomía y de la enología, muchas veces con experiencia en el extranjero que desempeñan un papel importante dentro de la bodega y en la transformación del viñedo, introduciendo tecnologías (como el cambio del vaso a la espaldera), mecanización y tratamientos fitosanitarios. En la propiedad de las bodegas entran actores con experiencia internacional, como enólogos de Francia, pero también de Australia o de California, que aportan experiencias diferentes y amplían los horizontes de la elaboración. Los conocimientos sistemáticos se valoran cada vez más y los grupos de actores del mundo de la investigación (Universidades, laboratorios, asesorías especializadas) se vuelven cada vez más importantes.

Pero, además, las innovaciones de nicho ganan fuerza debido a las inversiones en recursos de los actores, el aumento de la exigencia en los consumidores —por el contacto con una oferta más amplia, de otras regiones, y por la presencia de mucha más información para orientarse en el mundo de las marcas—, y el entusiasmo cultural, que da paso, entre otras cosas, al crecimiento del enoturismo. El apoyo institucional (gobernanza) juega un papel decisivo en esta transición. Concretamente, fue muy importante la creación del INDO (Instituto Nacional de Denominaciones de Origen) tras la publicación del Estatuto de la Viña, el Vino y los Alcoholes de 1970, pues permitió la organización del sector, especialmente con la creación de los catastros vitícolas. Hacia 1982 ya se pudo saber más o menos, cuánto viñedo había en España, su ubicación, variedades de uva, tamaño de las parcelas, la edad del viñedo y otros datos necesarios. Su función fue asumida

posteriormente por las distintas Autonomías. Este apoyo institucional impulsó la actividad de organismos como los Institutos Tecnológicos Agrarios, dio pie a la aparición de organizaciones públicas y privadas como el Observatorio Español del Mercado del Vino o la Plataforma Tecnológica del Vino y la generación de multitud de proyectos de I+D en colaboración con instituciones académicas.

Este conjunto de factores hace que se pueda asimilar la transición hacia la calidad aquí descrita a una trayectoria de *reconfiguración*, según las características comentadas en el Capítulo 4.

6.2. Panorama de las iniciativas sostenibles en España

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2019 se llegó a las 4071 empresas dedicadas a la elaboración de vino (aunque en 2020 esta cifra descendió debido a la pandemia) (OeMv, 2022). Sin embargo, resulta significativa la escasez de datos estadísticos sobre las iniciativas sostenibles que han ido adoptando, así como el escaso número de bodegas adheridas a las actuales certificaciones y programas. A pesar de que podría asegurar la acreditación de vinos y bodegas como sostenibles y permitir las ventajas del reconocimiento por parte de los consumidores, como está ocurriendo en Francia (del Rey, 2021), esto confirma las dificultades del sector para incorporar de forma explícita la sostenibilidad al modelo actual,

6.2.1. Producción integrada

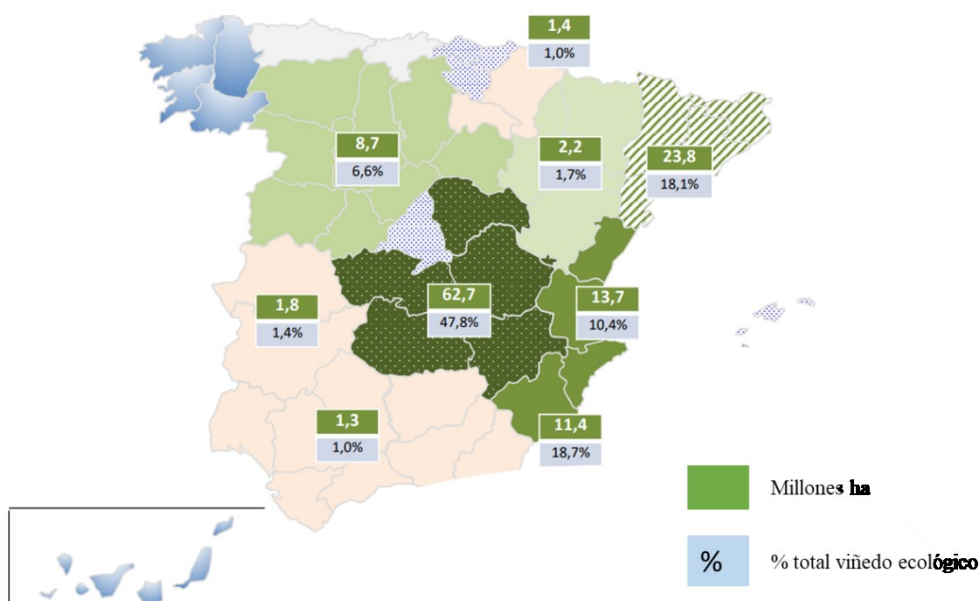
En España, los datos de producción integrada de viñedo proporcionados por el MAPA se remontan a 2015, donde se documentó una superficie de 17885 hectáreas. La mayor superficie correspondió a Valencia (8803 hectáreas). En Castilla y León, la superficie ascendía apenas a 164 hectáreas. En general, el cultivo donde más se ha

extendido este tipo de producción, que está relacionado con el Control Integral de Plagas, es el olivar, por lo que Andalucía es la región con mayor superficie y no se puede decir que sea relevante para el viñedo (MAPA, 2015).

6.2.2. Producción ecológica

En España, la superficie de viñedo certificada como ecológica abarcaba 131.193 hectáreas en 2020, lo que supone un 13,8% del total. Desde principios de siglo ha ido creciendo constantemente, sobre todo desde 2009. Pero su distribución es muy desigual, como puede comprobarse en la Figura 22. Esto puede asociarse a las condiciones climáticas. Cuanta mayor es la insolación de una zona, más favorece el cambio a cultivo ecológico haciendo que sea más “fácil” y menos costoso (del Rey, 2021).

Figura 22. Viñedo ecológico en España (2020).



Fuente: Datos MAPA, elaboración OeMV (del Rey, 2021)

Las prácticas ecológicas son las más extendidas (Figura 22). En superficie de viñedo ecológico respecto a la superficie total, Castilla y León representa un 11,9%, lo que la sitúa por debajo de la media española. Destaca la superficie de Castilla-La Mancha, que supone casi el 50% de dicha superficie y la de Cataluña (del Rey, 2021).

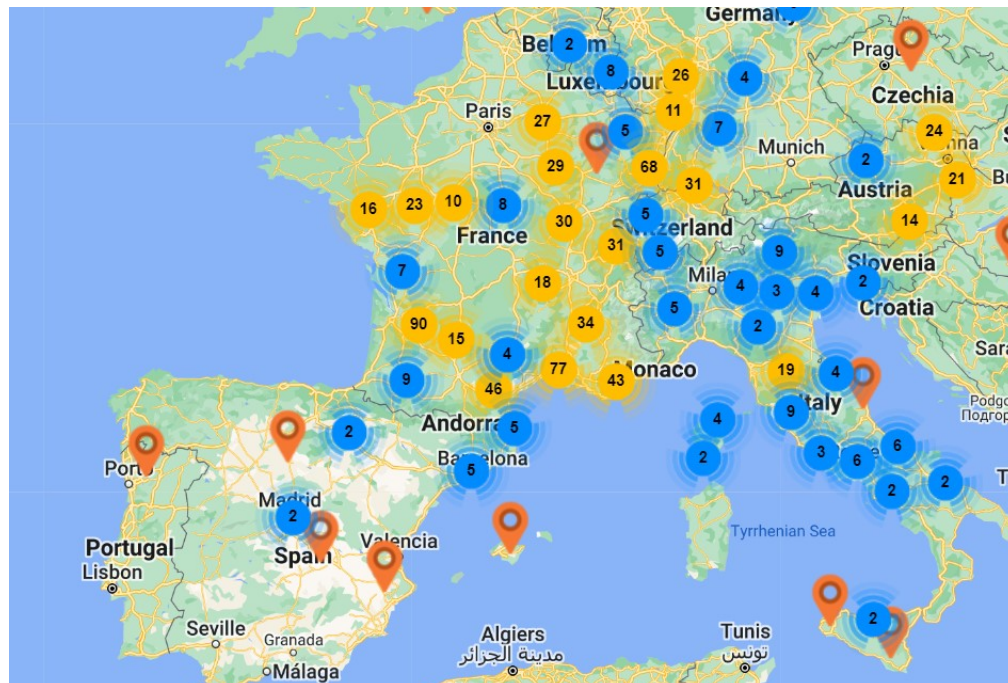
En cuanto al número de operadores ecológicos, que a principios de siglo era de 135, asciende en la actualidad a 1214 bodegas. Donde hay más viñedo certificado, también hay más bodegas, pero en este caso es en Cataluña donde se sitúa el 24,5% del total nacional. Castilla-La Mancha tiene el 17,7% y Castilla y León, el 11% (133 en total) (del Rey, 2021). Esto se debe a que en Castilla-La Mancha las empresas vinícolas tienen mayor tamaño.

La demanda de vino ecológico es apreciable en Europa, sobre todo en Alemania, Francia y Reino Unido. En segundo lugar, estarían los EE. UU. y también Sudáfrica y Noruega. Es destacable lo ocurrido en Francia, donde la demanda ha crecido con mucha fuerza en los últimos años asociada a una importancia creciente de los aspectos medioambientales (del Rey, 2021). El consumo de vino ecológico en España, aunque ha ido en aumento (16,8 millones de botellas ecológicas en 2018, 18,6 millones en 2019 y más de 25 millones en 2020) registra cifras aún enormemente modestas. De hecho, solo supone el 1,5 % de la compra total de alimentos ecológicos (BBVA, 2022).

6.2.3. Producción biodinámica

En España, según los datos de Deméter, los operadores certificados no superan los 15, una situación que contrasta sobremanera con el resto de Europa, especialmente Francia, como puede verse en la Figura 23.

Figura 23. Viñedo con certificación biodinámica en España (2021)



Fuente: Deméter (Deméter, 2022)

6.2.4. Vinos de mínima intervención (naturales)

La inclusión de los vinos naturales en esta relación de iniciativas sostenibles se debe a los principios generales que guían su producción: viticultura ecológica, y ningún aditivo permitido, así como un compromiso con el entorno (PVN, s.f.). Dado que no existe la posibilidad de certificación ni tampoco están sometidos a ninguna regulación, se desconoce tanto el volumen de producción como el de consumo de este vino. Tampoco existen datos sobre el número de productores que elaboran vino en España de acuerdo a los principios enunciados en la web de la asociación de Productores de Vino Natural (PVN, s.f.).

6.2.5. Programas de sostenibilidad

En el caso de España, se han producido algunas iniciativas desde el sector privado para la promoción de programas de sostenibilidad que permiten además proporcionar una acreditación. En 2011 se creó el programa denominado “Wineries for Climate Protection” (WfCP) de la Federación Española del Vino (FEV) que, a junio de 2022, tenía 42 bodegas acreditadas (FEV, 2022). Este programa creado “por bodegas para bodegas” (FEV, 2019) tiene como propósito que las empresas vinícolas puedan demostrar su compromiso con la sostenibilidad medioambiental. A la fecha de publicación de esta tesis había 10 bodegas adscritas, pertenecientes a las DO del caso de estudio. Una de ellas además, se había calificado para otro certificado adicional: “Spanish Wineries for Emission Reduction”. Todas ellas tienen explotaciones en al menos otra DO adicional. Asimismo, son activas en comercio internacional.

Existe también otra asociación denominada Spanish Organic Wines, fundada en 2011, para promocionar los productos de las bodegas ecológicas en el exterior, dada la escasa demanda interna. Cuenta a junio de 2022 con 40 miembros (SOW, s. f.). De las DO Rueda y Ribera de Duero, hay 3 bodegas incluidas.

Otra iniciativa privada con socios internacionales es la IWCA (International Wineries for Climate Action) fundada en 2019 por Familia Torres (Penedés, España) en alianza con Jackson Family Wines (California, Estados Unidos). Su enfoque es eminentemente medioambiental, destinado a “descarbonizar la industria”. Cuenta con 12 miembros y 19 “aspirantes” (*applicants*), que todavía no cumplen al 100% los requisitos de emisión de GEI. Una sola de las bodegas perteneciente al caso de estudio está certificada según este estándar.

6.3. Caracterización del sistema sociotécnico en torno al Duero: DO Ribera del Duero y Rueda

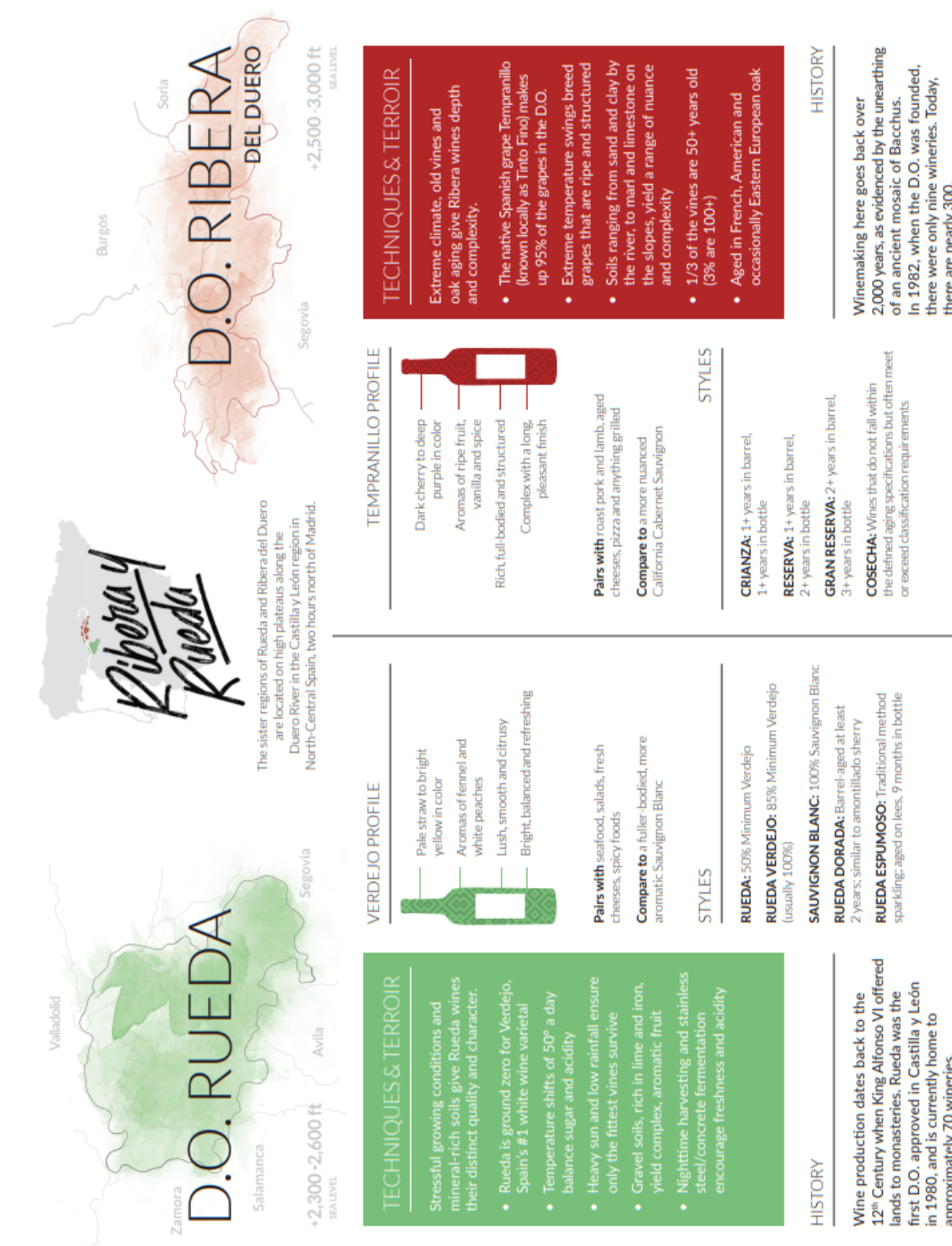
De las 13 DO que hay en la actualidad en Castilla y León, Ribera del Duero y Rueda destacan por el éxito de su evolución como figuras de calidad tanto en el mercado interno como externo.

6.3.1. Ribera y Rueda: “The sister regions”

Tal como hemos visto, el conjunto del sector vinícola de España se ha transformado radicalmente en las últimas décadas. No obstante, frente a otras zonas en España cuya tradición es más larga, –como, por ejemplo, Rioja o Jerez, constituidas como DO en los años 30–, el interés por las DO Ribera del Duero y Rueda para esta investigación se basa en su trayectoria caracterizada, en particular, por una “explosión” de calidad e impacto de marca en un periodo breve de tiempo, lo que la ha llevado a un alto nivel de éxito, tanto en el mercado interno como en el externo, como se verá por las cifras de ventas de importación y exportación. Estas dos DO presentan complementariedades que ellas mismas ponen de relieve y que enumero brevemente a continuación:

- Ambas organizaciones explotan sus sinergias y se presentan ante diversos mercados de forma conjunta, motivando la creación de campañas publicitarias bajo el lema de “regiones hermanas” (Ribera Rueda Wine, s.f.) en su promoción exterior (Figura 24), y articulando su narrativa en torno a la cercanía del río Duero y la pertenencia a la tierra de Castilla y León, especialmente en campañas internacionales, como en China (El Norte de Castilla, 2020), o en América Latina (ExtraDigital, 2022).

Figura 24. Promoción exterior “Ribera & Rueda: the sister regions”.



Fuente: Ribera del Duero, Rueda: *Spanish wine regions* (Ribera Rueda Wine, s.f.)

- Comparten circunstancias geográficas y climáticas, además de su proximidad al río Duero (Caballero, 2018).
- Coinciden en antigüedad, pues Rueda se fundó en 1980 y Ribera del Duero en 1982.
- Existen grupos de actores con intereses comunes en ambas: hay un cierto número de bodegas de importancia que están presentes en ambas DO, bien porque comenzaron en Rueda y después se instalaron en Ribera, bien a la inversa, para poder tomar parte de la especialización de los dos tipos de uva diferentes, que dan lugar a vinos tintos en Ribera y a vinos blancos en Rueda.
- Dichas bodegas cuentan con representación en asociaciones relacionadas o presentes en los consejos reguladores, como ASEBOR o ASEBRU, ambas asociaciones empresariales que reúnen a las bodegas acogidas respectivamente a la DO Ribera o a la DO Rueda.
- Y, por último, el entorno institucional también es el mismo: desde las instituciones reguladoras, como la Junta de Castilla y León y el Instituto Tecnológico de la Vid y el Vino de Castilla y León (ITACYL), al entorno científico-técnico (distritos universitarios de Valladolid, Burgos y Soria) y el entorno económico inmediato, todos ejercen parecida influencia.

Dado que la presencia de las sinergias y complementariedades anteriormente mencionadas permite integrarlas de forma armoniosa, el caso de estudio analiza a ambas formando parte del mismo sistema sociotécnico. Todos los actores asociados a ellas son a priori parte del nivel de régimen sociotécnico.

6.3.2. Caracterización de la zona vinícola en torno al Duero

Los datos presentados a continuación corroboran la afirmación acerca de la exitosa evolución comercial de ambas denominaciones.

6.3.2.1. Datos económicos

A cierre de 2021, abarcaban conjuntamente 45.683,94 hectáreas, según datos de sus Consejos Reguladores (Consejo Regulador DO Ribera del Duero, 2022a; Consejo Regulador DO Rueda, 2021), el 7,95% del total de la superficie de viñedo nacional. En el volumen total de ventas, son terceras (13,24%) tras Rioja (23,37%) y Cava (16,58%)¹¹, y segundas (20,46%) en el mercado interior, tras la DO Rioja (23%). En cuanto al valor económico estimado de la comercialización (interior y exterior), de nuevo Rueda y Ribera son las terceras con el 21,8%, tras Rioja (41,56%) y Cava (26,86%). En lo referente al número de viticultores, solo están por detrás de Rioja (14.384), sumando 9.418, si bien es cierto que en Ribera del Duero son mucho más numerosos que en Rueda. En número de bodegas (410) vuelven a situarse solo por detrás de Rioja (787) (MAPA, 2022).

El perfil actual de la zona registra un nivel de atomización mayor en Ribera de Duero, es decir, el perfil son bodegas pequeñas o medianas, mientras que en Rueda tienden a ser de mayor tamaño (entre 0,5 y 1 millón de litros o más en volumen de producción) y cuentan con una extensión significativa de viñedo (superior a las 150 ha) (Sánchez-Hernández & Ávila Zarza, 2016). En ambas, hay una presencia destacada de grupos bodegueros con actividad en dos o más denominaciones a nivel nacional. Respecto a las

¹¹ La consolidación del Cava como Denominación de Origen se produjo en España en 1986. En 1989 se consolidó a nivel de la Comunidad Europea. Pero constituye una excepción al principio general de asociar una DO a un nombre geográfico. A la DO Cava pertenecen bodegas situadas en su mayoría en Cataluña, pero también hay en La Rioja, Álava, Navarra, Zaragoza y Badajoz (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022).

iniciativas sostenibles anteriormente mencionadas, la DO Ribera en octubre de 2018 registraba 22 bodegas (un 7%) con certificación ecológica, si bien no hay datos de viticultores disponibles. En cuanto a Rueda, contaba en la misma fecha con 9 bodegas elaboradoras en ecológico, es decir, aproximadamente un 8% de las bodegas registradas bajo esta DO en 2018 (Alonso-González A. , 2019; Muñoz-Blanco, 2019). En certificación biodinámica se halla 1 bodega en Ribera del Duero. En los programas WfCP de la FEV hay 8 bodegas con actividad en la Ribera del Duero y/o en Rueda, todas ellas correspondientes a perfiles de grandes empresas.

6.3.2.2. *Clima*

En esta zona, el clima es mediterráneo con rasgos continentales. Hay grandes contrastes térmicos, entre los 36°C en el periodo estival y hasta -10°C durante el invierno, aunque pueden superar estos rangos. En la depresión que causa el río Duero los contrastes pueden ser más suaves. Uno de los problemas a los que están expuestos los cultivos en Ribera del Duero son las heladas entre octubre y mayo debido a la deforestación de la parte septentrional de la meseta. Las lluvias recogidas varían entre los 450-500 ml al año en Ribera y algo menos en Rueda; el mayor número de precipitaciones tiene lugar de mayo a noviembre. Y se registran unas 2200 horas de sol anuales (Medina Cruz, 2005 cit. en Finca Torremilanos, 2021).

El cambio climático es patente en la alteración del momento de la vendimia, que se ha ido adelantando desde los años 90. En Ribera, se vendimiaba a finales de septiembre o principios de octubre. En la actualidad, las vendimias se han trasladado a principios del mes de septiembre e incluso en 2020 se vendimió el 28 de agosto (Consejo Regulador Ribera del Duero, 2022b). Esto disminuye la acidez y aumenta el grado alcohólico de los

vinos, dando como resultado vinos más pesados y menos frescos. En Rueda, las vendimias de las diferentes variedades se solapan en el tiempo, y han venido comenzando a finales del mes de agosto, pero en 2017 se realizó la vendimia más temprana, el 17 de agosto (CRDO Rueda, 2017).

6.3.2.3. Historia

Existen diferentes datos históricos que permiten datar el origen de la vitivinicultura en la zona de la cuenca del Duero desde épocas prerromanas consolidándose como un cultivo ligado a elementos eclesiásticos y de influencia bordelesa. En torno al siglo XV ya se conocía el vino blanco de la Tierra de Medina (asimilable a la actual zona de Rueda) como *vino precioso* (Huetz de Lemps A. , 2000, pág. 491), con la particularidad de poder conservarse durante largo tiempo sin perder cualidades. Disponía además de sus propios puntos de venta denominados *tabernillas de vino precioso* (Huetz de Lemps A. , 2000, pág. 491). Una parte fundamental de este crecimiento fue impulsado por la corte real y la demanda urbana, tanto desde Valladolid, donde la corte se instaló brevemente como desde las florecientes Salamanca, Burgos y Segovia. En las proximidades de Rueda y Medina del Campo, surgió dicha zona especializada en la producción de vino conocida como la Tierra del Vino (Huetz de Lemps, 1968; Enjalbert y Enjalbert, 1987, cit. en Unwin, 1991, pág. 194). En esta zona relativamente seca, con inviernos fríos, los rendimientos eran bajos y los vinos eran de buena calidad. La fama de los vinos blancos del Duero sin embargo, alcanza su apogeo en el siglo XVIII. Los arrieros provenientes de las zonas cantábricas solo realizaban aprovisionamientos de este vino en una zona bien delimitada, que funcionaba de forma similar a como lo hacen las actuales denominaciones protegidas. Sin embargo, hacia el este, los vinos de la zona de Burgos (correspondientes a la hoy

denominada Ribera del Duero) eran sobre todo claretes y estaban lejos de gozar del mismo prestigio. A finales del siglo XIX, la mayor parte del viñedo en la zona era explotado directamente por sus titulares, lo que indica el predominio de la pequeña propiedad y la multiplicidad de pequeñas parcelas. En la segunda mitad del siglo XIX se funda, en la cercanía del monasterio de Valbuena, la Bodega Lecanda, futura primera bodega del actual grupo Tempos Vega Sicilia, que trae sus variedades de Burdeos y jugará un papel fundamental en el devenir de la DO Ribera del Duero.

La crisis vinícola de finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX (plagas como el oídio y la filoxera, las guerras mundiales y la guerra civil española, con el posterior aislamiento del país por la dictadura y la bajada de los precios del vino) afecta a Rueda (Esteban de Íscar 2015, pág. 662) de forma parecida a como ocurre en la Ribera del Duero. Como consecuencia de las plagas (Piqueras Haba, 2005), redujeron su área de viñedo y su productividad. En el caso de la Ribera del Duero, se orientó hacia variedades más resistentes, aptas para la producción de vinos claretes y su mercado se vuelve muy local. Al estar la zona vinícola de Rueda y Ribera mal comunicada para el creciente transporte por carretera de vinos baratos para competir con las zonas de Levante y la Mancha, el éxodo rural amenaza la existencia del viñedo en torno al Duero. En la década de 1950, el gobierno impulsa la creación de cooperativas vitícolas para frenar la despoblación y realizar economías de escala. Pero no obtuvo grandes resultados en la zona. Además, el objetivo era elaborar vino de mesa (Huetz de Lemps 2000, pág. 493). Hacia 1950, el total de cooperativas vinícolas en España era de 215 frente a las 986 en Francia. De ellas, tanto solo 6 se ubicaban en la zona de Castilla y León y Extremadura (Simpson, 1999, pág. 118). No obstante, cabe destacar en Rueda el papel de la Agrícola Castellana Sociedad

Cooperativa (futura Sociedad Cooperativa Cuatro Rayas) desde los años 50 y en Ribera del Duero el de la Sociedad Cooperativa Ribera del Duero, actualmente Bodegas Protos, quien cedió su marca a la Denominación de Origen en su creación.

Con los cambios políticos y sociales que tienen lugar en España a partir de mediados de 1970, se produce la renovación radical de dicha situación y la creación progresiva de un marco jurídico especial que desencadenará la orientación hacia la producción de vinos de calidad: las Denominaciones de Origen.

En la segunda mitad del siglo XX, un impulso particular para revitalizar la zona hasta culminar en la creación de la Denominación de Origen de Rueda, en 1980 (la más antigua de Castilla y León), y de Ribera del Duero en 1982, tuvo mucho que ver con la actividad de dos bodegas muy importantes. En Rueda se instaló la bodega Marqués de Riscal. Dicha bodega, fundada en la Rioja en 1858, ya tenía una fama singular por los vinos que producía en esta zona y eligió la zona de Rueda (1972) para la elaboración de sus vinos blancos, por indicación del enólogo francés Émile Peynaud (Esteban de Íscar, 2015, pág. 928) dada la reputación de la uva verdejo (Marqués de Riscal, s.f.). No obstante, también incluyó uvas francesas de las denominadas “nobles” como sauvignon blanc. Simultáneamente se modernizan diversas bodegas familiares (Antonio Sanz, Martín Hinojal, Lorenzo Cachazo...) que trabajan en pos de un vino con características singulares y contribuyen significativamente al lanzamiento de la Denominación (Esteban de Íscar, 2015, pág. 930).

En la zona de Ribera, el gran modelo a seguir fue la bodega Vega Sicilia. Creada en 1864 siguiendo el modelo bordelés (con vinos de uvas como cabernet sauvignon, merlot y malbec) pero incluyendo la uva autóctona (tempranillo o tinta del país) y desde 1982 en

manos de la familia Álvarez, ha mantenido una altísima reputación, similar a la de los Grand Cru franceses. Pero al igual que en Rueda, la eclosión de la denominación de origen Ribera del Duero debe mucho al trabajo de otras bodegas como Alejandro Fernández o Hermanos Pérez Pascuas, lanzadas hacia la producción de vino de calidad.

Fenómenos como la concentración parcelaria (Esteban de Íscar, 2015, pág. 941), transformaron el entorno vitivinícola en centro de nuevas inversiones. Esto produjo la entrada de capital exógeno atrayendo nuevas empresas bien de la región (Hermanos Pérez Pascuas, Yllera, o Frutos Villar, de la DO Toro) o procedentes de otras denominaciones españolas (Arzuaga, de Navarra o Federico Paternina, de La Rioja) o incluso capital extranjero (la farmacéutica Sandoz, hoy en día Novartis, adquirió los terrenos y bodega de Abadía de Retuerta. Si bien no pertenecen a la DO, sino que han obtenido recientemente su propia denominación como “Pago” (La Gaceta de Vino, 2022), se encuentran situados dentro de la denominada “milla de oro” de la DO y su marca goza de excelente reputación). Se hicieron con generosas extensiones de terreno para asegurarse una producción acorde a sus estándares y desarrollaron el modelo francés de los *châteaux*, donde el binomio bodega-viñedo reviste gran importancia¹², pues facilita la integración vertical y reduce parcialmente la dependencia en la adquisición de materia prima.

6.3.2.4. Especialización

Una particularidad de ambas DO es que, frente a otras zonas productoras del mundo, han basado sus vinos en variedades consideradas autóctonas¹³. La Ribera del

¹² Para la historia de los vinos de Rueda, véase la tesis doctoral de Miguel Esteban de Íscar (Esteban de Íscar, 2015) así como la obra ya clásica de Alain Huetz de Lempis (1993) *Vignobles et vins d'Espagne*. Collection «Grappes et Millésimes»/Collection Maison des Pays Ibériques. Burdeos: Presses Universitaires de Bordeaux, 424 páginas, cuya traducción más reciente al español (*Viñedos y vinos del Noroeste de España*) se ha editado gracias a la Fundación Cultura Líquida de Alma Carraovejas en diciembre de 2021.

¹³ Según la OIV (OIV, 2017, pág. 4), si bien hay censadas más de 10.000 variedades de uva, tan solo 13 conforman más de un tercio de la superficie de viñedo del mundo. La mitad la ocupan un total de 33

Duero, aunque en los últimos años está promocionando caldos blancos (DO Ribera del Duero, 2019), ha alcanzado su reputación gracias al vino tinto de la variedad tempranillo. Según las normas de la DO, “[l]a uva Tempranillo, también conocida en la región como Tinta del País o Tinto Fino, es nuestra variedad principal, la que otorga el color, aroma y cuerpo característico a los vinos tintos de la Ribera del Duero” (DO Ribera del Duero, s.f. a). Aunque también se cultivan otras variedades (cabernet sauvignon, merlot, malbec y garnacha tinta), es obligatorio que la participación de la variedad tempranillo en estos vinos no sea inferior a un 75% (DO Ribera del Duero, s.f. b).

En el caso de Rueda, la variedad de uva principal es la uva verdejo,

“reconocida como autóctona de la Denominación de Origen Rueda, [...] constituye la razón de ser de los vinos de la DOP «RUEDA», los cuales se basan en la exclusiva adaptación de nuestra variedad al medio, complementada con habituales labores culturales [...] que se han transmitido de generación en generación, con la consiguiente adaptación a los avances técnicos de cada época (DO Rueda, 2019, pág. 16).

Esta uva “aporta los caracteres diferenciales respecto a los vinos blancos de otras zonas” (pág. 17). En la categoría de vino blanco, debe acreditarse el uso de un mínimo del 50% de las variedades blancas consideradas principales (verdejo y sauvignon blanc) (págs. 8 y 9).

variedades. En consecuencia, existen variedades internacionales (a veces también denominadas “nobles” o “mejorantes”) que debido a su singular adaptación a muy diferentes lugares y climas se encuentran en un gran número de países. La uva de mayor difusión es el cabernet sauvignon. Otras uvas también ocupan una amplia superficie, pero concentradas en un número menor de países. Tal es el caso de la uva tempranillo, cultivada en 15 países, pero cuya mayor concentración se da en España.

La identificación de la DO con la uva verdejo entre los consumidores ha adquirido tal fuerza que se ha convertido prácticamente en un genérico. Hasta el punto de que, en 2017, el Consejo Regulador lanzó una campaña promocional denominada “Las cosas por su nombre: pide un Rueda cuando quieras un verdejo”, puesto que según un estudio de la consultora AC Nielsen, muchos consumidores españoles pedían simplemente “un verdejo” para referirse a un vino blanco de la D.O. Rueda (Tecnovino, 2017).

6.3.2.5. Figuras de calidad

La perfilación de esta área vinícola como un entorno de calidad se basa en los cambios que la han caracterizado, en línea con el resto del sector a nivel nacional. Estos cambios tienen un profundo componente tecnológico, pues están basados en enormes inversiones en I+D, mejorando instalaciones y procesos productivos. A este desarrollo ha contribuido claramente el apoyo institucional de la Junta de Castilla y León, con la creación de diversos organismos para proveer de recursos técnicos y de conocimiento necesarios para fomentar la modernización e impulsar la creación de un entorno innovador (Sánchez-Hernández, 2011; Aparicio, Sánchez, Alonso, & Rodero, 2008). También la paulatina transformación de la demanda, que con la aparición de una cultura del vino, asociada a un crecimiento de la clase media y de la renta disponible, impulsa las preferencias por vinos marcados por la diferenciación de producto y con imagen de calidad (Albisu-Aguado & Zeballos, 2014). La progresiva tecnificación tanto en el campo como en la bodega, con la incorporación creciente de profesionales (Aparicio et al., 2008) locales y foráneos, la labor colectiva en la construcción de un producto relativamente homogéneo y promocionado de forma coordinada (Aparicio et al., 2008, pág. 13) y el ejemplo de productores líderes, como

la Bodega Vega Sicilia, u otras mencionadas anteriormente, confirma las características de esta zona como entorno de calidad.

CAPÍTULO 7. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo, analizo los resultados obtenidos a partir de los datos de las entrevistas, atendiendo a las tres dimensiones de la sostenibilidad. En segundo lugar, contesto a las preguntas de investigación planteadas en el capítulo introductorio. Acto seguido, propongo una adscripción de los grupos de actores a los niveles del régimen sociotécnico y del nicho, atendiendo a las innovaciones que podrían dar lugar a una transición hacia la sostenibilidad. Por último, propongo y argumento el tipo de trayectoria en la que considero que está situado actualmente el sistema sociotécnico correspondiente al caso de estudio analizado.

7.1. Resultados

Sostengo que la sostenibilidad en sus tres dimensiones se basa en el compromiso entre las justificaciones ecológicas (dimensión medioambiental), cívicas (dimensión social) y comerciales e industriales (dimensión económica). Los conflictos se producen cuando se considera una de las dimensiones más importante que otras, sin poder llegar a ningún compromiso.

Dentro de cada grupo, analizo los consensos, dónde están los conflictos y a qué tipo de compromisos se llega dentro de cada grupo (coordinación intragrupal según la sección 4.2.5). Para cada una de estas dimensiones, analizo después qué tipo de coordinación existe entre los grupos, señalando la presencia de los consensos y conflictos más significativos.

7.1.1. Definición de sostenibilidad

En la discusión de resultados de este epígrafe, considero la definición de sostenibilidad como la respuesta del régimen a la presión del paisaje sociotécnico, y, además, como reacción a las innovaciones de los actores de nicho. Dentro del régimen, los

diferentes actores reaccionan a la primera influencia (paisaje sociotécnico) interpretándola como una demanda social y generalizada de sostenibilidad. Según se verá en el análisis que sigue, los intentos de definirla van a constituir en muchos casos, no tanto definiciones como acotaciones del concepto, es decir, una limitación o simplificación de sus significados.

7.1.1.1. Grupo A: Productores

El concepto tiende a relacionarse en la praxis mayoritariamente con la dimensión medioambiental. Sostenible es básicamente lo “verde”, lo relacionado con la naturaleza. Entre los productores cuyas definiciones dan mayor importancia a esta dimensión, se percibe el uso creciente de las justificaciones ecológicas. Estas giran en torno a las “necesidades” de la naturaleza y se asocian inevitablemente a las prácticas vitícolas y a su impacto.

Pero, aunque existe un consenso a la hora de admitir que “hay que hacer algo”, se produce una gradación de perspectivas. (1) La perspectiva menos elaborada, proveniente de los productores convencionales, entiende de una manera generalista que “Ser un poco más sostenibles” significa “contaminar menos” (Prod09), sin asumir un compromiso definido. En este caso, se hace uso de las justificaciones cívicas: no contaminar es bueno para la sociedad. (2) En un segundo grado, se vislumbra la sostenibilidad desde el cultivo ecológico y biodinámico, aunque no necesariamente certificado y se habla de un equilibrio que no hay que perturbar. En el campo se ha innovado con productos “caros y tecnológicos” (Prod07), pero se observa que, en muchos casos, se trata de prácticas industriales, basadas en “agarrarse al bote [*en el sentido de utilizar productos o tratamientos añadidos*]” (Prod10) para forzar el ritmo de los procesos naturales, en aras de la obtención de resultados. Aquí entran en conflicto el mundo industrial y el ecológico. Por eso, “la

naturaleza no nos da porque no tenemos paciencia, no la escuchamos” (Prod10). Para estos productores, la sostenibilidad se describe como un equilibrio donde hay que mantener una interlocución con la naturaleza que adquiere un papel agente, se convierte en un ser con quien hay que convivir en armonía. Se describe la naturaleza como un ecosistema donde la intervención humana ha introducido un desequilibrio, –por ejemplo, interviniendo en ella con fitosanitarios o contaminación (mundo industrial)–, que hay que corregir, pero esta vez “hay que dejarse ayudar por ella” (Prod09). Al ser humano le corresponde entender el entorno, mantener la biodiversidad y convivir con la naturaleza, y en este sentido, se define como un cambio de rol. Aprender a interpretarla implica no destruirla y encontrar en ella formas de “combatir aquello que no nos beneficia” (Prod10) (como los métodos de confusión sexual para evitar plagas¹⁴). (3) El grado más extremo entiende que la sostenibilidad es una filosofía y hay que ser fieles a ella en cualquier lugar (para el caso de bodegas implantadas en más de una zona vinícola), pero no solo donde se produzca vino. En ese proceso de “escuchar a la tierra”, hay que adaptarse a las negatividades (como los cambios de clima) y aprender a trasladarlo al producto, “plasmarlo en la botella” (Prod10), dado que el carácter del vino es también lo que lo rodea. Integrar el entorno da personalidad, pero entendiendo que, para comprenderlo y hacerlo sostenible, hay que tener también “un punto de generosidad del que empieza algo” (Prod09). Es decir, este cambio de rol se entiende como un proceso a largo plazo. El compromiso entre el mundo comercial y el verde se basa en el equilibrio: se puede “producir pero manteniendo lo que hay” (Prod08) porque estaba “antes de llegar nosotros” (Prod08).

¹⁴ “La técnica [de confusión sexual] se basa en bloquear la comunicación entre los insectos macho y hembra, mediante la saturación del medio con feromona sexual, para reducir o impedir las cópulas y, por lo tanto, evitar la reproducción de la especie” (Vacas-González, 2011, pág. 38).

Las respuestas del grupo, por lo tanto, reflejan un intento de acotar las dimensiones del concepto, para eliminar incertidumbres. De ahí que el consenso acerca de la definición gravite alrededor de la atención a los aspectos “verdes”. Así se justifica que las iniciativas que cualifican como tales estén centradas únicamente en los aspectos agrícolas. Esto, además, confirma la tendencia apuntada en la revisión de la literatura de reducir la sostenibilidad a los aspectos medioambientales. Esta comprensión unidimensional del concepto sirve también para simplificar su implementación o su evaluación, y podría incluso habilitar una base de comparación entre los distintos actores del grupo.

El conflicto que se pone de relieve contiene dos aspectos importantes:

Quienes responden mostrándose convencidos de la necesidad de asumir un papel activo son más concretos a la hora de explicar y proponer acciones, aportan mayor número de observaciones y de argumentos centrados en la naturaleza y en las justificaciones cívicas (el bien común) en apoyo de su visión de la sostenibilidad.

Quienes se muestran más escépticos, justifican su actitud en la posibilidad de una interpretación errónea de esta demanda de sostenibilidad. Aunque constituye una “tendencia mundial” (Prod01), no está bien definida, “no se sabe bien qué significa” (Prod01). Consideran posible que se trate de una moda (“es un poco la idea que yo tengo del ecológico [...] y el día que se pase la moda ¿qué hacemos?” (Prod03)). Por lo tanto, podría ser algo pasajero o no tan urgente como nos quieren hacer creer. O que las iniciativas que se ponen en marcha, quizá no son las realmente adecuadas, sino que se toman simplemente para estar a la altura de unas expectativas, como adaptación a una exigencia social que, en realidad, aún no termina de concretar lo que pide o necesita (“todo el mundo cree que esto es lo que todo el mundo quiere, pero luego la realidad va por otro camino”

(Prod15)) lo que podría causar un “efecto de profecía autocumplida” (Prod15). Es decir, si no se han interpretado bien los problemas de la sostenibilidad, y, en un momento, dado hay que tomar un rumbo diferente (porque nos hemos equivocado a la hora de entender cómo enfrentarnos a los desafíos del calentamiento global, la contaminación etc.), esto podría conducir a un fracaso del sector, sin por otro lado haber logrado contribuir a solucionar el problema.

Los motivos de implementación de las diversas iniciativas generan desconfianza. Teniendo en cuenta el concepto de la coordinación intragrupal (explicado en el apartado 4.2.6), dentro del grupo de los productores, los distintos actores pueden verlas como un intento de incrementar la competitividad frente a terceros a base de aumentar su diferenciación.

7.1.1.2. Grupo B: Viticultores

Entre los viticultores, la sostenibilidad se asocia también con la idea del campo, lo cual es lógico, considerando su mayor cercanía a este. No obstante, en su definición no solo recurren a justificaciones ecológicas, sino también a argumentos comerciales, que tienen en cuenta la sostenibilidad económica. Sostenibilidad es “todo lo que se puede mantener de generación en generación” (Viti01), en contraste con lo que hizo la generación anterior, que “vivió el cambio de lo que ahora se llama agricultura convencional” donde el papel de la tecnología era buscar la facilidad de “de darle a un botón” (Viti01). La idea de que las personas introducen desequilibrios al “usar” la naturaleza también persiste. Se produce cierto rechazo de la tecnología actual, hay una justificación doméstica sobre la forma de hacer las cosas según “nuestros abuelos” (Viti01). Por lo tanto, hay que volver a un estado anterior. Pero, dado que la viticultura es una forma de vida, la sostenibilidad no

puede ignorar el aspecto económico. Debe ser posible “conseguir vivir de ello realmente” (Viti03). La sostenibilidad ambiental “está muy de moda [...], pero [...] para mí esto es una forma de vida, eso es sostenibilidad” (Viti02). Por lo tanto, ser sostenible implica poder vivir de lo que uno hace, pero teniendo en cuenta no actuar en contra de la naturaleza.

7.1.1.3. Grupo C: Proveedores

Los proveedores acuden a la justificación comercial al dimensionar la definición por sus aspectos económicos. Un sistema sostenible es un sistema cuyo funcionamiento permite “cubrir necesidades” (ProvFin) durante largos periodos de tiempo. La definición se acota en torno a la viabilidad económica. Pero, además, como la producción tiene que ajustarse a unos cupos y normas, es la DO la encargada de que la producción sea sostenible, es decir, vigila para que la sostenibilidad económica no se vea amenazada. Por lo tanto, una garantía para ser sostenible es cumplir con el marco regulatorio de la DO.

7.1.1.4. Grupo D: Denominaciones

La aproximación a la sostenibilidad desde las denominaciones se realiza con una justificación industrial en línea con el tipo de función de auditoría y control que desempeñan y centrada en la dimensión económica. Se ve la sostenibilidad como gestión y eficiencia de los recursos en toda la cadena de valor. En ese sentido, se consideran garantes de sostenibilidad. Sin embargo, los ejemplos que se emplean para ilustrar la postura se relacionan con el medioambiente: reciclaje, gestión de residuos, uso racional de la energía, etc. y esta gestión debe “revertir en el medio ambiente” (DO2). La presión del paisaje empuja a buscar un compromiso entre la justificación industrial y la justificación ecológica. Como actividad agrícola, debe influir lo menos posible en el medio ambiente, pero “sin tener que llegar a ser ecológico” (DO1). Se insiste en el perfil voluntario de la

sostenibilidad, lo que implícitamente puede entenderse como un intento de reducir potenciales conflictos entre los actores con distintas sensibilidades frente a este concepto.

7.1.1.5. Grupo E: Distribución

Debido al mercado en el que se mueven, estos dos actores tienen posturas claramente diferentes. Para el distribuidor local, la sostenibilidad se define por su función comercial, como una forma de innovación que acentúa las posibilidades de diferenciación: “te permite salirte de la línea de todo el mundo” (Dis02). Por lo tanto, ser sostenible consiste en buscar y mantener ventajas competitivas que sean eficaces en el mercado y estén de acuerdo con la demanda de los clientes. En este sentido, la sostenibilidad no se termina necesariamente en los aspectos medioambientales, sino en cualquier característica que pueda favorecer una oferta diferente o novedosa.

En el caso del distribuidor internacional, la sostenibilidad es una condición *sine qua non*, puesto que es el criterio que le guía a la hora de configurar su cartera de proveedores. Es también un aspecto imprescindible en la articulación de atributos que ofrece a sus clientes. Además de tener en cuenta el medioambiente, con una guía especial sobre el tipo de prácticas que busca en sus productos (Dis01), tiene en cuenta también la dimensión social, porque incluyen las condiciones laborales dignas como requisito, si bien, con mucho menos detalle. No puede haber calidad si la producción no es sostenible. Su definición de la sostenibilidad tiene en cuenta una aproximación integral, está más cercana a la definición de sostenibilidad “fuerte” que se mencionaba en el Capítulo 1.

Interpreto las diferencias en la definición de sostenibilidad de estos actores como resultado de su situación en el sistema sociotécnico. El distribuidor local está inserto en el nivel del régimen de las DO objeto de estudio, mientras que el internacional recibe

influencias de otros sistemas sociotécnicos, donde la demanda o las influencias del paisaje suscitan respuestas más intensas.

7.1.1.6 Grupo F: Instituciones

Los actores de las instituciones, dado su origen eminentemente académico, citan en su definición la integración de los tres pilares de la sostenibilidad. Son conscientes del sesgo en la praxis hacia los aspectos económicos y medioambientales. No obstante, uno de ellos introduce la palabra “crecimiento”, intentando incluir la necesidad de una concepción dinámica o de transformación hacia un modelo determinado: “Sostenibilidad es un modelo de crecimiento o desarrollo” (Insti02), en línea con la definición de desarrollo sostenible de la ONU. En este sentido, interpreta la situación como un momento de transformación.

7.1.1.7. Grupo G: Educación y formación

Aquí también se constata la influencia académica en la definición de sostenibilidad, puesto que, desde el primer momento, se hace referencia a las tres dimensiones. No obstante, dejan claro que la importancia económica está eventualmente por encima de la medioambiental, puesto que “la enología también es economía” (Uni01). Es decir, no toda la formación se centra en cómo producir el vino de la mejor manera posible, sino también en cómo hacerlo rentable. El dilema que esto plantea se resuelve escorándose hacia la justificación comercial. No tiene sentido un modelo que se centre en los aspectos medioambientales y en el cuidado de la naturaleza, si con ello amenaza con convertirse en una actividad poco rentable (Uni01). Esto apunta a una orientación del grupo hacia los intereses de la praxis, puesto que también en el campo de la investigación están desarrollando soluciones hacia la adaptación y no tanto la mitigación del cambio climático

(por ejemplo, con estudios de hormonas que podrían mejorar la resistencia de las plantas a las altas temperaturas y la sequía) (Uni01).

7.1.1.8. Consensos y conflictos

El conflicto más evidente a la hora de definir el concepto tiene lugar a la hora de considerar la importancia de las dimensiones ecológica frente a económica, o por así decirlo, la importancia del medio ambiente frente a la rentabilidad. A nivel teórico, el sesgo medioambiental cuando se piensa en sostenibilidad es generalizado. La sostenibilidad es considerada como un equilibrio, donde la naturaleza tiene un papel agente y las personas deben comprenderla e integrarse, o en todo caso, no dañarla, evitando prácticas que se hayan demostrado nocivas.

En los grupos donde los actores se mueven en ambientes académicos, también se indica la presencia de las otras dimensiones. Pero esta definición permanece como un constructo teórico, no es compartida. Y el sesgo medioambiental es precisamente la raíz del conflicto, puesto que asumirlo de forma coherente, requiere, acto seguido, adoptar, como mínimo, algún tipo de prácticas en consonancia. El sector contempla las prácticas agrícolas ecológicas como la iniciativa medioambiental más evidente e inmediata. Ahora bien, los resultados son más inciertos e incluso pueden amenazar la sostenibilidad económica si la demanda no responde. Si entre algunos productores se sostiene que el aspecto medioambiental es prioritario, para otros productores, así como para los viticultores, es fundamental obtener medios económicos suficientes que garanticen su forma de vida. El resto de los grupos se coordina igualmente alrededor de este tipo de justificaciones económicas. Ser sostenible no debe servir para introducir una forma de

producción que no sea rentable, y eficiente; cumplir los marcos normativos y las directrices de las DO se considera suficiente para alcanzar un nivel adecuado de sostenibilidad.

7.1.2. Dimensión medioambiental

Una vez discutidas las posiciones de los grupos con relación a la definición del concepto, este apartado entra a analizar en detalle los significados que tiene la dimensión medioambiental para los distintos grupos.

7.1.2.1. Grupo A: Productores

Para implementar prácticas sostenibles, el conflicto más importante se produce entre la tecnología y la tradición. La primera se revela como un tema fundamental y recurrente, relacionado con el uso de insumos (productos fitosanitarios y agua) y la mecanización. En este conflicto, se enfrentan las consecuencias medioambientales con las posibilidades que ofrecen los conocimientos tecnológicos a la hora de controlar los cultivos y las cosechas, frente a plagas o sequías. Las prácticas y productos convencionales entran en pugna frente a los ecológicos como forma de control.

Los productores con prácticas ecológicas ponen en perspectiva las consecuencias del uso intensivo de los tratamientos fitosanitarios. Acudiendo a justificaciones domésticas, señalan que la viña era tradicionalmente un producto complementario, propio de zonas no aptas para cultivos herbáceos o cereales y, por lo tanto, de poco insumo. Su cambio a una producción intensiva (mundo industrial), ha provocado la entrada de una viticultura “más agresiva” (Prod05), con un impacto económico fuerte (mundo comercial). Los costes han subido mucho, debido al uso de abonos, riegos, tratamientos, etc. La tecnificación ha creado además una dependencia: las plantas necesitan dichos insumos, lo que las debilita y, además, también supone un problema para la sostenibilidad económica, pues el uso

creciente e intensivo de tratamientos hace aumentar los costes. Cuando se dejan de usar, la uva gana en calidad (Prod09, Prod05, Prod08). En este sentido, las justificaciones de tipo doméstico sirven para proponer una vuelta a la tradición, a las cosas “como lo hacían los abuelos” (Prod01). La tecnología, en este caso, puede suministrar un conocimiento que sirva para entender y discernir cuándo es necesaria y cuándo es mejor dejar a la naturaleza seguir su curso:

“Plaga, mala hierba, eliminar, todo eso lo intentamos borrar del vocabulario, ya que trae connotaciones guerrilleras tremendas [...] no hay que eliminarlo, no, cada cosa tiene su función, lo que hay que tener es un equilibrio y yo como agricultor debo donar algo a la naturaleza. Si a mí hay un bicho que me quita un 1% de la producción pero me favorece en otras cosas pues bienvenido sea” (Prod09).

También para comprender mejor las bases científicas del conocimiento tradicional y convertirlo en moderno y tecnológico, de manera que sea más fácil su aceptación:

“Primamos lo manual porque somos muy artesanos, tanto en el trabajo en la viña como en la bodega, pero no cerramos los ojos a las nuevas herramientas que se puedan incorporar, pues desde teledetección con satélites o con drones [...] pero ante la duda, pues me tiro más a las terceras generaciones y a la historia y a todo, porque a lo mejor me equivoco menos que con una nueva tecnología” (Prod09).

Este contexto, donde la experiencia suministra seguridad, es una muestra de compromiso entre justificaciones domésticas (el conocimiento acumulado en generaciones) e industriales (avances técnicos).

Las prácticas biodinámicas, que suponen “un ecológico más radical” (Prod08) pueden proveer otro ejemplo en este sentido. Uno de los informantes explica que hay un componente científico que demuestra que la luna y las mareas tienen una influencia sobre el campo, pero que el resto son rituales de “adorno”, no añaden nada sustancial, porque

“por ejemplo, bio-dinamizar la viña con un hisopo de extracto de hormigas [...], eso está muy bien [pero] porque has hecho todo lo anterior, entonces va a funcionar [pero] porque has hecho antes un abono orgánico, con un preparado [...] que lo has fermentado y has hecho un abono orgánico como Dios manda” (Prod08).

Los productores en convencional, por su parte, justifican el uso de insumos como prevención, de la misma forma que se haría en los humanos con las vacunas. “En la viña, sin ser ecológicos, lo que hacemos es poner vacunas. ¿Una vacuna es mala? No, [...] es preventiva¹⁵” (Prod03). La justificación se orienta en el sentido de la solución tecnológica (*technological fix*) por las posibilidades que ofrece de proteger los cultivos. Lo que se ha producido con tecnología se puede arreglar con tecnología. La paradoja reside en que se pretende proteger la planta mediante tratamientos que a largo plazo provocan su debilitamiento. Se sigue confiando en el poder de los conocimientos científicos y técnicos para seguir controlando la naturaleza, mientras que la producción ecológica es vista con escepticismo, como algo inseguro y costoso. Por ejemplo, se menciona el caso de la desaparición de ciertos productos convencionales de acción radical y muy bajo coste –que ahora están totalmente prohibidos debido a sus consecuencias medioambientales– y han sido sustituidos por otros que cuestan más y, aparentemente, no son tan efectivos. Se

¹⁵ Este argumento, además, encontraba resonancia en el informante debido al despliegue, en el momento de la entrevista, de numerosas campañas que informaban y alentaban sobre la conveniencia de vacunarse contra la COVID-19.

justifica la inocuidad de los productos convencionales recurriendo a argumentos de tipo científico (justificación industrial): “Habitualmente todos los productos que se echan [...] no van al suelo, se cogen por la hoja porque la función clorofílica existe para eso. [...] no baja al subsuelo como están diciendo tanto, pero cada uno ahí tiene su teoría” (Prod14), y comercial: “Aunque el [vino] ecológico se pague mejor y esté de moda, pero no es más efectivo (Prod14)”.

En el aspecto de la certificación, aunque se considera positiva para la imagen general de compromiso con la sostenibilidad, las críticas se centran en una potencial desvalorización de la marca, en el sentido de que ya no se compraría el vino por la marca sino porque es ecológico (Prod02); la proliferación de certificados, hasta el punto de que para cada mercado habría que elegir un sello diferente (Prod09), haciendo incluso necesario realizar un estudio de idoneidad para decidir cuáles son los sellos que más rentabilidad y eficiencia pueden ofrecer al producto (Prod12).

Dentro de la dimensión medioambiental, el agua sirve como otro aspecto más para analizar la perspectiva de la explotación de los recursos naturales, teniendo en cuenta que tradicionalmente, la viña es un cultivo de secano. Debido al aumento de las temperaturas, la actividad vitivinícola requiere un uso creciente de agua, y no solo de riego, pues también se emplea en la elaboración y en la bodega¹⁶. En este grupo de actores, independientemente del tipo de prácticas de cultivo (ecológicas o convencionales) que emplean, el consenso acerca de la necesidad actual del riego es generalizado. “Cada vez se está convirtiendo en algo más necesario” (Prod06) (Prod07) porque llueve menos y los periodos de calor son más prolongados. Esta necesidad se justifica acudiendo a diversos argumentos basados

¹⁶ La huella hídrica media para una copa de vino de 125 ml es de 110 litros de agua (Hoekstra, Arjen & Water Footprint Network, 2017).

sobre todo en la tecnología (mundo industrial). En efecto, se habla de riego “razonado”, “inteligente” (Prod02), cuyo propósito es evitar que “la planta sufra” (Prod02) (Prod07). De nuevo surge el símil con el uso de las vacunas o los antibióticos, calificando su uso de “preventivo” (Prod02), que lo que busca es evitarle a la planta “un estrés excesivo” (Prod02). La tentación de recurrir a la tecnología para proteger a la naturaleza de sí misma vuelve a recrear un contexto paradójico.

Otra justificación importante son los motivos del riego con relación al tipo de “filosofía” de la producción. Dado que se buscan rendimientos limitados, que no produzcan cosechas desmesuradas, está justificado regar ya que “es para calidad y no para cantidad” (Prod06, Prod07, Prod10, Prod11). Se alinea con la justificación comercial e industrial de la denominación de origen: vender calidad. Si se riega poco, no se obtiene más uva, sino que se mejora su calidad. Si se riega mucho es para obtener una gran producción de uva, objetivo reñido con las normas de estas DO. De hecho, son las propias DO quienes establecen las limitaciones del riego.

Se movilizan justificaciones cívicas cuando se habla de la función social del riego. Su introducción permite modernizar las explotaciones agrícolas. De esta forma, no solo se obtiene precisión y un uso racional de los recursos, sino que, además, hace más atractivo el entorno rural (mundo cívico) y eso facilita “el asentamiento de los jóvenes” (Prod04).

El resto de los usos del agua, en bodega e instalaciones, se percibe como controlado, dirigido por la normativa y la legislación en vigor, que exigen depuración o reciclaje en función del tamaño de la bodega. En este caso, basta con cumplir la ley, y ajustarse a las obligaciones impuestas por el regulador. Incluso la perforación de pozos, a pesar del desgaste y degradación de los acuíferos, se justifica mediante razonamientos apoyados en

las reglas legales. La ley lo permite, y como cada vez es más estricta, así queda todo controlado (Prod07, Prod04, Prod14).

7.1.2.2. Grupo B: Viticultores

Para los viticultores, de nuevo la dimensión medioambiental está en relación con las prácticas de cultivo y el uso de productos. La afinidad con el medioambiente es positiva y se percibe en la calidad de las uvas, que son mejores cuando no se usan tantos productos. La forma de proceder óptima es hacer una síntesis entre los procedimientos tradicionales y los conocimientos actuales para poder tomar lo mejor de ambos (compromiso entre mundo doméstico y mundo industrial): “Interpretar la forma moderna de hacerlo y la forma antigua y coger lo mejor de cada parte” (Viti01). Si se siguen los procedimientos antiguos, por ejemplo, en la labor de poda, el empleo de productos desciende radicalmente: “[D]e los viejos, ahora resulta que me quedé solamente con el manejo de la vegetación, o sea la poda, y prácticamente no tengo que echar productos” (Viti01). Al final, lo que da resultados “no es volver a lo que hace tu padre sino a lo que hacía tu abuelo” (Viti01). La gente lo que debería hacer es dejar de “creer en el cambio anterior [*en referencia a la agricultura basada en insumos sintéticos desde los años ochenta a principios del XIX*], porque yo solamente estoy haciendo lo que se ha hecho antes” (Viti01). Es decir, volver al estado previo a la entrada de la tecnología actual. Las justificaciones domésticas también se emplean para defender el tratamiento que se elige para la explotación, puesto que el objetivo es crear algo que pueda pasar de generación en generación: “Aquí ya entra el respeto que le tengas a la planta o si tú quieres estar solo 20 años con la explotación y uvas a tope [...] [pero] a mí me gustaría que los viñedos que estoy planificando ahora, repercutan en mi familia” (Viti02).

En esta misma línea de respeto a la planta, la valoración medioambiental en este grupo no señala solo las prácticas de cultivo, sino la conservación del patrimonio vegetal. Señalan que existen numerosas variedades de uvas que se dejaron de cultivar porque su explotación resulta muy poco rentable, pero que constituyen un patrimonio muy valioso (Viti01).

En el caso de este grupo, la dimensión medioambiental está muy relacionada con el paso hacia la certificación, que genera un cierto escepticismo por los costes que supone, así como por la falta de flexibilidad. Consideran que, si se hacen las cosas bien, no es necesario el sello: “Es como el que dice, yo soy buena persona, pero no tengo un sello de alguien que venga y me le ponga en el brazo [...] Yo no produzco en ecológico, pero estoy cobrando la uva igual que ellos [...] A mí por ejemplo, me llega el oídio, que es una enfermedad de la vid, y si yo echo tratamiento no ecológico, sé que el oídio, en una pasada termino con él” (Viti02). En cambio, los viticultores certificados, si tienen algún problema similar se quedan con “la uva tirada” (Viti02) porque no pueden recurrir a este tipo de tratamientos, ya que la bodega no les compraría el producto.

Constituye una barrera para poder vender el producto a determinadas bodegas, si bien hay casos en los que se tiene fuerza suficiente para resistir a esta presión de dar este paso (y asumir estos costes) y, aun así, vender la uva a buen precio. Pero se ve como una necesidad derivada de las exigencias de los productores. Los procedimientos ecológicos son buenos, pero este tipo de producción debe provenir del convencimiento, no únicamente porque conduce a obtener más beneficios económicos. De esta forma, uno de los actores se justifica: “Me he pasado a ecológico porque también es verdad que el mercado [las bodegas] te lo pide, pero creo en ello” (Viti03). Si no existe esa convicción, las

posibilidades de fraude crecen, mostrando, por ejemplo, comportamientos incoherentes entre prácticas y estilo de vida: “Te hablan de sostenibilidad y te van con un coche que consume 15 litros” (Viti02).

En la gestión relacionada con el agua, comparten la visión de los productores. El riego es necesario por un motivo de calidad, no de cantidad. Ahora bien, ninguno tiene instalado riego, por diversos motivos (sus viñedos están en una zona alta con poco problema de precipitaciones o no tienen extensión suficiente que justifique la inversión). Cuando necesitan agua la echan mediante cubas en forma de riegos puntuales (Viti02, Viti03).

7.1.2.3. Grupo C: Proveedores

En este grupo, la dimensión medioambiental se plantea en términos parecidos a la visión de los viticultores. Se trata de una exigencia de las bodegas, que “obligan” a los viticultores a determinadas prácticas para comprarles la uva, tensionando la cadena de suministro. Eso puede generar problemas en el caso de los cultivos en ecológico, por “todas las enfermedades que trae” (ProvRH). Es decir, dado que la conversión a ecológico requiere de una transición larga durante la cual no se puede proteger o defender el cultivo con los mecanismos convencionales, les resta eficiencia y productividad y debilita su sostenibilidad económica. Ante esto, es preferible el control que ofrece la tecnología cuando se usan tratamientos sistémicos convencionales.

7.1.2.4. Grupo D: Denominaciones

No construyen la dimensión medioambiental centrada exclusivamente en el campo, de hecho, evitan asociarla con las prácticas de cultivo. Se adhieren a una concepción ligada a las iniciativas generalizadas (como el reciclado y el uso riguroso de la energía (DO1)),

que pueden encontrarse en cualquier sector y huyen, en cierto modo, de darle especificidad centrándolo en unas determinadas prácticas. Permanecen dentro de las justificaciones industriales, que permiten cuantificar la eficiencia del compromiso medioambiental. En cambio, para la implementación de iniciativas ambientales defienden centrarse en el contexto local y evitar ámbitos más generales. Las circunstancias geográficas propias de cada territorio requieren medidas diferentes, frente a la presión que pueda ejercerse desde otros sistemas sociotécnicos, como los franceses, en su interpretación de la dimensión medioambiental, por ejemplo, con el uso de las cubiertas vegetales o del riego: “No se pueden poner las mismas soluciones que en Burdeos, allí tienen un clima húmedo y las cubiertas vegetales funcionan, aquí hay sequía, es lo más parecido a un desierto y en los últimos años mucho más” (DO2). Acudir al contexto local permite evitar aumentar el nivel de exigencia, haciendo uso de una justificación doméstica que diferencia los procesos de “aquí” de los de “allí”.

7.1.2.5. Grupo E: Distribución

Al definir la sostenibilidad, el distribuidor local indicó que servía para favorecer la diferenciación. Una instanciación interesante en este sentido le parece que es entender la dimensión medioambiental como la exploración de nuevas variedades. Distribuir vino de variedades de uva novedosas puede servir para reafirmar la sostenibilidad en general como argumento comercial, mediante una justificación doméstica que apunta a conservar y potenciar “lo nuestro” (Dis02): “Hay una bodega que está luchando para intentar devolver, dijéramos, devolver a la zona la uva autóctona de ahí, que era la rufete”. También señala como sostenibles los procesos de reciclado e higiene que siguen las bodegas en la elaboración, así como las tareas en el campo, que se han estandarizado y mecanizado, lo

que para él es un síntoma de calidad. El distribuidor internacional, en cambio, tiene un mecanismo de auditoría de las bodegas de las que se provee, con estrictos criterios medioambientales y muchos puntos de control que van más allá de las normas de cultivo ecológico, porque las exigencias de sus clientes se centran sobre todo en las prácticas agrícolas (Dis01).

7.1.2.6. Grupo F: Instituciones

Desde las instituciones, la aproximación al medioambiente se realiza desde una perspectiva tecnológica, como una estrategia de adaptación. Se puede crear un ecosistema a demanda. En función del terreno donde se plante, es posible generar un cultivo con clones adaptados prácticamente a la carta: se pueden elegir por productividad, acidez de la variedad, color, tipo de racimo, demandas hídricas... (Insti01). Aquí la naturaleza, las plantas, se ven supeditadas al control humano. También se incide en la necesidad de recuperar y mantener el patrimonio original de las “viñas viejas” y de las variedades que en su día estaban adaptadas al medio ambiente local, pero fueron descartadas en aras de cultivar variedades más comerciales o con periodos de recolección más ajustados a los plazos temporales del mercado (vendimias más tempranas, por ejemplo).

Con relación a las prácticas ecológicas, solo hay que seguir la guía de productos autorizados. La sostenibilidad, por otro lado, no tiene reglamentación ni control como tal, puesto que es voluntaria, pero las prácticas ecológicas o biodinámicas certificadas sí (Insti03). Entregarse a estas prácticas implica que el conocimiento que hay que tener de la plantación es más profundo. La tecnología correctiva pasa a un segundo plano, siendo sustituida por la capacidad de anticiparse a los posibles eventos (Inst03).

7.1.2.7. Grupo G: Educación y formación

La dimensión medioambiental no debe identificarse, según la persona entrevistada, con las prácticas ecológicas, –que son más bien una moda–, porque “se trata de hacer todo bien en todo tipo de viticultura, eso es lo que tenemos que transmitir”, tanto en ecológico como en convencional (Uni01). Son dos formas de cultivar, pero no por ser ecológico es mejor, más bien es una demanda del mercado, al igual que la certificación. El viñedo es un cultivo como otros, que además ha permitido la conservación de muchas zonas que, si no, se habrían quedado yermas (“en muchas zonas, si no hubiera habido viñedo, estaría el suelo abandonado” (Uni01)), pero hay que producir. El uso del agua, debido a que está regulado y controlado institucionalmente, tampoco es un problema. En este sentido, coincide con el argumento, así como con la justificación de productores y viticultores, sobre la necesidad de regar para mantener la calidad. El riego, si no busca aumentar la producción, sino proteger a la planta de un calor excesivo, es positivo. Además, se añade que el cambio climático lo hace cada vez más necesario (Uni01).

7.1.2.8. Consensos y conflictos

En la construcción de esta dimensión, el principal conflicto es cuándo y cómo usar la tecnología disponible actualmente. De nuevo se vuelven a crear dos frentes, entre las justificaciones medioambientales y las justificaciones industriales. Un uso excesivo es interpretado como un intervencionismo indeseable en los ciclos naturales por los actores que han implementado iniciativas sostenibles ecológicas. Esto está en línea con su visión de la sostenibilidad como un equilibrio o armonía con la naturaleza (justificación verde). Para los demás, la tecnología ofrece una ventaja imposible de desdeñar a la hora de ejercer un control sobre el producto final (justificación industrial) y asegurar la sostenibilidad económica. El terreno de compromiso se encuentra cuando la sostenibilidad se enfoca

desde el punto de vista industrial, como algo medible, o brinda la capacidad de una gestión eficiente de los recursos. Entonces, ambas justificaciones (verdes e industriales) entran en un terreno de compromiso aún sin resolver, puesto que persisten dilemas que la debilidad actual de la demanda no permite terminar de resolver. Si no se sabe lo que el mercado quiere, ¿hay que buscar la posición intermedia o adoptar posiciones más radicales? (Prod03).

En el uso de un recurso natural como es el agua, el consenso es generalizado entre los grupos: se justifica su utilización porque “es para calidad” y no para cantidad.

En materias como la certificación, el consenso tiende hacia la afirmación de que no es necesaria o sus beneficios muy relativos, puesto que las desventajas (rigidez, costes, excesiva diversificación de sellos, confusión de marca) se acentúan demasiado, si se tiene en cuenta que el sector ya está amparado por una garantía de calidad de la DO, es decir, de “hacer las cosas bien” (Uni01).

7.1.3. Dimensión social

En este apartado discuto los significados que tiene la dimensión social para los distintos grupos, atendiendo principalmente a las condiciones laborales, y a la salud de los consumidores con relación al consumo de vino.

7.1.3.1. Grupo A: Productores

La entrada de la tecnología en el campo en forma de mecanización de tareas fue inicialmente una de las causas del éxodo rural. Mas, en la actualidad, se percibe como una solución a la falta progresiva de mano de obra cuando se produjo el traslado de los trabajadores a las zonas urbanas. “Los que se quedaban en el campo se querían

industrializar de alguna manera” (Prod09). Ha servido como alternativa, tanto a la escasez de fuerza de trabajo, como para aliviar la dureza de las tareas manuales.

Dado que la despoblación y las condiciones de vida en el campo están dando paso a graves problemas para encontrar personas que realicen las labores necesarias, la dimensión social va creciendo en importancia dentro del sistema, en todos los grupos de actores. Así, se afirma que “el campo no tiene sentido sin las personas” (Prod12). Todo lo que se haga desde el punto de vista medioambiental no puede perder la perspectiva social, porque “las personas viven de esto” (Prod12). No solo hay que buscar el equilibrio con la naturaleza sino con las personas. “Asegurar el porvenir del medio rural” y “tener gente en los pueblos” (Prod15) es una tarea importante, en línea con un movimiento que en España ha cobrado fuerza (España vaciada, s.f.), que busca llamar la atención sobre las condiciones de vida en el campo y señala la brecha cada vez más grande entre lo urbano y lo rural. La dimensión medioambiental incluso se supedita a la social, puesto que: “Desde el punto de vista medioambiental las personas son fundamentales, la manera de trabajar y que el campo y la economía sea sostenible es encontrar ese equilibrio” (prod012). Si no hay personas en el medio rural, nadie cuidará de la naturaleza. Es tan importante como la dimensión ecológica:

“Entonces, está muy bien decir, oye, es que mi producto es orgánico, o utilizo menos agua en mis elaboraciones, o malgasto menos, pero realmente aquí lo más importante es dar un futuro a toda esa gente que vive en un núcleo rural, o que por lo menos trabaja en un núcleo rural [...] porque si no, el campo desaparece y el trabajo fuera desaparece. Entonces, para mí, eso es lo más importante en nuestro sector” (Prod15).

La sostenibilidad social presenta varias amenazas: por un lado, las condiciones de trabajo. Desde el punto de vista de la regulación en materia laboral del sector agrícola (que podría asimilarse a las condiciones del paisaje), las condiciones para fomentar la actividad en el entorno rural son complejas (Prod05). A lo largo de la evolución de las DO, dos son las vías que han cobrado mayor importancia. Por un lado, recurrir a la mecanización, es decir, hacer uso de una solución tecnológica, que alivia los momentos donde la contratación de personal era más intensiva, como por ejemplo, en la vendimia.

“Yo he llegado a tener 50 personas vendimiando, y claro, el manejar 50 personas vendimiando, tenerlas y lograr que se mantuvieran, era difícil, porque al día siguiente se te marchaban, y tenía que ir por otros, ya te digo que hasta Portugal; con la espaldera, entrando la máquina, no tenías ese problema”. (Prod14)

Ahora bien, la solución tecnológica tiene ciertas limitaciones: las tareas con el viñedo no son todas susceptibles de mecanización, requieren una cualificación del trabajador o la trabajadora, y se realizan durante todo el año. Además, la maquinaria es muy cara.

De esta forma, al faltar la mano de obra local, la presencia de trabajadores inmigrantes se generaliza en toda la zona. Esto ha dado lugar a la creación de empresas de servicios vitícolas para proveer de maquinaria y operadores, así como de personal para las labores agrícolas.

Los principales problemas que surgen con esta externalización giran en torno a las condiciones de trabajo de las personas contratadas a través de estas. Al ser objeto de contratación indirecta, se justifica que no pertenecen a la empresa, son personas “tercerizadas” (Prod09), no se consideran parte de la plantilla: “Hemos decidido contratar

una empresa de servicios, que eso no está en el personal” (Prod11); “cuando te digo ‘los que trabajamos’, son los contratados por nosotros. Luego, los eventuales para vendimias, pues suelen hacerse a través de empresas de terceros” (Prod06).

Los productores que consiguen una red permanente de trabajadores se benefician de poder poner en práctica esa transmisión de conocimiento: se habla de estructura familiar, vinculación afectiva, (“estar en nuestra bodega es un orgullo” (Prod11)) justificando mediante argumentos domésticos la importancia de esa familia, que fomenta el cariño por la tierra y la manera de trabajar que se transmiten unos a otros (Prod09). Contrasta la visión familiar (justificación doméstica) de la plantilla fija con la perspectiva de los “recursos humanos” (justificación tecnológica, donde las personas tienen función de herramientas), que llegan cuando se necesita contratar personal puntualmente: “Nos abastecemos de cuadrillas” (Prod10). En esos casos, los trabajadores directos asumen funciones jerárquicas y de control, en razón de su mayor cualificación: “Hay un capataz [...] está constantemente controlando las cuadrillas y tratando de que trabajen lo mejor posible y [...] por encima, un ingeniero agrónomo” (Prod11).

Si las empresas de servicios no cumplen con sus obligaciones fiscales y laborales (Prod6), la ley activa una dimensión social que hace a los empleadores, en este caso los productores, responsables subsidiarios, por ejemplo, en caso de impagos en seguros sociales o impuestos devengados y no ingresados. Esto repercute en la sostenibilidad de los puestos de trabajo (Prod06) y en la forma de producir, pues se percibe que la única solución final va a ser la mecanización:

“Cada vez es mucho más complicado contratar, por las normas que tenemos de legislación y sucesivas reformas laborales etc., y cada día hay muchas más

inspecciones y problemas. Entonces es cierto que tarde o temprano aquí no nos va a quedar más remedio que hacerlo de otra manera, pero yo tengo muy claro que va a ir en contra de la calidad final del producto”. (Prod15)

Algunas de estas empresas de subcontratación han sido creadas por los propios trabajadores inmigrantes, que se han establecido en la zona y han pasado a ser empresarios de servicios para el sector. Recurren a sus redes sociales en sus países de origen para conseguir la mano de obra que se precisa. Los trabajadores inmigrantes que acuden son “volantes”, es decir, estacionales. Esto dificulta normalmente una relación a largo plazo en la cadena de contratación: “Muchos de los que vienen, vienen para hacer dinero rápido para luego volverse a sus países, eso no es sostenible” (Prod05). Esta situación impide la transmisión de conocimiento, y fomenta situaciones indeseables como el abuso en los horarios (“les tienen prácticamente por horas, desde las siete de la mañana hasta las ocho de la tarde, de lunes a domingo” (Prod08)) o en los salarios (Prod08, Prod05). En este sentido, hay productores que entienden que la sostenibilidad social tiene que ver con “contratar a personas que cobren un sueldo justo, eso es sostenibilidad [...] no es solamente la parte ecológica” (Prod08).

El campo carga con una mala imagen como lugar de trabajo, pero la diversidad se va introduciendo poco a poco, aparentemente gracias a esta misma mecanización, que ha disminuido el trabajo manual. En el campo “el protagonista siempre ha sido el hombre, pero ahora, de alguna manera, como el trabajo manual es menor, se ha tendido a una profesionalización mayor [...] que lleva de la mano también que las mujeres tengan más protagonismo” (Prod12). En la elaboración y en los diferentes departamentos y oficinas de las bodegas, la presencia de las mujeres ha aumentado mucho (Prod10). Aun así, la

visibilización de las mujeres en estos entornos está muy lejos de cualquier objetivo. Basta con observar la composición de los Consejos Reguladores de las Denominaciones, o de las diferentes asociaciones o incluso instituciones, para comprobar una presencia mayoritaria masculina.

Pero no solo es difícil encontrar personas para trabajar en puestos de escasa cualificación, sino, por otro lado, atraer talento. Para la sociedad es bueno que haya gente en los medios rurales, pero, “¿quién quiere venir al pueblo?” (Prod15).

Con relación a la dimensión social en conexión con la salud, el vino es una bebida alcohólica, pero tiene consideración de alimento. Sin embargo, no está sometido a las mismas obligaciones de información que otros productos alimentarios. En sus etiquetas, es obligatorio detallar únicamente el nivel de alcohol y el contenido en sulfitos (por sus efectos alérgenos). Ahora bien, es un producto con un alto grado de manipulación mediante procesos químicos e intervenciones con aditivos y coadyuvantes. La preocupación por la salud es una de las causas, además de las consecuencias medioambientales, por las que se ha activado el consumo de productos ecológicos y es también una de las justificaciones que presentan los productores para aclarar su preferencia por estas prácticas: “Me impresiona mucho que esos productos tan fuertes, tan terribles, acaben en nuestro organismo (Prod07)”. Su objetivo de ofrecer productos más sanos se apoya también en ejercer influencia sobre la cadena, especialmente en los viticultores. Pero esta preocupación se centra en los insumos y no se extiende a los procesos de elaboración. Se consideran apropiados y que no tienen un efecto significativo sobre el producto final.

Por otro lado, la forma de comunicación al consumidor de los efectos sobre la salud como bebida alcohólica es clave para la sostenibilidad del sector¹⁷: “En el momento que perdamos la visión del vino como un producto más de alimentación que de alcohol [...] es muy probable que nos vayamos cargando el sector” (Prod15). Las justificaciones se basan en que el vino no es un producto del que abusar y menos aún el de calidad, porque es caro. Además, la ley lo califica de alimento. Por otro lado, dado que el consumidor es libre para decidir, hay que confiar en su moderación, librándole de influencias paternalistas, respetando sus decisiones: “Yo creo que la gente ya es suficientemente mayor para comprar lo que quieran comprar” (Prod14).

Para estos dos aspectos, trabajo y salud, existen sendos consensos que los productores justifican mediante convenciones cívicas. Según ellos, la ley contiene suficientes (a veces incluso demasiadas) regulaciones que obligan a ofrecer condiciones de trabajo justas, aunque siempre haya personas dispuestas a hacer trampas. El sector en ese sentido, experimenta las mismas dificultades que el entorno rural en general (despoblación, salarios bajos, trabajos duros) que lo convierten en un marco laboral poco atractivo y sujeto, por consiguiente, a situaciones cada vez más complejas.

En cuanto a la salud, también el marco regulatorio ofrece una protección para el vino, en tanto en cuanto lo considera un alimento y símbolo de una tradición cultural (BOE, 2003). En este sentido, los productores hacen hincapié en esta definición para minimizar sus (potenciales y reales) consecuencias negativas como bebida alcohólica para los

¹⁷ El sector del vino canaliza la información sobre el consumo de vino mediante un programa internacional voluntario denominado Wine in Moderation (Wine in Moderation, s.f.). En mayo de 2022, se debatió en el Parlamento Europeo la posibilidad de que figurara en cada botella una advertencia sobre los riesgos de consumir alcohol, similar a los mensajes que se incluyen en las cajetillas de tabaco (Gil, 2022) que fue finalmente rechazada. Los productores lo consideraron un desafío para la continuidad del sector.

consumidores. Tampoco los procesos de elaboración los consideran problemáticos, ni ven necesario un cambio en la información del etiquetado para el consumidor, más allá del actual.

7.1.3.2. Grupo B: Viticultores

El grupo de viticultores se alinea en gran parte de los temas con los productores. Todos tienen necesidad de mano de obra que no pueden encontrar de forma local. En cuanto a las condiciones de trabajo, tienen en cuenta la necesidad de atender a los aspectos formales. Consideran que no es posible llevar a cabo un proyecto empresarial y después no cuidar de las condiciones de trabajo, con salarios bajos y jornadas muy largas que conducen a situaciones de inseguridad laboral, no solo en los viñedos sino también en la bodega (“el factor humano se olvida dentro de la sostenibilidad, se olvida y [...] tenía que estar en nuestro primer mandamiento” (Viti01)).

Pero también se traen a colación las justificaciones domésticas para criticar que, en aquellas explotaciones de pequeño tamaño, la ley haya dificultado la contratación de familiares para realizar los trabajos, puesto que va en contra de una de las imágenes tradicionales de este tipo de explotaciones, que describe la vendimia, por ejemplo, como una fiesta donde participaba toda la familia (Viti01).

Se produce un juego permanente entre las convenciones cívicas, como la formalidad o cumplir la ley y las domésticas, de creación de valores familiares y morales, preocupación por los trabajadores y fomento de buenas prácticas. Los viticultores entrevistados, bien cuentan con redes locales y ayuda familiar (Viti03), bien han optado por crear su propia red de trabajadores inmigrantes a los que contratan directamente y les dan formación (Viti01, Viti02). Se establece una relación a largo plazo, recreando de

alguna manera los beneficios de la relación “familiar” comentada anteriormente: “A mí me interesa también que tenga un buen sueldo, porque me aseguro que todos los años regresa” (Viti02). Pero también mencionan que las circunstancias cambian en el caso de aquellos viticultores que venden a precios bajos, donde es más probable que la presión económica dé pie a condiciones laborales poco deseables.

Además, la posibilidad que ofrece el viñedo de quedarse a vivir en el núcleo rural, cerca de las redes familiares, se considera “rentabilidad social” (Viti02).

En la viticultura en Ribera hay más mujeres, pero en Rueda es muy difícil, porque el número de viticultores es más pequeño. En el acceso a las ayudas a jóvenes agricultores y agricultoras puestas en marcha desde las políticas agrarias, la visión que se tiene es que se premia la continuidad, pero no el emprendimiento rural. Tienen más facilidad los que ya tienen explotaciones y de alguna manera suceden a sus familiares (Viti03). Ser mujer no ofrece una ventaja especial y tampoco hay alicientes para quedarse en el campo. Las DO han dado un cierto prestigio, pero aun así no es lo suficiente para atraerlos (Viti03).

7.1.3.3. Grupo C: Proveedores

Para el proveedor de maquinaria y personal, se constata la falta de trabajadores locales y la dependencia creciente de la mano de obra extranjera: “Los españoles no quieren trabajar” (ProvRH). Los trabajadores locales se ofrecen para los trabajos con maquinaria porque la remuneración es mejor, pero no para los trabajos manuales (ProvRH).

Las empresas de servicios vitícolas han simplificado la tarea para los productores, aumentando su eficiencia (ProvFin). Las bodegas solo se encargan de comprobar que los trabajadores están en regla, pero no el resto de condiciones, por ejemplo, alojamiento, alimentación, etc. La mecanización ha avanzado mucho en Rueda y en Ribera. Cada vez

se vendimia más a máquina, aunque no se publicite porque se prefiere la imagen del trabajo manual (ProvRH).

7.1.3.4. Grupo D: DO

Desde la visión de las DO, consideran la entrada de la maquinaria como una ventaja para los productores, especialmente en el caso de las explotaciones más grandes. Ahora bien, también son conscientes de que en la oferta de diferenciación por la calidad, dado que las máquinas no siempre tienen el resultado deseado –y más aún en el caso de los vinos de máxima calidad– son desaconsejables (Prod15). Por lo tanto, la mano de obra representa un problema a largo plazo que no va a tener una solución fácil.

7.1.3.5. Grupo E: Distribución

La información de la etiqueta es suficiente. Para el distribuidor local (Dis02), puesto que el consumidor demanda un vino siempre parecido y no pregunta cómo se obtiene, hay obligación de atender esa exigencia y cumplir esa expectativa, pero no hace falta ir más allá. En el caso del distribuidor internacional, es obligatoria la etiqueta de vino ecológico, a la cual ellos añaden otro distintivo propio (un caracol). Este símbolo indica el grado de adhesión al cuaderno normativo que han creado para los proveedores con quienes se surten de vino (Dis01).

7.1.3.6. Grupo F: Instituciones

Las condiciones de trabajo inadecuadas pueden dañar las viñas y la calidad del vino. Cuando las tareas se hacen muy rápido para conseguir rentabilidad, se empeora la salud de las plantas. El campo no es un entorno atractivo, te tiene que gustar mucho y ser un poco vocacional (Insti02).

En cuanto a la salud y la información en el etiquetado, la disputa se halla a un nivel fuera de la DO aunque le afecta directamente. Las justificaciones empleadas acerca de informar más ampliamente en la etiqueta sobre los componentes del vino se basan en un compromiso de tipo cívico e industrial, para justificar la falta de transparencia: “El economista tiene que informar al consumidor, [...] de la mejor manera y a veces informar de la mejor manera, no pasa necesariamente por poner todos los ingredientes” (Insti02). Informando se cumple una convención cívica pero si la información sigue criterios científicos, podrían aparecer contenidos que a lo mejor no son los adecuados porque el consumidor podría interpretarlos incorrectamente. Esta actitud de querer “proteger” al consumidor hurtándole determinada información contrasta con el argumento contra el paternalismo que supondría no dejar al usuario libertad para consumir alcohol sin restricciones, puesto que precisamente, para poder decidir es necesario tener a disposición toda la información posible.

7.1.3.7. Grupo G: Educación y formación

En la dimensión social, el vino tiene buena acogida y mucho futuro y es un sector atractivo. Sin embargo, se requiere una cierta cualificación y la mecanización no es una solución para todo. La mano de obra tiene que estar formada y eso es un problema a la hora de hacerlo, especialmente si son personas que vienen de fuera o existe una barrera de idioma. La empleabilidad en el sector para las personas que realizan la formación universitaria, por otro lado, es buena, el 100% están trabajando (Uni01).

7.1.3.8. Consensos y conflictos

La dimensión social va adquiriendo cada vez más importancia en la construcción de la sostenibilidad en el sector, puesto que cada vez es más difícil conseguir gente que se

arraigue en el entorno rural. Con relación a esta dimensión, son claros los consensos en torno a los aspectos analizados, y en ambos casos, se basan en justificaciones cívicas, de cumplimiento de la ley.

Hay acuerdo a la hora de considerar unas condiciones de trabajo dignas como fundamentales para dicha sostenibilidad. También se produce este acuerdo a la hora de considerar que la ley regula convenientemente las condiciones laborales. Ahora bien, la subcontratación es una forma de cumplir con las obligaciones legales acogándose a las justificaciones cívicas, y por otro lado, enajenar la responsabilidad en terceros sobre el bienestar de los trabajadores así empleados. Se observa que los actores de tamaño reducido, como pequeñas bodegas o viticultores con explotaciones de menor dimensión, activan mecanismos de responsabilidad social, con contrataciones directas y procurando que incluso el personal eventual sea, dentro de lo posible, siempre el mismo. En el caso de los actores más grandes, este problema persiste. Pero también hay algunos productores que destacan porque han puesto en marcha un programa completo de medidas y forman parte de programas a nivel nacional e internacional (Prod11). Dichos actores, tanto grandes como pequeños, justifican estas iniciativas mediante convenciones domésticas, donde los valores de tipo familiar permiten crear conciencia de marca y sentido de pertenencia (Prod11, Viti02).

En el aspecto de la salud, existe consenso entre los diferentes actores sobre la idoneidad de la información sobre el contenido alcohólico del vino. Está presente en la etiqueta y es suficiente. La ley lo define como alimento y opinan que las advertencias sobre la moderación en el consumo son suficientes para atender esta dimensión social.

También existe consenso sobre el contenido informativo en las etiquetas del vino, a pesar de lo contradictorio que resulta frente a la obligación de declaración de ingredientes del resto de alimentos. Tal como ahora está es lo que indica la ley y no es necesario ni indicado mayor transparencia: “Yo realmente creo que las etiquetas de ahora están bien porque [...] si al final le echas un poco de ácido para corregir [...] no me parece que sea relevante [...] al final el público te está pidiendo un vino siempre igual [...] y tú tienes que conseguir hacer un vino siempre igual” (Viti03).

7.1.4. Dimensión económica

La viabilidad de una actividad económica es el fundamento de esta dimensión. Por lo tanto, es de esperar encontrar en mayor proporción justificaciones comerciales e industriales, relacionadas con los mercados, la demanda de los consumidores y la eficiencia.

7.1.4.1. Grupo A: Productores

Optimizar los recursos para garantizar la viabilidad tiene mucho que ver con las prácticas vitícolas. La sostenibilidad ambiental compensa económicamente: “Si evitas productos químicos” que son “caros y tecnológicos [...] te ahorras costos y no contaminas” (Prod07). En conexión con la sostenibilidad económica, aparecen otros procesos también relacionados con el ahorro de costes. La energía renovable, por ejemplo, las placas solares, ofrecen un beneficio con la amortización de la inversión a largo plazo (Prod07). En este sentido, sostenible es también algo que permite construir un ciclo donde los precios cumplen una función importante. Si se entra en la espiral de bajar precios, es “un camino sin fin hacia abajo” (Prod05), algo que es frecuente en el sector alimentario, donde “se vende por barato y no por bueno” (Prod05), pero llega un momento en que no puede

mantenerse. Sostenible, por lo tanto, es que también te permita vivir de tu trabajo (Prod06). Aquí aparece un conflicto con los procesos o prácticas que son sostenibles pero que no pueden implementarse porque no serían viables económicamente: por ejemplo, el consumo debería ser local, pero no es posible, porque la oferta supera con creces la demanda local (Prod08). Como ya se ha visto, se produce más de lo que se vende y no queda más remedio que buscar nuevos mercados. Sin embargo, aunque el tema de la exportación está presente, no se tematiza el transporte como un aspecto de la sostenibilidad.

Remunerar bien a los viticultores, es decir, que toda la cadena de valor funcione, es muy importante para conseguir materia prima de calidad. Pagar bien al viticultor por una uva de primera calidad es justo: “Los viticultores trabajan muy bien para nosotros y ese vino hay que pagarlo” (Prod07).

Pero hay otros productores que consideran que esto puede desalinearse de la demanda. Si el producto se encarece porque se convierte a ecológico, por ejemplo, va en contra de la asequibilidad. Esto lo hace poco democrático (justificación cívica): “Para un vino de más de 20, 30, 40 euros no hay problema, pero ¿para un vino de 3 [euros?” (Prod01), porque “tiene que haber vino para todo el mundo, hay que dar servicio a los clientes” (Prod03). Por otro lado, si las cosechas son malas, las bodegas se ven obligadas a pagar más al viticultor, pero no pueden repercutir la subida de precio en el producto final. Los altibajos en la producción no se pueden trasladar al precio de la botella, que tiene que subir de forma más estable (Prod09).

Si el consumidor exige transparencia y sostenibilidad, los productores deberían ser capaces de reflejar ese aumento de exigencias en el precio, pero el mercado no lo permite, por la presencia de otros competidores sometidos a reglas menos estrictas y capaces de

competir con un producto de características similares (Prod15), por ejemplo, en los Países de Nueva Producción.

7.1.4.2. Grupo B: Viticultores

El trabajo por una uva de calidad se remunera mejor y hace posible situarse en un marco diferente que permite que mucha gente se beneficie: “Si vendemos vinos de calidad nos situamos en un marco diferente y nos permite sobrevivir a todos” (Viti02). En otras DO se produce el abandono de las tierras debido al precio, porque son zonas donde la tensión entre calidad y estandarización ha dado paso a una gran presencia de la segunda estrategia. Un viñedo con problemas no es rentable y no compensa el trabajo que cuesta recuperarlo. Esto no ocurre tanto en esta zona, porque el vino es de calidad (Viti02). Aun así, es difícil alcanzar la rentabilidad si solamente produces la materia prima y no participas de la fase de la elaboración. Aquí también hay una queja de los viticultores respecto al reflejo de esa materia prima en el resultado final. Acusan a los productores de ocultar “el vínculo que hay con el viticultor, cuando nosotros somos el origen, nosotros somos los que producimos la uva” (Viti02).

El éxito de la zona vinícola que constituye el caso de estudio ha provocado un efecto llamada de grandes bodegas que se han instalado en la zona y han empezado a provocar tensiones por su política de precios bajos (Viti03). La presión por ofrecer un producto diferenciado motiva también a muchos viticultores a cambiar sus prácticas: “Si no eres ecológico no vas a encontrar quién te lo compre” (Viti03).

7.1.4.3. Grupo C: Proveedores

Para este grupo, la sostenibilidad económica es indiscutible. Las bodegas “que han hecho bien los deberes” (ProvFin), es decir, que tienen un plan y un modelo de negocio

sólidos, fuerte inversión de capital, un flujo de pagos y cobros saneado y pocas necesidades de financiación –salvo en el momento de la inversión inicial en caso de montar un proyecto empresarial, hacer una bodega o plantar viñedo–, son solventes. El vino se suele trabajar con márgenes altos, por lo que en términos de sostenibilidad económica, parece un sector poco problemático (ProvFin). La mecanización y la subcontratación son mecanismos eficientes para la sostenibilidad económica, y se están extendiendo progresivamente en las dos DO. En Rueda, esta mecanización ha encontrado un compromiso entre la sostenibilidad y la reputación, creando una narrativa en torno a la vendimia nocturna. Esta vendimia se realiza de noche con maquinaria, lo que permite recoger la uva con una temperatura fresca y evita el gasto energético de tener que enfriarla mediante otros sistemas (ProvRH). Constituye una actividad integrada en las visitas enoturísticas.

7.1.4.4. Grupo D: Denominaciones

Esta dimensión es un terreno de conflictos en las Denominaciones. Su configuración, con una base de pequeñas y medianas empresas y un número más reducido de grandes pero con importantes porcentajes de producción, dificulta encontrar un terreno común puesto que todos son miembros de pleno derecho: “Unos quieren vender barato y mucho y otros quieren hacer marca y otros quieren subsistir” (Prod15). También surgen problemas con la representatividad de productores y viticultores, puesto que al tener las bodegas cada vez más viñedo, pueden introducirse en los mecanismos de representación que están destinados únicamente a la viticultura, alterando los equilibrios.

7.1.4.5. Grupo E: Distribución

En este grupo, la dimensión económica toma importancia en torno a actividades como la exportación, para la que es necesario el apoyo institucional. Los procedimientos

tienen mucha burocracia y se precisa una estructura fuerte para soportar los costes financieros. Los actores más grandes tienen más facilidad, pero los pequeños tienen que apoyarse en plataformas estatales o autonómicas para poder dar a conocer sus vinos (Dist01). La demanda local de vino con características sostenibles es débil. Hubo curiosidad hace unos años, pero en la actualidad, en muchos casos la diferencia de precio hace que no se vendan tanto. El criterio preferido sigue siendo el vino local, ni siquiera el de otras DO como Rioja, que “antes se vendía más” (Dis01).

7.1.4.6. Grupo F: Instituciones

Desde este grupo, se considera la actividad del sector vinícola como un cultivo, hasta la fecha, muy rentable y se insiste en el papel decisivo de las DO para haberlo logrado. Pero se detecta cierto inmovilismo y resistencia al cambio, la función de las DO parece derivar hacia la comercialización y el *marketing*. Esta mentalidad conservadora puede limitar su sostenibilidad económica (Insti01). Es necesario innovar y seguir implementando nuevas prácticas, aunque no todas sean igual de rentables, porque es la única forma de asegurar la viabilidad a largo plazo. Es decir, los avances técnicos (justificación industrial) siguen siendo imprescindibles para mantener la rentabilidad, especialmente ante el cambio climático. Pero también el orientarse hacia la recuperación de patrimonio vitícola, puede suponer un valor añadido en la estrategia de diferenciación por calidad, recuperando viejas variedades o recuperando las plantaciones más antiguas, cuya materia prima cada vez va obteniendo más aprecio entre la demanda más exigente (Insti01).

7.1.4.7. Grupo G: Educación y formación

Concretamente la dimensión económica de las figuras de calidad es apropiada. Pero también se detectan diferencias entre zonas. “Hay unas producciones que son muy baratas, entonces depende de las zonas” (Uni01). En materia de investigación, el sector se está orientando a encontrar tratamientos contra el cambio climático, basados por ejemplo, en atrasar la maduración de la uva ante el aumento de las temperaturas para asegurar que los ciclos de producción siguen los calendarios comerciales habituales, y las características de las variedades se mantienen estables. En esta labor, no están financiados por las bodegas, sino que se acogen a programas institucionales de investigación, pagados con fondos públicos, y por lo tanto, fruto de políticas de desarrollo concretas, pero donde los productores prestan su colaboración (Uni01):

“Sí hacemos proyectos, pero no para las bodegas. En principio, nosotros accedemos a convocatorias públicas de investigación de Castilla de León o del Ministerio [de Agricultura], y normalmente en esos proyectos tenemos bodegas que tienen un convenio con nosotros, porque por ejemplo aquí no tenemos viñedos de prácticas, pero las hacemos con viñedos de bodegas, entonces ellos lo que hacen es poner [...] su viñedo”.

7.1.4.8. Consensos y conflictos

Los distintos grupos coinciden en afirmar que en el momento actual, la sostenibilidad económica del sistema es buena, aunque en el largo plazo se presentan amenazas. El consenso en torno a producir vino de calidad es generalizado. Pero es en la forma de llegar a esta calidad donde aparecen los conflictos. Estos se centran en las tensiones hacia una producción industrializada o masiva, donde se busca producir más para obtener más rentabilidad, y enfrentan a viticultores y bodegueros entre sí, sobre todo en el

momento de articular los intercambios de materia prima. Los viticultores se ven obligados a asumir prácticas costosas que no todos los productores están dispuestos a remunerar con justicia, especialmente entre los actores de mayor tamaño. Por otro lado, la entrada de estos últimos, con negocios en diversas denominaciones y mucho poder económico, desestabiliza las relaciones dentro y entre los grupos. Los productores medianos y pequeños muestran preocupación por la idea de perder carácter y singularidad, y emiten críticas sobre la calidad de su representación y defensa de sus intereses en los Consejos Reguladores. Esta crítica es compartida por los viticultores, que sienten que sus intereses comerciales también sufren en el nivel de la Denominación. Si bien existe acuerdo a la hora de valorar la imagen de conjunto que las DO proyectan de sus miembros ante terceros, sus funciones a futuro sí presentan conflictos en lo relativo a la sostenibilidad económica.

7.2. Construcción del concepto de la sostenibilidad

En función de los datos analizados, se ve que la dimensión medioambiental determina el sentido en que se construye el concepto de sostenibilidad dentro del marco del sistema sociotécnico de las Denominaciones de Origen estudiadas. Esto coincide con la visión general desde el propio sector en España¹⁸ y también con lo establecido en la revisión de la literatura. Las prácticas agrícolas (ecológicas, biodinámicas) son, de forma constante, uno de los indicadores más prominentes que se citan con relación a la sostenibilidad, para identificar una actitud, y para justificar o rechazar la adopción de iniciativas.

¹⁸ Hay que tener en cuenta que los objetivos del plan estratégico del sector vitivinícola español presentados por la Plataforma Tecnológica del Vino (PTE) ante el Ministerio de Agricultura para el quinquenio 2022-2027, son alcanzar 0 % emisiones en 2035 y que a finales de 2027, el 26% del viñedo sea ecológico (La Gaceta del Vino, 2022).

Por otro lado, el hecho de que la implementación de medidas sostenibles sea voluntaria provoca su ralentización. Hay muy pocos casos de actores que tengan en marcha un programa que englobe las tres dimensiones, según la concepción de sostenibilidad “fuerte”, que se citaba en el primer capítulo. Esta voluntariedad impide, además, que se actúe de forma coordinada. La implementación de la sostenibilidad depende de acciones individuales, cuyas motivaciones, si bien pueden ser personales y estar fundadas en el convencimiento de que hay que mejorar y cambiar los sistemas de producción, también pueden interpretarse que buscan otros fines, como asegurar un nivel de diferenciación frente a otras marcas o dentro de la denominación, o facilitar la entrada en mercados donde la demanda de sostenibilidad es más clara y concreta. Esto incluso podría dar pie a interpretaciones de lavado de cara verde (*greenwashing*).

Considero, por lo tanto, que uno de los principales frenos para que se consolide una construcción más integral de la sostenibilidad es la debilidad y la indefinición de la demanda. El vino ecológico o los sellos medioambientales no garantizan, de momento, una acogida mejor del producto. Para los actores del sistema sociotécnico en el nivel del régimen es más eficaz adaptar las cualidades del producto a las tendencias del mercado que aferrarse a ciertas cualidades que pudieran crear malentendidos entre productores y consumidores. Y de momento, según se ha analizado, es más consistente y clara la oferta relacionada con los atributos de la calidad que los de sostenibilidad. Por lo tanto, los actores no se están coordinando para realizar acciones conjuntas, como las que en su día dieron pie al éxito de las DO. Los esfuerzos e iniciativas están dirigidos a países extranjeros, que es hacia donde se canaliza la producción de vino ecológico, y que exigen además una certificación.

El conflicto que surge con la sostenibilidad entendida en sentido amplio procede de la necesidad de articular un nuevo consenso donde exista un equilibrio entre las tres dimensiones, tal como postula la definición académica y las justificaciones que la sustentan. En este consenso, para ser sostenible, ninguna de las dimensiones debería tener más importancia que otras. Pero si en algunos productores se encuentra y justifica la tendencia medioambiental, el resto de grupos sigue creyendo en la dimensión económica como elemento más destacado. La dimensión social entra poco a poco en la dinámica, pero no en todos los grupos por igual y no en la definición. Es más visible entre los que deciden contratar de forma directa, frente a la subcontratación o el recurso a la maquinaria.

Los cambios en la dimensión medioambiental se ven impedidos fundamentalmente por la dificultad de encontrar un compromiso entre las justificaciones comerciales y las ecológicas. El conflicto reside en que las primeras se basan en obtener resultados en el corto plazo, y las ecológicas necesariamente están relacionadas con el largo plazo. Aquí es donde reside la principal incertidumbre, que hace que se insista en su carácter necesariamente voluntario e individual.

Los cambios en la dimensión social requerirían un compromiso entre las justificaciones cívicas y las justificaciones comerciales e industriales. La ausencia de trabajadores para el campo se soluciona mediante la subcontratación, porque es eficiente. Pero no está clara la viabilidad de esta solución, porque hay que recurrir a mano de obra no residente, a la que no es posible dar formación a largo plazo.

La dimensión económica se ve arrastrada por las tensiones de los precios. Alejarse de la producción de calidad conlleva tener que producir mucho más, y los actores grandes presionan con sus estrategias a los pequeños. En este dilema, para hallar un nivel de

compromiso, todos los grupos de actores miran hacia la DO como lugar de mediación donde resolver este conflicto y alcanzar un acuerdo.

7.3. Calidad y sostenibilidad

La construcción de este concepto es dinámica y se basa en percepciones subjetivas. Al analizar el giro hacia la calidad en la cadena de valor del vino, se argumentó que la capacidad de llegar a un consenso sobre los atributos asociados a un vino de calidad, más el anclaje a un origen, proporcionaba a los actores dentro de una denominación una reputación que estaba en la base de su éxito comercial y, por lo tanto, de su sostenibilidad económica (Sánchez-Hernández, 2011).

Sostengo que uno de los factores clave para acelerar los procesos de transformación sostenibles es incluir la sostenibilidad como atributo de primer nivel en el concepto de calidad del vino.

Al analizar las tensiones entre sostenibilidad y calidad, se observa que los grupos de actores están en permanente tensión, cuando no polarizados entre mantener un criterio estricto de diferenciación, siguiendo el consenso original de las Denominaciones de Origen, o ceder a la presión de los precios. Estar dentro de una DO facilita a todos los actores asociados el mismo marchamo de calidad. Ahora bien, a partir de esa constante que todos comparten, cada actor decide una estrategia donde posicionarse, dentro de los márgenes de actuación.

La integración de la sostenibilidad como atributo del vino se produce, según los resultados, con más facilidad en aquellos actores alineados con la versión estricta de la calidad en su producción. Por ejemplo, aquellos que elaboran en cantidades relativamente pequeñas, con márgenes financieros altos y que han cultivado una marca propia el tiempo

suficiente para lograr una consolidación en el mercado, están más abiertos en su discurso a justificar la adopción de iniciativas sostenibles. Es posible que esto suceda porque pueden permitirse una visión a más largo plazo y no dependen tanto de las circunstancias coyunturales. También alejan la posibilidad de ser acusados de lavado de cara verde, puesto que se alinean con una filosofía y la rentabilidad de las iniciativas pasa a un segundo plano: “Entonces, ahí nosotros nos vemos en la responsabilidad de actuar consecuente y de hacer las cosas por principio” (Prod09). “No estoy haciendo vino ecológico para poder venderlo dos euros más caro, estoy trabajando en ecológico porque sabemos el impacto que tienen los pesticidas” (Prod02). Este grupo de actores se muestra abierto a incluir los atributos sostenibles dentro de la calidad del vino.

No obstante, debido al escaso conocimiento de los consumidores, después de haber invertido en crear valor para una marca concreta, añadir la etiqueta de ecológico, por ejemplo, puede constituir una amenaza para la imagen de un vino: “La ecología se come tu marca o te deriva a un lugar secundario, a una categoría donde eres uno más compartiendo el sello ecológico. No quieres que se adquiera el vino porque es ecológico sino por la marca” (Prod02). De ahí que, aun buscando conscientemente la sostenibilidad, renuncien en determinados casos a incluir información al respecto en el etiquetado, incluso estando certificados.

En el caso de otros actores dentro del grupo de productores, el conflicto con la calidad en el caso de la sostenibilidad es que no está claro cómo ayuda a ser diferente. Por tanto, en calidad de atributo, la sostenibilidad plantea dudas. El vino es sabor, imagen, marca, pero el producir en armonía con la naturaleza no es una prioridad, salvo que mejore la competitividad y no amenace la rentabilidad. Para este grupo de actores, solo se produce

conflicto si las justificaciones cívicas y verdes no pueden mantener un compromiso con el mundo comercial. Los actores justifican la sostenibilidad de sus métodos y procesos, pero evitan sujetarse a ningún compromiso concreto. Como ejemplo, reconocen que la uva ecológica ayuda a obtener un vino de más calidad, pero los clientes “demandan buen vino todos los años [...] [por lo tanto] hay años que hay que tratar el viñedo para tener un buen vino” (Prod01).

Sostengo que lograr la inclusión definitiva de la sostenibilidad como atributo de la calidad pasa por alinear claramente la demanda con la oferta, como en el caso de los productos veganos. Conectar con las demandas del público, por ejemplo, elaborando vino vegano, es atractivo, pero porque hay poca competencia y hay recorrido para hacer marca. Ahí sí está clara la ventaja diferencial. Por el contrario, con las prácticas ecológicas, los actores escépticos piensan que o bien se hace porque ya existe una demanda generalizada, o si no, en la actualidad ese nicho está completo y no es rentable realizar ese esfuerzo inversor y transformar el cultivo: “Cuando tienes competencia y no tienes una fortaleza para atacar al contrario... no tienes precio, no tienes marca, no tienes fuerza. El día que el 50% de la demanda pida ecológico lo haré” (Prod03). La diferenciación ya no es tal. La sostenibilidad constituye una actitud, pero para la mayoría no pasa de argumento comercial. Los consumidores van despertando, quieren saber más cosas, pero van lentos y están confusos (Prod02). Fuera de la certificación de origen de la DO, existe poca información concreta y específica para ellos.

Pero la calidad de la sostenibilidad también está en el compromiso. La normativa exige que el 100% de la empresa esté certificado.

“Es un tema de compromiso, es decir, tú cómo propietario de viñedo o de cualquier otra cosa, si decides ir a ecológico no puedes decidir ser ecológico con la mitad de los viñedos y con la otra mitad no, o sea tienes que serlo en todos los viñedos de esa razón social o en todos los viñedos que te pertenezcan a ti como persona física. Que también tiene sentido, porque quiero decir, si crees en ello, pues crees en ello” (Prod12).

Los atributos que articulan la calidad en un vino se centran en el trabajo manual, en la forma artesanal y cuidadosa de la elaboración, la tecnología se complementa con la experiencia del saber tradicional, “la herramienta humana de la observación” (Prod09) y la intervención cuidadosa en la elaboración (“los vinos los hacen los enólogos, no los químicos” (Prod04). Para completar de forma decidida la inclusión de la sostenibilidad entre estos atributos, que se basan en justificaciones domésticas, es necesario continuar esta narrativa de calidad aproximándola al discurso de la sostenibilidad, por otro lado, no tan alejado en los significados que maneja.

7.4. Papel de las DO

En esta tesis sostengo que para impulsar y garantizar la sostenibilidad a largo plazo, no solo económica, sino también medioambiental y social, la DO debería reforzar su papel no solo como garante de origen y por tanto, de estándares de calidad, sino también de sostenibilidad. Si en la articulación de atributos de calidad, la DO jugó un papel fundamental, al aportar un elemento único, el origen, ahora debería constituirse en garante de la sostenibilidad.

Varios son los conflictos en curso, para los que hay que buscar un compromiso entre justificaciones:

- Los intereses de los diferentes miembros de la denominación de origen ven amenazada su representación en el consejo regulador, el órgano de gestión de las Denominaciones de Origen (mundo cívico). Si, en un principio, las DO se constituyeron a base de actores locales, en su evolución han ido absorbiendo nuevos actores con intereses diferentes que deben ser conciliados. Por un lado, están las bodegas que intentan nacer muy “cualitativas” (Prod15), pero que disponen de escaso músculo financiero. Su modelo de negocio se basa en demostrar mucha calidad y mantener precios altos. Por otro, los grandes actores, presentes en diferentes denominaciones, con capacidades de producción muy superiores y que desembarcan en la DO con ánimo de ampliar su cartera de vinos con nuevas marcas. Aprovechan la reputación de la marca de la DO y buscan mantener su eficiencia colocando su producción en los límites mínimos de los estándares marcados por la denominación. A esto se une la integración vertical de las bodegas, que las coloca en conflicto de intereses con los viticultores. Al poseer superficie de viñedo, aumentan sus posibilidades de representación en los órganos de la DO en su doble función de productores y viticultores, alterando su equilibrio.

Ante esta posibilidad, muchos actores consideran que añadiendo una certificación de sostenibilidad, la DO se extralimitaría en sus funciones y ya no sería representativa de los intereses de los distintos grupos, pues forzaría cambios de modelo que podrían ser una amenaza a sus posibilidades comerciales, creando un conflicto con su dimensión cívica:

“A todas estas bodegas si las dices que tienen la obligatoriedad de hacer ciertas cosas, que son muy onerosas, pues lo mismo te las estás cargando también. ¡Claro! Cosas como recomendaciones sobre el uso del agua, puedes hacer esas recomendaciones, pero no sé hasta qué punto el consejo regulador tiene que

inmiscuirse más en temas que no son propios de sus funciones. Sí que puede alentarlos, promoverlos, pero no sé si debe siquiera marcar la obligatoriedad de hacerlo” (Prod15).

Mi argumento es que en la situación actual las denominaciones deben apostar decididamente por introducir la sostenibilidad, en su sentido más amplio, en sus labores de calificación. Considero que la DO debe continuar movilizand o nuevos significados, además de la calidad y el origen. Al haberse aumentado de forma tan intensiva las figuras de calidad, (hay casi 100 en España) prácticamente hasta la saturación (una tendencia típica del sector), si se quiere que la dimensión económica tenga recorrido, hay que continuar introduciendo nuevos atributos, un elemento que a lo largo de la historia del vino –como se describía en el Capítulo 2 –, le ha brindado al sector resiliencia suficiente para superar diferentes crisis. Esta vez con un pensamiento a largo plazo, puesto que la situación del sistema ante los desafíos para la sostenibilidad expuestos anteriormente así lo exige. Anticiparse a la demanda es un riesgo, pero también puede ser una fortaleza. Se puede tomar como ejemplo el sistema sociotécnico contiguo de Francia, donde se ha experimentado con fuerza un aumento de la demanda sostenible, por encima de las expectativas.

7.5. Actores del régimen e innovaciones de nicho

A lo largo de la tesis he indicado que, a priori, todos los grupos de actores entrevistados formaban parte del régimen central del sistema sociotécnico de la denominación de origen, bien como actores establecidos, bien dentro de los grupos sociales (proveedores, investigación, instituciones...) que contribuyen a los cambios incrementales, pero no a los disruptivos. En el capítulo 4 se citaba como crítica a la perspectiva multinivel

la dificultad de delimitar nicho, régimen y paisaje. A la luz de los resultados de las entrevistas y respondiendo a esta crítica, considero que uno de los actores entrevistados (Prod13), que produce vinos de mínima intervención (también conocidos como naturales) y por ello, no está asociado a la Denominación de Origen de Ribera del Duero a pesar de que sitúa su actividad vinícola dentro de esta, constituye un ejemplo de actor situado en el nivel del *nicho sociotécnico*. Las razones son las siguientes:

- Se encuentra en el corazón de la DO, pero está experimentando e innovando, alejándose explícitamente de los reglamentos impuestos por la DO. Ya no los ve como un consenso sino como un elemento limitador, que hasta cierto punto, anula la posibilidad de la creatividad, que es su principal justificación.
- La inspiración es la que le ha animado a romper con las expectativas de calidad que caracterizan la reputación de la DO y buscar nuevas formas de expresión (“los vinos comerciales, convencionales: son todos lo mismo porque no les dejan utilizar otro tipo de madera, no les dejan salir de esta zona geográfica, no les dejan utilizar más que unos porcentajes máximos a todos, es decir dónde está la creatividad, dónde está la interpretación” (Prod13). En este sentido, tras empezar con producciones convencionales, manifiesta que las ha abandonado completamente y no utiliza ningún producto químico, ni de tratamiento en las plantas, ni en la elaboración. Evita el uso de tratamientos mejorando las tareas que ejecuta en los trabajos en el viñedo, por ejemplo, con podas adaptadas que previenen enfermedades de la madera.
- Verifica y controla el 100% de los procesos que realiza para obtener su producto, lo que es algo característico de los productores de vino natural. Carecen de

certificación, pero son conscientes de que tienen que ofrecer un nivel de confianza extraordinario al consumidor (“no hay un productor de vinos naturales que diga, yo no cultivo nada yo compro la uva y ya está, no, sabes, siempre se cultiva, se controla, es que es condición *sine qua non* para hacer vino natural, no se puede hacer de otra manera” (Prod13)).

- Se provee de uvas en diversas parcelas que pertenecen a viticultores, que, por la edad avanzada y la falta de sucesión familiar en la explotación, ya no pueden ocuparse de ellas. La pequeña extensión y ubicación de estas parcelas, muchas veces fuera de los límites de la DO, no solo las hace poco rentables sino también inviables para el resto de actores: “Se me acercaba gente y me decía ‘oye [...] por ahí hay una viña mía que se va a perder que si quiere la coja’ y tal, y de entrada ya estaban muy deterioradas pero era gratis e igual las cogía, y me iba a trabajar a las viñas [...] y obtenía unas muy buenas uvas de parcelas desahuciadas muy viejas que posteriormente de repente veía que hacía unos vinos magníficos” (Prod13).
- Experimenta no solo con variedades diferentes de las uvas, sino también ensayando métodos novedosos de elaboración. Por ejemplo, vendimiando uvas verdes, antes de su punto de maduración óptimo, que después fermenta y cuyo vino emplea para aumentar la acidez de otras elaboraciones de forma natural.
- También se preocupa del aspecto social en la contratación de sus trabajadores (“Cuando llega el período de vendimia les contrato por tres días, cuatro días en Gredos; y en Ribera del Duero ya son 2 o 3 semanas donde hay un chico búlgaro que trae gente de Bulgaria a trabajar. Yo les contrato, les doy de alta [...] y cuando

acaban, es una cuadrilla de 20 o 30 que trabajan para mí, y cuando acaban pues regresan” (Prod13)).

- Y es muy activo en las redes sociales, donde publica con gran frecuencia multitud de vídeos donde muestra su labor, ejerciendo una suerte de transmisión o tradición oral renovada, que se ve facilitada y amplificada por las redes sociales, donde ha conseguido una red de interesados muy amplia y de perfil internacional (“muy importante ha sido con las redes sociales, a través de YouTube yo me ponía a grabar lo que hacía, bien, mal o regular [...] y eso ha tenido un impacto muy grande en cuanto a seguidores de todo el mundo: viene gente de Argentina, gente de Sudamérica para cuidar viñedos, gente de España” (Prod13)).

Prácticamente la totalidad de los actores entrevistados ha mencionado en uno u otro momento y de forma espontánea los denominados vinos naturales. Estos son vistos por casi todos los grupos como vinos producidos por actores a los que sitúan instintivamente fuera del sistema, en este caso, fuera del régimen sociotécnico de la denominación. Critican los resultados de su elaboración, “he probado vinos que van como naturales y son con muchísimos defectos, a mí eso no me parece un vino natural, me parece un vino que sí, igual vendes esa filosofía, que hay un mercado para todo, pero no me parece un vino correcto del que puedas vivir” (Viti03); presentan un carácter diferente, pretenden utilizar las maneras antiguas, pero a veces no tienen buen oficio, no son meticulosos, eso hace que a veces estén “avinagrados o huelan a caballo por levaduras secundarias, tienen carácter frente a los vinos industrializados pero no es ese el buen oficio de vinificador que se toma su tiempo en fermentar bien todo el producto” (Prod05) y lo relegan a un segmento de mercado muy concreto: “Lo que pasa es que ese mercado, ese vino no está hecho para todo

el mundo, y porque al final estás en la Denominación de Origen” (ProvFin). Este rechazo generalizado de los actores establecidos puede interpretarse como una innovación en curso, para la cual aún no han encontrado claros mecanismos de adaptación, pero de cuya presión son conscientes.

Podría argumentarse que cualquier productor fuera de la denominación que se estudia puede ser un caso de nicho. De hecho, existen actores relevantes que optan por mantenerse fuera de la DO, como determinadas bodegas que tienen una marca muy consolidada, (por ejemplo, Abadía de Retuerta o Mauro, que no pertenecen a ninguna Denominación). Ahora bien, no lo son, en mi opinión, porque sus elaboraciones no constituyen un reducto de innovación, sino que más bien, su marca contiene la suficiente fuerza y están suficientemente posicionados en los circuitos de distribución como para no necesitar adherirse a un sistema adicional de calidad.

La adhesión a una figura de calidad más “genérica”, es decir producir dentro de una IGP en lugar de una DO, como hace el productor de vino natural analizado en este apartado, a pesar de la contradicción que aparentemente encierra, es una alternativa usada por un cierto número de actores, para colocar aquellos vinos que no encajan en los estándares de la Denominación y por lo tanto, no pueden clasificarse dentro de esta. Este encaje se entiende como un alejamiento de dichos estándares, pero la motivación difiere según los productores. Puede ser porque son vinos percibidos como de peor calidad, y en este caso estarían asimilándose a vinos industriales. También puede ser porque son vinos que no siguen las prescripciones en cuanto a la variedad de uva. O porque la uva no procede de los municipios que integran la DO. Pero también se da el caso de aquellos vinos donde los elaboradores pretenden dar rienda suelta a su creatividad, así como respetar al máximo las

características de la, uva entendiendo como tales las influencias puntuales que el clima y el terreno han tenido en ella, y que difieren de una cosecha a otra. Como ya se ha comentado, las normas de una IGP no son tan rígidas ni en el origen ni en las prácticas de elaboración. De esta forma, abren terreno a la experimentación y a la innovación, dado que en el marco de las DO, se produce en este momento un conflicto entre normativa y control, y creatividad:

“Entonces, cuando te metes a definir tú qué tiene que ser exactamente la tipicidad o la calidad de una zona, pues posiblemente, aparte de que coartas que se puedan hacer cosas mejores o cosas distintas. Y muchas veces también hay que evitar que haya una uniformidad muy grande en las elaboraciones, porque esto también lleva a que se banalizan las zonas. Desde este punto de vista, lo del tema cualitativo no deja de tener parte de subjetividad. Evidentemente todos distinguimos cuáles un buen vino y cuál no, pero como intentes definirlo mucho, mucho, es probable que lo estés estropeando, el futuro de esto” (Prod15).

7.6. Trayectoria del sistema sociotécnico de las Denominaciones de Origen

Con relación a la trayectoria que sigue el sistema sociotécnico de referencia, debo señalar en primer lugar, la dificultad de postular un cambio debido a que existen muchos procesos en curso. No obstante, sostengo que las Denominaciones estudiadas están incursas en una trayectoria de *transformación* del régimen (véase las trayectorias explicadas en el Capítulo 4), por las siguientes razones:

Las presiones del paisaje (modificaciones de la ley o presiones de los consumidores) para adoptar iniciativas sostenibles ejercen presión sobre el régimen. Como se explicó en el caso de la transición de la calidad del sistema del vino español, en este caso

no solo hubo apoyos institucionales sino también demanda alineada de los consumidores, que ahora no se está produciendo en la medida en que debería. La trayectoria en la que están inmersos, por lo tanto, tiene como una de sus causas la escasa presión de los consumidores, un elemento del paisaje sociotécnico, que es muy débil.

- Dada la debilidad de la demanda, los actores del nivel meso están modificando lentamente sus actividades dentro del régimen de la DO, mediante la introducción de prácticas agrícolas ecológicas, pero de forma poco estructurada.
- Las innovaciones a nivel de nicho aún no están bien desarrolladas, como es el caso del vino natural, que no cuenta con reglamentación o posibilidades de certificación.
- Las innovaciones de nicho, como el vino natural del que acabamos de hablar no están generando cambios disruptivos sobre el régimen, pero los actores de este nivel se reservan un espacio en el que poder innovar (Geels & Schot, 2007). Concretamente, muchos de ellos están adscritos simultáneamente a la DO y a la IGP Vinos de la tierra de Castilla y León. De esta forma, tienen la capacidad de tenerlo como “laboratorio de prácticas”, porque pueden sacar bajo esa figura todos aquellos vinos que no van a poder calificarse, por muy distintos motivos. Así, las experiencias de los nichos se están traduciendo y se ve cómo algunos productores ya están creando elaboraciones cuyas marcas hacen referencia a estos procedimientos naturales (por ejemplo, “Don Simon Nature Organic Red” de la empresa García Carrión, o el Ontañón Natura 2020 de la bodega García de Ontañón (en el primer caso, en la IGP, en el segundo en la DOC Rioja, pero ambas bodegas tienen explotaciones tanto en Rueda como en Ribera de Duero).

CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES

Esta investigación contribuye a los estudios de las transiciones de sostenibilidad a través de la aplicación de uno de sus enfoques teóricos, la perspectiva multinivel, a un caso de estudio dentro del sector agroalimentario. Este es un campo que presenta un recorrido particularmente amplio, pero cuyos procesos de transición no han contado con tanta atención, comparado con otros sectores, como por ejemplo, la energía o el transporte. Aunque las DO de Castillay León que conforman el caso de estudio han recibido bastante atención académica, hasta la fecha y dentro de mi conocimiento, no han sido objeto de análisis dentro del marco teórico de las transiciones.

Con relación al equilibrio entre las dimensiones de la sostenibilidad como segundo objetivo general de esta tesis, he atendido especialmente a que la dimensión social estuviera representada con claridad, otorgándole un protagonismo equilibrado respecto a las otras dos dimensiones. De esta forma, he tenido en cuenta las advertencias de la literatura académica sobre el sesgo hacia el medioambiente que presentan un gran número de artículos de investigación (Casini, Cavicchi, Corsi, & Santini, 2010; De Bernardi & Pedrini, 2020). Cabe añadir que existen otros aspectos relativos a la parte social que pueden explorarse en mayor profundidad de la que les ha correspondido en esta tesis, donde me he centrado en los aspectos laborales y en la salud, com por ejemplo, el aspecto de la diversidad.

En cuanto a los objetivos específicos, los he tenido en cuenta de la siguiente forma:

- En mi estudio, he argumentado que los actores que más se inclinan por la calidad en su versión más estricta son más proclives a las justificaciones verdes y cívicas en su discurso sobre iniciativas sostenibles. En este sentido, pueden ser foco de aceleración

en los casos antes mencionados, bien como impulsores, ejerciendo un efecto de tracción, bien influyendo en las estructuras institucionales para impulsar cambios desde esa esfera. En el resto de los casos, el conflicto no ha entrado aún en una fase de compromiso previo a una estabilidad, sino que se persiste en acudir a las justificaciones comerciales, y se sigue dando prevalencia, por lo tanto, a la parte económica para evitar el dilema.

- La perspectiva multinivel me ha permitido caracterizar las Denominaciones de Origen como un sistema, donde los actores entrevistados forman parte del régimen establecido y cuyas iniciativas pueden considerarse una medida de su respuesta a las influencias del paisaje y, en algunos casos, de determinadas innovaciones de nicho. Algunos elementos de las iniciativas sostenibles que llegan desde “abajo”, es decir, desde el nivel de nicho, como en su día el vino ecológico y en la actualidad el vino natural, se han ido adoptando, aunque de forma más mitigada, lo que justifica caracterizar la actual trayectoria del sistema como una transformación.
- He situado a los diferentes actores en función de su discurso, argumentando que el concepto de sostenibilidad debe basarse en una rearticulación del consenso basado en la calidad, para incluir la sostenibilidad. Las convenciones ecológicas, cívicas, comerciales e industriales tienen que estar y encontrar un equilibrio para lograr una transición efectiva hacia la sostenibilidad. En algunos casos, es en el marco de las convenciones domésticas donde puede encontrarse un nivel de compromiso que permitiría avanzar hacia una transición. Manejar la transmisión de conocimientos, como forma de respecto a la tradición y aprovechar la tecnología para valorar la herencia recibida, mejorarla e innovar buscando nuevas aplicaciones.

- Por último, el hecho de realizar el análisis al nivel de la DO, permite también poner de relieve un aspecto por el que la perspectiva multinivel ha recibido críticas y es la ausencia de espacio geográfico. Las Denominaciones de Origen están basadas en el territorio donde se asientan, pero reciben la influencia de otros sistemas sociotécnicos, por ejemplo, espacialmente “contiguos” –por así decirlo–, como pueden ser el resto de denominaciones, o incluso entre un sistema de denominaciones como el español y el sistema de denominaciones francés. Una prueba de esta influencia es la elección de determinados tipos de uva más “comerciales” frente a otros, lo que motivó en su día el abandono del cultivo de variedades autóctonas por otras más comerciales, sin que realmente estuvieran mejor adaptadas a las características climáticas y ambientales de la zona de cultivo.

8.1. Limitaciones

En esta tesis, uno de los objetivos era analizar los cambios que se están produciendo en el sector del vino, concretamente en el seno de las denominaciones de origen estudiadas, para ver cuál es la trayectoria de su transición. Esto presenta algunas limitaciones:

- Se trata del análisis de un proceso en curso, por lo que las conclusiones aquí expuestas no pueden tener un valor predictivo, dadas las múltiples influencias tanto internas al sistema sociotécnico del caso de estudio (el juego de los actores), como por futuras evoluciones del paisaje (cambios bruscos del clima, sequías prolongadas), o los ya familiares –por desgracia- “cisnes negros”, entre los que ya podemos incluir la reciente pandemia de COVID-19. No se pueden descartar por lo tanto, cambios disruptivos que impidan o desvíen el modelo de trayectoria identificado.

- La transición hacia modelos más sostenibles carece de referencias concretas o modelos “ideales” hacia los que orientarse. Puede ocurrir que medidas destinadas a incrementar la sostenibilidad tengan efectos de rebote indeseados e impredecibles. En esta tesis, se parte como premisa de que el sistema actual no es sostenible en el largo plazo, debido a las razones expuestas en el primer capítulo, así como las referenciadas en el Capítulo 6 sobre el caso de estudio. Pero, aunque no es posible determinar con exactitud hacia dónde dirigir el cambio, sí lo es tratar de alinear esfuerzos e iniciativas. Esto incluye, necesariamente, estudiar e implicar a la demanda y fomentar la transmisión de conocimiento entre los distintos grupos, tanto en la producción como en el consumo.
- La inclusión de la demanda sería otra de las limitaciones de la presente tesis. La transición hacia la sostenibilidad requiere cambios fundamentales en los procesos sociales, pero no solo en las formas de producción, objeto principal de análisis en esta investigación, sino también en las del consumo de productos y servicios. Como se indicaba en la discusión de resultados (Capítulo 7), los grupos de actores relacionados con la producción y elaboración vuelven siempre a la necesidad de establecer un consenso con el consumidor, en el sentido de alinear la oferta a la demanda. Al haberme centrado en la parte productiva del sistema sociotécnico del vino, como describía en la Figura 18 del Capítulo 4, y tal como se ha expuesto en los resultados y en la conclusión, no he podido aportar la visión desde la parte del consumidor, que ejerce una influencia decisiva en la adopción de iniciativas sostenibles. La información relativa al consumo se ha obtenido de forma indirecta y está intermediada por la percepción de los actores pertenecientes a otros grupos. Al haber quedado fuera del análisis, limita el alcance de esta investigación. Siguen siendo necesarios más esfuerzos para conceptualizar las

interacciones entre el consumo y la producción (Laakso, Aro, Heiskanen, & Kaljonen, 2021) para determinar las dependencias del contexto que mediatizan el concepto de sostenibilidad del consumidor. Por ejemplo, para determinar qué significados maneja con relación a la sostenibilidad en el vino, que pueden ser diferentes a los que asocia en otros productos. La imagen del vino y los aspectos culturales que trae consigo pueden ejercer una influencia decisiva.

8.2. Recomendaciones

En esta tesis, se trae a colación en varios puntos la existencia de programas de sostenibilidad. Estos plantean conjuntos de iniciativas, lo que sin duda es un hecho muy positivo, puesto que ofrecen un marco de actuación con una serie de medidas y unos objetivos concretos en todas las dimensiones del concepto. En esta investigación se han mencionado dos de ellos, la WfCP de la FEV y la IWCA de las Bodegas Torres y Jackson Family Wines, el primero de alcance nacional y el segundo, internacional, pero que de momento cuentan con pocas adhesiones. Antes aún de haberse configurado como una referencia en la adopción de iniciativas sostenibles, su confluencia amenaza con diluir y desmerecer sus esfuerzos. Frente a estándares o normas internacionales, la ventaja que presentan los programas, como se apuntaba en la revisión de la literatura, es la capacidad de adaptarse a nivel local. El problema consiste en que, si su funcionamiento es demasiado restrictivo o costoso, generarán una sensación de exclusividad y no conseguirán la aceptación general. Como se sugería en el apartado de la presentación de resultados, donde se discute el papel de la DO, vuelvo a señalar que, puesto que las DO poseen capacidad certificadora, sería quizá acertado crear programas de sostenibilidad al nivel de cada DO, que pudieran ser adaptados a la realidad local de cada una, teniendo en cuenta la

convivencia creciente de pequeños y grandes. Las DO han generado prestigio y credibilidad en torno al concepto de calidad, en cuyos atributos bien pueden incluir ahora los aspectos sostenibles, quizá con una adhesión en varios niveles que permita a cada uno de los actores encontrar el ritmo más adecuado a sus características y modelo de negocio, y sin poner en peligro su existencia.

Sostengo que, más temprano que tarde, las DO tendrán que considerar revalorizar y repristinar sus funciones actuales, dado que, si bien han conseguido una imagen y una reputación bien establecidas para sus miembros, ahora se les reprocha rigidez en sus normas y una representatividad de sus asociados no exenta de problemática. Por parte de la comunidad académica ya se ha avisado del peligro que supone la proliferación de estas figuras de denominación de origen. La propia estrategia de calidad se ve amenazada por la generalización de productos con esa identificación, que podrían diluir su reputación y, en consecuencia, provocar una pérdida de confianza o el desinterés de los consumidores (Llobregat Hurtado, 2002).

Por último, me gustaría hacer constar la falta de información estandarizada acerca de la evolución de las iniciativas sostenibles en el sector. La superficie de viñedo ecológico no parece un indicador lo suficientemente amplio y significativo. La emisión de CO₂, aunque es uno de los indicadores más usados y demandados, tiene el problema del alcance de su medición a la hora de calcular la huella de una actividad (en el caso de las bodegas, si se calcula solamente hasta que el vino sale de la bodega o bien hasta que llega al consumidor, por ejemplo, las diferencias serían sustanciales). Es necesario ir incluyendo nuevos indicadores y las DO podrían ser el lugar indicado para establecer dichos programas locales, de tal forma que puedan fomentar y dar cabida no solo a las medidas generales

procedentes de las políticas y marcos regulatorios, sino también a las iniciativas de las propias bodegas desde sus circunstancias particulares.

8.3. Futuras líneas de investigación

De las limitaciones mencionadas extraigo la primera posible línea de investigación, centrada en la construcción del concepto de sostenibilidad en el consumidor con relación al vino. ¿Es percibido como una amenaza a la calidad, como algo superfluo, como algo prescindible, la sostenibilidad en algún momento va a sustituir a la calidad como criterio? Igual que hay que acelerar el cambio del modelo productivo, por ejemplo, mediante la transmisión del conocimiento entre los actores que lo componen, también hay que favorecer e instruir la creación de una demanda.

Otra posible línea de investigación sería continuar explorando la influencia de la actividad del nicho en los actores del régimen. Es interesante observar que bajo las IGP, muchos actores del régimen han configurado su propio espacio de innovación. Mantienen una parte de su producción fuera de la DO, pero dentro de una IGP. De esta forma, pueden utilizar variedades no permitidas en la DO, cambiar el diseño enológico y experimentar con otras variedades, y tienen más independencia porque no están bajo el reglamento estricto del Consejo Regulador.

Una tercera línea de investigación complementaria al estudio de la interacción entre calidad y sostenibilidad, sería emplear la perspectiva multinivel para el estudio de la producción de vino a granel. En este caso, se estudiaría un sistema donde la producción gira en torno a la estandarización y al precio. La producción industrializada presenta también muchos problemas de sostenibilidad y no parece fácil encontrar trayectorias de transición cuando el modelo de negocio está basado en el crecimiento.

Por último, tal como se apuntaba en la revisión de la bibliografía, se ha advertido de la escasez de estudios que se centren en la dimensión social de la sostenibilidad en el sector del vino. Esta área de estudio presenta un amplio campo de investigación, del que indico dos que pueden ser especialmente fructíferos:

- Enoturismo y sostenibilidad: En el caso de España, el turismo constituye un sector de gran importancia económica. Por otro lado, sirve para la difusión de la imagen cultural del país. “Ir de vinos es una de las mejores formas de conocer España” (ACEVIN, s.f.). En España, como en otros lugares de Europa, existe un creciente interés en las zonas vinícolas por fomentar las visitas turísticas que puedan dar a conocer mejor el producto, ligándolo a experiencias culturales. Este interés se ha materializado en la creación de las denominadas Rutas del Vino que pretenden “generar experiencias memorables para los viajeros que buscan un nuevo concepto de turismo basado en la cultura del vino” (RVE, s.f.). Desde el punto de vista académico, cada vez son más los estudios que relacionan enoturismo con sostenibilidad. Ahora bien, mantienen el sesgo generalizado de anteponer la sostenibilidad económica a la medioambiental y como aspecto social, suelen nombrar la fijación de población en el medio rural. En mi opinión, es un campo donde hacen falta análisis más rigurosos y detallados de esta conexión y sus posibilidades.
- Diversidad: Como ya se indicaba en el Capítulo 3, y se ha puesto de manifiesto en el discurso de algunos actores en el transcurso de la investigación, cada vez hay más mujeres en el lado productivo, pero no se visibiliza su actividad ni su influencia de forma suficiente. Es necesario también estudiar cómo está evolucionando su papel en la configuración actual del sector.

Por una feliz coincidencia, esta tesis termina de escribirse en el año en que la Ribera del Duero festeja el 40º aniversario de su creación. Espero humildemente que este trabajo sirva para aportar un granito de arena más al esfuerzo por acelerar la entrada de modelos más sostenibles que garanticen su continuidad, la de su denominación “hermana”, y la del vino en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC. (18 de octubre de 2021). La Guardia Civil libera a 14 víctimas de trata captadas para la vendimia en Burgos. *ABC*. Recuperado el 1 de diciembre de 2021, de https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-guardia-civil-libera-14-victimas-trata-captadas-para-vendimia-burgos-202110181259_noticia.html
- ACEVIN. (s.f.). *La magia de las ciudades del vino de España*. Obtenido de [acevin.es](https://www.acevin.es/): <https://www.acevin.es/>
- AFI. (2020). *Importancia económica y social del sector vitivinícola en España*. Madrid: OIVE. Obtenido de <https://www.interprofesionaldelvino.es/publicaciones/informes-importancia-sector/nacional/>
- Agencia Europea del Medio Ambiente. (3 de agosto de 2021). *Transiciones hacia la Sostenibilidad. Introducción*. Recuperado el 17 de enero de 2022, de <https://www.eea.europa.eu/>: <https://www.eea.europa.eu/es/themes/transiciones-hacia-la-sostenibilidad/intro>
- Agrobio. (2 de febrero de 2022). *Agrobio. Agricultura ecológica: o qué es?* Obtenido de <https://agrobio.pt/agricultura-biologica/o-que-e/>
- Albisu-Aguado, L., & Zeballos, M. (2014). Consumo de vino en España. Tendencias y comportamiento del consumidor. En R. Compés, & J. Castillo (Edits.), *La economía del vino en España y en el mundo* (págs. 261-310). Almería: Cajamar Cajarural.
- Alley, L. (12 de febrero de 2007). Researchers Uncover Identity of Historic California Grape. *Wine Spectator Online*. Obtenido de <https://www.winespectator.com/articles/researchers-uncover-identity-of-historic-california-grape-3412>
- Alonso González, P., & Parga-Dans, E. (2020). Natural wine: do consumers know what it is, and how natural it really is?. *Journal of Cleaner Production*, 251. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119635>
- Alonso González, P., Parga-Dans, E., & Luzardo, O. P. (2021). Big sales, no carrots: assessment of pesticide policy in Spain. *Crop Protection*, 141. doi:[10.1016/j.cropro.2020.105428](https://doi.org/10.1016/j.cropro.2020.105428)

- Alonso-González, A. (21 de enero de 2019). Comunicación personal. Valladolid.
- Alonso-González, P., Parga-Dans, E., & Fuentes-Fernández, R. (2022). Certification of Natural Wine: Policy Controversies and Future Prospects. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 33. doi:10.3389/fsufs.2022.875427
- Annunziata, E., Pucci, T., Frey, M., & Zanni, L. (2018). The role of organizational capabilities in attaining corporate sustainability practices and economic performance: Evidence from Italian wine industry. *Journal of Cleaner Production*, 171, 1300-1311.
- Aparicio, J., Sánchez, J., Alonso, J., & Rodero, V. (2008). La Ribera del Duero, geografía de un medio innovador en torno a la vitivinicultura. *Scripta Nova-Revista Electrónica De Geografía Y Ciencias Sociales*, 12. doi:DOI:10.1344/SN2008.12.1422
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>
- Asenjo, J. (6 de diciembre de 2018). Memoria del vino europeo: 1850-1945. *El Mundo. Metrópoli*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/metropoli/elmundovino/2018/12/06/5c096a6efc6c83b3538b459f.html>
- Ashenfelter, O., & Storchmann, K. (2016). Climate Change and Wine: A Review of the Economic Implications. *Journal of Wine Economics*, 11(1), págs. 105-138. doi:doi:10.1017/jwe.2016.5
- Atkin, T., & Sutanonpaiboon, J. (2007). A Multinational Study of Gender Wine Preferences. *Conference of the International Decision Sciences Institute (DSI)*. Obtenido de gebrc.nccu.edu.tw/proceedings/APDSI/2007/papers/
- Atkin, T., Gilinsky, A., & Newton, S. (2012). Environmental strategy: Does it lead to competitive advantage in the US wine industry? *International Journal of Wine Business Research*, 24 (2), 115-133. doi:<https://doi.org/10.1108/17511061211238911>

- Ayuda, M.-I., Esteban, E., Martín-Retortillo, M., & Pinilla, V. (2020). The Blue Water Footprint of the Spanish Wine Industry: 1935–2015,. *Water*, 12(7). doi:<https://doi.org/10.3390/w12071872>
- Baiano, A. (2021). An Overview on Sustainability in the Wine Production Chain. *Beverages*, 7(1), 15. doi:<https://doi.org/10.3390/beverages7010015>
- Barco, E., Navarro, M., & Pinillos, M. (2007). Estrategias de diferenciación versus estrategias de tamaño. El caso de la DOCa Rioja. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 215-216, 13-45. doi:10.22004/ag.econ.167694
- Barondeau, R. (2015). *La collaboration wiki : critiques, justifications et perspectives : le cas du nouveau Centre hospitalier de l'Université de Montréal (CHUM)*. Tesis doctoral. Québec: Université du Québec.
- Barrère, C. (2007). The genesis, evolution and crisis of an institution: the Protected Designation of Origin in Wine Markets. *Journal of Institutional Economics*, 3(2), 165-181. doi:doi:10.1017/S1744137407000628
- Bazzani, C., Capitello, R., Ricci, E., Scarpa, R., & Begalli, D. (2020). Nutritional Knowledge and Health Consciousness: Do They Affect Consumer Wine Choices? Evidence from a Survey in Italy. *Nutrients*, 12(1). doi:<https://doi.org/10.3390/nu12010084>
- BBVA. (1 de abril de 2022). *El viñedo ecológico sigue ganando terreno: respetuoso con el planeta sin perder calidad*. Obtenido de Alimentación - Agricultura Sostenible: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/el-vinedo-ecologico-sigue-ganando-terreno-respetuoso-con-el-planeta-sin-perder-calidad/>
- Bell, J., & Waters, S. (2014). *Doing your Research Project* (6ª ed.). Londres: McGraw-Hill.
- Beltrán Lloris, M. (2021). Ánforas romanas y contenidos. Notas historiográficas. *Roman Amphora Contents: Reflecting on the Maritime Trade of Foodstuffs in Antiquity (In honour of Miguel Beltrán Lloris): Proceedings of the Roman Amphora Contents International Interactive Conference (RACIIC)(Cadiz, 5-7 October 2015)* (págs. 7-27). Cádiz: Archaeopress Publishing Ltd. Obtenido de https://www.academia.edu/download/77266299/Anforas_romanas_y_contenidos._Notas_historiograficas_copia.pdf

- Berg, B. L. (2001). *Qualitative research methods for Social Sciences* (4 ed.). Needham Heights: Allyn&Bacon.
- Bernabéu, R. (2008). Preferencias del consumidor y reclamos para la aceptación del vino ecológico. *Conferencia Internacional Producción Vitivinícola Ecológica y Sostenible, "EcoSostenibleWine"*. Barcelona.
- Blok, A., & Meilvang, M. L. (2015). Picturing Urban Green Attachments: Civic Activists Moving between Familiar and Public Engagements in the City. *Sociology*, 49(1), 19–37. doi:<https://doi.org/10.1177/0038038514532038>
- BOE. (2 de diciembre de 1970). *Ley 25/1970, de 2 de diciembre, de Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes*. Recuperado el 6 de abril de 2022, de Vlex: https://vlex.es/vid/ley-estatuto-via-vino-alcoholes-442008238#section_10
- BOE. (11 de julio de 2003). Ley de la Viña y el Vino. 165, páginas 27165 a 27179. (BOE, Ed.) Madrid: Boletín Oficial del Estado. Obtenido de Boletín Oficial del Estado: <https://www.boe.es/eli/es/l/2003/07/10/24>
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.
- Boltanski, L., & Thévenot, L. ([1991] 2006). *On Justification: Economies of Worth*. (C. Porter, Trad.) Princeton&Oxford: Princeton University Press.
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (1999). The Sociology of Critical Capacity. *European Journal of Social Theory*, 2(3), 359–377.
- Borneman, A. R., Schmidt, A., & Pretorius, I. S. (2013). At the cutting-edge of grape and wine biotechnology. *Trends in Genetics*, 29 (4), págs. 263-271. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tig.2012.10.014>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, 1979. (R. Nice, Trad.) Cambridge , Massachussets: Harvard University Press.
- Boza-López, J. (2010). Dieta mediterránea y salud. *Anales de la Real Academia de Ciencias Veterinarias de Andalucía Oriental*, 23, págs. 181-218. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3980059.pdf>
- Breviglieri, M., & Stavo-Debaugé, J. (1999). Le geste pragmatique de la sociologie française. Autour des travaux de Luc Boltanski et Laurent Thévenot. *Antropolítica Revista Contemporânea de Antropologia*, 7, 7-22. Obtenido de [ffhal-03248160f](https://doi.org/10.1590/1981-2857-03248160f)

- Brun, J.-P. (2015). Los usos antiguos de los productos de la viña y el olivo y sus implicaciones arqueológicas. *Anales de Prehistoria y Arqueología*, 19–35.
Obtenido de Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/apa/article/view/229931>
- Caballero, N. (15 de 9 de 2018). El río Duero marca la diferencia. *El Norte de Castilla*.
Obtenido de <https://www.elnortedecastilla.es/de gustacastillayleon/castillayleondevinos/duero-marca-diferencia-20180915144019-nt.html#vca=modulos&vso=elnortedecastilla&vmc=lo-mas-leido&vli=degustacastillayleon/castillayleondevinos>
- Cáceres, M. I., Vasco, M. P., Sánchez, M. B., & Botello, M. D. (2020). Revisión de los efectos beneficiosos/perjudiciales que aporta la ingesta de vino a los pacientes con diabetes. In *XLI Jornadas de Viticultura y Enología de la Tierra de Barros/ I Congreso Agroalimentario de Extremadura* (págs. 143-191). Centro Universitario Santa Ana.
- Caletrio, J. (2015). Transition Studies. *Mobile Lives Forum*. Obtenido de <http://en.forumviesmobiles.org/marks/transition-studies-2839>
- Campillo Díaz, L. (2017). La traducción histórica de los vinos españoles en las obras de Shakespeare. (UAB, Ed.) *1611: Revista de Historia de la Traducción*(11).
Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/187463>
- Cañizares-Ruiz, M. C., & Ruiz-Pulpón, Á. R. (2020). Paisajes del viñedo, turismo y sostenibilidad: interrelaciones teóricas y aplicadas. *Investigaciones Geográficas*(74), 9-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/176/17667970001/17667970001.pdf>
- Capitello, R., & Sirieix, L. (2019). Consumers' Perceptions of Sustainable Wine: An Exploratory Study in France and Italy. *Economies*, 2.
doi:<https://doi.org/10.3390/economies7020033>
- Capitello, R., & Sirieix, L. (2020). What does "sustainable wine" mean: An investigation of French and Italian wine consumers. En S. Forbes y otros (Eds.), *Social Sustainability in the Global Wine Industry* (págs. 137-154). ebook: Palgrave Macmillan. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-030-30413-3>

- Cardoso, A. B. (2018). Vinho Verde – um “vinho diferente” para a Europa e para o mundo. En *The overarching issues of the European space: preparing the new decade for key socio-economic and environmental challenges* (págs. 234-246). Oporto: Fac. Letras de la Universidad de OPorto. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10216/119431>
- Casini, L., Cavicchi, A., Corsi, A., & Santini, C. (2010). Hopelessly devoted to sustainability: marketing challenges to face in the wine business. *119th EAAE Seminar ‘Sustainability in the Food Sector: Rethinking the Relationship between the Agro-Food System and the Natural, Social, Economic and Institutional Environments*. Capri. Obtenido de http://www.academia.edu/398135/Hopelessly_Devoted_to_Sustainability_Marketing_Challenges_to_Face_In_the_Wine_Business
- Castellini, A., Mauracher, C., & Troiano, S. (2017). An overview of the biodynamic wine sector. *International Journal of Wine Research*, 9, 1-11.
doi:10.2147/IJWR.S69126.
- Castex, V., Morán-Tejeda, E., & Beniston, M. (2015). Water availability, use and governance in the wine producing region of Mendoza, Argentina. *Environmental Science & Policy*, 48, págs. 1-8. doi:<https://doi.org/10.1016/j.envsci.2014.12.008>
- Celestino-Pérez, S., & Blánquez-Pérez, J. (2013). A new interpretation of vine and wine archeology. En S. Celestino-Pérez, & J. Blánquez-Pérez (Edits.), *Patrimonio cultural de la vid y el vino* (págs. 87-102). Madrid: UAM Ediciones.
- CERCV. (2021). *El sector en cifras: Producción (2020-2021)*. Recuperado el 1 de 12 de 2021, de <https://vinosdo.wine/> : <https://vinosdo.wine/sala-de-prensa/el-sector-en-cifras/>
- Cerdà, A., & Rodrigo-Comino, J. (2021). Regional Farmers’ Perception and Societal Issues in Vineyards Affected by High Erosion Rates. *Land*, 10(2), 205.
doi:<https://doi.org/10.3390/land10020205>
- Charmaz, K. (2004). Premises, principles, and practices in qualitative research: Revisiting the foundations. *Qualitative Health Research*, 14(7), 976-993.
- Charters, S. (2006). *Wine and Society: The cultural and social context of a drink*. Oxford: Elsevier.

- Charters, S. (2006). *Wine and Society: The Social and Cultural Context of a Drink*. Oxford, Burlington: Elsevier.
- Christ, K. (2014). Water management accounting and the wine supply chain: Empirical evidence from Australia. *British Accounting Review*, 46(4), 379-396.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.10.003>
- Christ, K. L., & Burritt, R. L. (2013). Critical environmental concerns in wine production: an integrative review. *Journal of Cleaner Production*, 53, 232-242.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.04.007>
- Clemente-Ricolfe, J.-S., Esteve-Menada, C., & Pozo-Rubio, S. (2020). Comprendiendo a los consumidores de vino según sus motivaciones: el caso de la generación millennial en España. *RIVAR*, 7(21), 1-12.
doi:<https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4621>
- Climent-López, E., Sánchez-Hernández, J., Canto-Fresno, C., Alonso-Santos, J., & Ramírez-García, S. (2014). Measuring quality conventions in the food industry: Applications to the wine sector in Spain. *Geoforum*, 56, 148–160.
- Comisión Europea. (28 de junio de 2007). *Council Regulation (EC) No 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products and repealing Regulation (EEC) No 2092/91*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32007R0834>
- Comisión Europea. (28 de febrero de 2011). *Preguntas parlamentarias. Respuesta del Parlamento Europeo Ref. E-000054/2011*. (Cioloş, Ed.) Recuperado el 2 de 4 de 2020, de www.europarl.europa.eu:
https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-7-2011-000054-ASW_ES.html#defl
- Comisión Europea. (15 de julio de 2021). *Commission Implementing Regulation (EU) 2021/1165 of 15 July 2021 authorising certain products and substances for use in organic production and establishing their lists (Text with EEA relevance)*. Obtenido de [eur-lex.europa.eu](https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_impl/2021/1165/oj): https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_impl/2021/1165/oj
- Comisión Europea. (13 de octubre de 2021). *The Commission publishes provisions for EU wine production 2021/22*. Agriculture and Rural Development, Bruselas.

- Obtenido de EC Europa: https://ec.europa.eu/info/news/commission-publishes-previsions-eu-wine-production-2021-22-2021-oct-12_es
- Comisión Europea. (s. f. a). *Regímenes de Calidad*. (C. Europea, Editor) Recuperado el 15 de mayo de 2022, de Web Oficial de la Unión Europea: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_es
- Comisión Europea. (s. f. b). *What is EMAS?* Obtenido de EMAS Directorate-General for Environment: <https://ec.europa.eu/environment/emas/>
- Compés-López, R., & Latorre-Carrascosa, T. (2020). Estrategias de mitigación y sostenibilidad. El caso de las certificaciones en el sector vitivinícola. *Agroalimentaria Journal-Revista Agroalimentaria*, 26(51), 301-322. doi:10.22004/ag.econ.316839
- Conkling Frederking, L. (2011). Getting to Green: Niche-driven or Government-led Entrepreneurship and Sustainability in the Wine Industry. *New England Journal of Entrepreneurship*, 14(1), 47-60.
- Consejo Regulador DO Ribera del Duero. (2022a). *Superficie de viñedo por provincias*. Obtenido de Estadísticas: <https://www.riberadelduero.es/consejo-regulador/superficie-por-provincias>
- Consejo Regulador DO Rueda. (2021). *Superficie total: variedades blancas y tintas 2017-2021*. Rueda. Recuperado el 2 de mayo de 2022, de <https://www.dorueda.com/es/general/superficie-total-variedades-blancas-y-tintas/>
- Consejo Regulador Ribera del Duero. (2022b). *Fechas de vendimia*. Obtenido de Estadísticas: <https://www.riberadelduero.es/consejo-regulador/estadisticas/fechas-de-vendimia>
- Córdoba García, R., Robledo, T., Nebot, M., Cabezas, C., Megido, M. J., Marques, F., . . . Camarrelles, F. (2007). Alcohol, vino y salud: mitos y realidades. *Atención Primaria*, 39(12), págs. 637-639. doi:DOI: 10.1157/13113953
- Cormac McGrath, P., Palmgren, J., & Liljedahl, M. (2019). Twelve tips for conducting qualitative research. *Medical Teacher*, 41(9), 1002-1006. doi:10.1080/0142159X.2018.1497149

- CRDO Rueda. (2017). *Datos vendimia 2017*. Obtenido de <https://www.dorueda.com/wp-content/uploads/2020/02/Vendimia-2017.pdf>
- Cuilhé, L., & Martínez, C. V. (2013). Vino Ecológico: comercialización en España y Francia. *Boletín Económico de ICE*(3039), 45-56. Obtenido de <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/5279/5279>
- Dainelli, F., & Daddi, T. (2019). Does an organic strategy pay? An explanatory study of the Italian wine industry . *British Food Journal*,, 10, págs. 2322-2336.
doi:<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0059>
- Darnhofer, I. (2014). Socio-technical Transitions in Farming: Key Concepts. En I. Darnhofer, G. Wilson, L. Zagata, & L. Sutherland (Edits.), *Transition pathways towards sustainability in agriculture : Case studies from Europe*. CAB International.
- De Bernardi, C., & Pedrini, M. (2020). Entrepreneurial behaviour: Getting eco-drunk by feeling environmental passion. *Journal of Cleaner Production*, 256.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120367>.
- De Diego-Ramos, G. (24 de junio de 2018). Todas las sustancias que te ponen en el vino y que no te cuentan. *El Confidencial - Alimento*. Obtenido de https://www.alimento.elconfidencial.com/nutricion/2018-06-24/aditivos-vino-quimica-sulfitos-conservantes_1582526/
- de Haan, J. H., & Rotmans, J. (2011). Patterns in transitions: Understanding complex chains of change. *Technological Forecasting and Social Change*(Issue 1), 90-102.
doi:, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2010.10.008>
- del Rey, R. (2021). *El vino “ecológico” en la recuperación del vino a nivel mundial*. Presentación, OeMV, Burgo de Osma. Recuperado el 3 de abril de 2022, de <https://www.oemv.es/presentacion-oemv-que-sabemos-de-los-mercados-del-vino-ecologico>
- Delmas, M. A., & Gergaud, O. (2021). Sustainable practices and product quality: Is there value in eco-label certification? The case of wine. *Ecological Economics*, 183.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106953>.

- Delmas, M., & Gergaud, O. (2014). Sustainable Certification for Future Generations: The Case of Family Business. *Family Business Review*, 27. doi:10.1177/0894486514538651
- Delmas, M., & Grant, L. (2008). Eco-Labeling Strategies: The Eco-Premium Puzzle In The Wine Industry. *American Association of Wine Economists > Working Papers*, 13, págs. 1-34. doi:10.22004/ag.econ.37325
- Deméter. (2 de julio de 2022). *Biodynamic wineries worldwide*. Obtenido de Demeter products: Wine: <https://demeter.net/trading-platform/wine/>
- Deméter. (s. f.). *Qué es Deméter*. Recuperado el 27 de agosto de 2021, de <https://www.demeter.es/agricultura-biodinamica/>
- Deroover, K., Siegrist, M., Brain, K. ..., McIntyre, J., & Bucher, T. (2021). A scoping review on consumer behaviour related to wine and health. *Trends in Food Science & Technology*, 112, 559-580. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.03.057>
- Deutsches Weininstitut. (s.f.). <https://www.deutscheweine.de>. Recuperado el 1 de diciembre de 2021, de Qualitätsstandards: Prädikate: <https://www.deutscheweine.de/wissen/qualitaetsstandards/praedikate/>
- Diaz-Bone, R. (2016). Convention Theory, Classification and Quantification. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 41(2), 48–71. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/43798482>
- Dlott, J., Ross, K., Jordan, A., & Birdseye, K. (2008). Environmental and Social Responsibility Issues. En L. Thach, & T. Matz (Eds.), *Wine: A Global Business* (págs. 401-416). Elmsford NJ: Miranda Press.
- DO Ribera del Duero. (30 de noviembre de 2019). *La Ribera Blanca: la nueva era de la DO Ribera del Duero se presenta en San Sebastián Gastronomika*. Obtenido de Comunicación y marca DO Ribera del Duero: Nota de prensa: <https://www.riberadelduero.es/comunicacion-y-marca/nota-de-prensa/la-ribera-blanca-la-nueva-era-de-la-do-ribera-del-duero-se>
- DO Ribera del Duero. (s.f. a). *Variedades de uva*. Obtenido de Página Oficial DO Ribera del duero: <https://www.riberadelduero.es/la-do-ribera-del-duero/variedades-de-uva>

- DO Ribera del Duero. (s.f. b). *Nuestros vinos*. Obtenido de Web Oficial de la DO Ribera del Duero: <https://www.riberadelduero.es/la-do-ribera-del-duero/nuestros-vinos>
- DO Rueda. (19 de octubre de 2019). *Pliego de condiciones de la DO Rueda*. Obtenido de Web oficial de la DO Rueda: <https://www.dorueda.com/es/crdo/legislacion/la-do-rueda/#>
- Dodds, R. (2013). Determinants of interest in eco-labelling in the Ontario wine industry. *Journal of Cleaner Production*, 52, págs. 263-271.
doi:10.1016/j.jclepro.2013.02.020.
- El Bilali, H. (2019). The Multi-Level Perspective in the Research on Sustainability Transitions in Agriculture and Food Systems: A Systematic Review. *Agriculture*, 9, pág. 74. doi:doi:10.3390/agriculture9040074
- El Mundo. (s.f.). *Mundovino*. Obtenido de Metrópoli - Mundovino:
<https://www.elmundo.es/metropoli/elmundovino.html>
- El Norte de Castilla. (5 de noviembre de 2020). Ribera del Duero y Rueda acercan sus vinos a China a través de reuniones virtuales con las bodegas. *El Norte de Castilla*. Obtenido de
<https://www.elnortedecastilla.es/degustacastillayleon/castillayleondevinos/ribera-duero-rueda-20201027175257-nt.html>
- Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. En A. Henriques, & J. Richardson (Edits.), *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up?* Londres: Routledge.
- Enjalbert, H. (1953). Comment naissent les grands crus: Bordeaux, porto, cognac: Seconde partie. *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 457-474. Obtenido de <http://www.jstor.com/stable/27578972>
- Escartín-González, E. (2004). El vino en el Islam clásico. En E. Escartín-González, *Estudio económico sobre el Tratado de Ibn Abdún. El vino y los gremios en al-Andalus antes del siglo XII*. Sevilla: Fundación El Monte. Obtenido de <https://idus.us.es/handle/11441/14905>
- España vaciada. (s.f.). *Revuelta de la España vaciada*. Obtenido de [espaavaciada.org:](https://xn--espaavaciada-dhb.org/)
<https://xn--espaavaciada-dhb.org/>
- Esteban de Íscar, M. (2015). *Evolución histórica y transformaciones recientes de la agricultura en Tierra de Medina: la especialización vitícola en la denominación*

de origen Rueda: Serrada como ejemplo. Universidad de Valladolid.

doi:10.35376/10324/16048

Estreicher, J. K. (2002). From Fermentation to Transportation: Materials in the History of Wine. *Symposium X on Frontiers of Materials Research at the 2002 Materials Research Society Spring Meeting on April 4*. San Francisco: Published online by Cambridge University Press. doi:<https://doi.org/10.1557/mrs2002.309>

European Commission. (10 de septiembre de 2019). *From Words to Action: How Can EU Policy Drive Sustainability Transitions?* Obtenido de Sustainability Transitions: <https://www.eea.europa.eu/themes/sustainability-transitions/how-can-eu-policy-drive-1/from-words-to-action-how/view>

ExtraDigital. (17 de marzo de 2022). Rueda y Ribera lanzan un plan promocional en Puerto Rico. *ExtraDigital Castilla y León*. Obtenido de <https://www.extradigital.es/rueda-y-ribera-lanzan-un-plan-promocional-en-puerto-rico-cyl/>

Falcone, G., Strano, A., Stillitano, T., De Luca, A., Iofrida, N., & Gulisano, G. (2015). Integrated Sustainability Appraisal of Wine-growing Management Systems through LCA and LCC Methodologies,. *Chemical Engineering Transactions*, 44, págs. 223-228.

FAO. (2001). *Los Mercados Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas: Japón*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/y1669s/y1669s0b.htm>

FAO. (octubre de 2009). *Glosario de Agricultura Orgánica*. . *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. Obtenido de Agricultura Orgánica - FAO: https://www.fao.org/fileadmin/templates/organicag/files/Glossary_on_Organic_Agriculture.pdf

FEDERVINI. (16 de febrero de 2022). *www.federvini.it*. Recuperado el 03 de marzo de 2022, de Cantina Italia, 70,4 milioni di ettolitri di vini e mosti in giacenza al 31 gennaio 2022: <https://www.federvini.it/studi-e-ricerche-cat/4049-cantina-italia,-70,4-milioni-di-ettolitri-di-vini-e-mosti-in-giacenza-al-31-gennaio-2022>

- Ferrer, J., Abella-Garcés, S., & Maza, M. (2020). Human resource practices and performance in small Spanish wineries, and their evolution with age and size. . *Ciência e Técnica Vitivinícola*(35), 107-119. doi:10.1051/ctv/ctv20203502107
- FEV. (mayo de 2019). *Guía para la certificación WfCP*. Obtenido de www.fev.es: http://www.fev.es/v_portal/inc/clicklink.asp?t=3&cod=4238&c=1&s=578949646
- FEV. (junio de 2022). *Sostenibilidad y responsabilidad: Wineries for climate protection: ¿Qué es WfCP*. Obtenido de www.fev.es: http://www.fev.es/sostenibilidad-medioambiental-vino/wineries-for-climate-protection/que-es-wfcp_295_1_ap.html
- Finca Torremilanos. (11 de mayo de 2021). *El clima de la Ribera del Duero*. Obtenido de <https://www.torremilanos.com/blog/clima-ribera-del-duero/>
- Fleming, A., Dowd, A., Gaillard, E., Park, S., & Howden, S. (2015). "Climate change is the least of my worries": Stress limitations on adaptive capacity. *Rural Society*, 24. doi:10.1080/10371656.2014.1001481
- Flick, U. (Ed.). (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*. Los Ángeles, Nueva Delhi, Londres, Singapur, Washington DC, Melbourne: SAGE Publications.
- Flint, D. J., & Golicic, S. L. (2009). Searching for competitive advantage through sustainability: A qualitative study in the New Zealand wine industry. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 39(10), 841-860. doi:DOI 10.1108/09600030911011441
- Flores, S. S. (2018). What is sustainability in the wine world? A cross-country analysis of wine sustainability frameworks. *Journal of Cleaner Production*, 172, 2301-2312. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.181>
- Forbes, S. L., De Silva, T.-A., & Gilinsky Jr., A. (Edits.). (2020). *Social Sustainability in the Global Wine Industry: Concepts and Cases* (Vol. ebook). Palgrave Macmillan. Obtenido de <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-30413-3>
- FUNDEU. (12 de marzo de 2019). *Lenguaje inclusivo: una breve guía sobre todo lo que está pasando*. Recuperado el 12 de marzo de 2022, de Fundación del Español Urgente: <https://www.fundeu.es/lenguaje-inclusivo/>

- Gabzdylova, B., Raffensperger, J. F., & Castka, P. (2009). Sustainability in the New Zealand wine industry: drivers, stakeholders and practices. *Journal of Cleaner Production*(17), 992–998. doi:doi:10.1016/j.jclepro.2009.02.015
- Galati, A., Schifani, G., Cresciman, M., & Migliore, G. (2019). “Natural wine” consumers and interest in label information: An analysis of willingness to pay in a new Italian wine market segment,. *Journal of Cleaner Production*, 227, págs. 405-413. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.219
- García, R. C., Robledo, T., Nebot, M., Cabezas, C., Megido, M. J., Marques, F., & Camarrelles, F. (2007). Alcohol, vino y salud: mitos y realidades. *Atención Primaria*, 39(12), págs. 637-639. doi:doi: 10.1157/13113953
- García-Casarejos, N., Gargallo, P., & Cabanes, B. (2018). Un marco teórico para delimitar el concepto de enoturismo sostenible desde un enfoque multi-nivel. *XII Congreso Internacional Terroir E3S Web of Conferences*, 50. doi:https://doi.org/10.1051/e3sconf/20185003002
- García-Cortijo, M., Ferrer, J., Castillo-Valero, J., & Pinilla, V. (2021). The Drivers of the Sustainability of Spanish Wineries: Resources and Capabilities. *Sustainability*, 13, 10171. doi:https://doi.org/10.3390/
- Gastin, D., & Schwing, M. (2008). The landscape of New & Old-World Wine. En L. Thatch, & T. Matz, *Wine: A Global Business* (2ª ed.). Nueva York: Miranda Press.
- Gbejewoh, O., Keesstra, S., & Blancquaert, E. (2021). The 3Ps (Profit, Planet, and People) of Sustainability amidst Climate Change: A South African Grape and Wine Perspective. *Sustainability*, 13(5). doi:https://doi.org/10.3390/su13052910
- Geels, F. (2002). Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: A multi-level perspective and a case-study. *Research Policy.*, 31, págs. 1257-1274. doi:10.1016/S0048-7333(02)00062-8.
- Geels, F. (2004a). Understanding system innovations: a critical literature review and a conceptual synthesis. En B. Elzen, F. W. Geels, & K. Green (Edits.), *System Innovation and the Transition to Sustainability* (págs. 19-47). Cheltenham - Northampton: Edward Elgar.

- Geels, F. (2004b). From sectoral systems of innovation to socio-technical systems: Insights about dynamics and change from sociology and institutional theory. *Research Policy*, 33(6 y 7), 897-920.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.respol.2004.01.015>.
- Geels, F. (2005). The dynamics of transitions in socio-technical systems: A multi-level analysis of the transition pathway from horse-drawn carriages to automobiles (1860–1930). *Technology Analysis & Strategic Management*, 17(4), págs. 445-476. doi:10.1080/09537320500357319
- Geels, F. (2011). The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1(1), 24-40.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2011.02.002>
- Geels, F., & Schot, J. (2007). Typology of sociotechnical transition pathways. *Research Policy*, 36(3), 399-417. doi:<https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.01.003>
- Ghvanidze, S., Velikova, N., Dodd, T. H., & Oldewage-Theron, W. (2019). Are sustainable consumers health conscious? A segmentation study of wine consumers. *Journal of Food Products Marketing*, 25(6), págs. 690-711.
- Giacomarra, M., Galati, A., Crescimanno, M., & Tinervia, S. (2016). The integration of quality and safety concerns in the wine industry: The role of third-party voluntary certifications. *Journal of Cleaner Production*(112), 267-274.
doi:10.1016/j.jclepro.2015.09.026.
- Gil, A. (2 de febrero de 2022). La Eurocámara 'indulta' al vino al no vincular el riesgo de cáncer con todo consumo de alcohol. *El Diario*. Obtenido de https://www.eldiario.es/sociedad/eurocamara-indulta-vino-no-vincular-riesgo-cancer-consumo-alcohol_1_8747902.html
- Gilinsky, A., Newton, S. K., & Fuentes Vega, R. (2016). Sustainability in the Global Wine Industry: Concepts and Cases. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 37-49. doi:<https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.006>.
- Gilinsky, J. A., Newton, S., Atkin, T., Santini, C., Cavicchi, A., Casas, A., & Huertas, R. (2015). Perceived efficacy of sustainability strategies in the US, Italian, and Spanish wine industries: A comparative study. *International Journal of Wine*

- Business Research*, 27(3), 164-181. doi:<https://doi.org/10.1108/IJWBR-10-2014-0047>
- Giulianotti, R., & Langseth, T. (2016). Justifying the Civic Interest in Sport: Boltanski and Thevenot, the six worlds of justification, and hosting the Olympic Games. *European Journal for Sport and Society*. . Obtenido de: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10>
- Golicic, S. (2021). Changes in sustainability in the global wine industry. *International Journal of Wine Business Research*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJWBR-03-2021-0021>
- González-San José, M. L. (2017). Enoturismo y entornos sostenibles. *Arbor*, 193 (785). doi:<https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3005>
- González-San José, M. L., Gómez-Miguel, V., & Sotés, V. (2017). La Cultura del Vino, motor del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas. *40th World Congress of Vine and Wine - BIO Web Conf*, 9 04003, 9. doi:<https://doi.org/10.1051/bioconf/20170904003>
- Hannah, L., Roehrdanz, P. R., Ikegami, M., Shepard, A. V., Shaw, M. R., Tabor, G., . . . Hijmans, R. J. (2013). Climate change, wine, and conservation. *PNAS, Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*, 110(17), 6907-6912 . doi:<https://doi.org/10.1073/pnas.1210127110>
- Henriques, A., & Richardson, J. (Edits.). (2004). *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up*. Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781849773348>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ª ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hinrichs, C. (2014). Transitions to sustainability: A change in thinking about food systems change? *Agric. Hum. Values*, 31, págs. 143-155.
- Hoekstra, Arjen & Water Footprint Network. (2017). *Product Gallery*. Obtenido de The Water Footprint Network: <https://waterfootprint.org/en/resources/interactive-tools/product-gallery/>
- Hoffman, M., Hillis, V., & Lubell, M. (2014). Linking knowledge and action through mental models of sustainable agriculture. *Proceedings of the National Academy of*

- Sciences PNAS*, 111(36), 13016-13021.
doi:<https://doi.org/10.1073/pnas.1400435111>
- Hoffman, M., Lubell, M., & Hillis, V. (2011). Defining Sustainable Viticulture from the Practitioner Perspective. *Practical Winery & Vineyard Journal*, 1-5. Obtenido de <http://works.bepress.com/vicken-hillis/14/>
- Ho-Lim, K., & Reed, M. (2020). Do ecolabels cheapen wines? *Journal of Cleaner Production*, 245. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118696>.
- Huetz de Lempis, A. (1962). Deux vignobles de masse : Algérie et Argentine [note critique]. *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 15(57), 85-88. Obtenido de https://www.persee.fr/doc/caoum_0373-5834_1962_num_15_57_2237
- Huetz de Lempis, A. (2000). La résurrection des vignobles du Duero en Espagne / The revival of the Duero vineyards in Spain. *Annales de Géographie*, 109e Année(614/615), 488-504. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/23455762>
- Iannone, R., Miranda, S., Riemma, S., & De Marco, I. (2016). Improving environmental performances in wine production by a life cycle assessment analysis. *Journal of Cleaner Production*, 111, 172-180.
- IFOAM. (18 de mayo de 2020). *IFOAM Organic Family Standards*. Obtenido de IFOAM.bio: https://www.ifoam.bio/sites/default/files/2020-05/familyframe_web_0.pdf
- INFORMA. (s.f.). *Información de empresas*. Recuperado el 14 de febrero de 2020, de www.informa.es: <https://www.informa.es/>
- Inglis, D. (2019). Wine Globalization: Longer-Term Dynamics and Contemporary Patterns. En D. Inglis, & A.-M. Almila (Edits.), *The Globalization of Wine* (págs. 21-46). London: Bloomsbury.
- Íñiguez-Rueda, L. (1999). Investigación y evaluación cualitativa: bases teóricas y conceptuales. *Atención Primaria*, 8, págs. 453-508.
- IPW. (s. f.). *The Integrated Production of Wine Scheme*. Recuperado el 2 de 11 de 2021, de www.ipw.co.za: <https://www.ipw.co.za/index.php>
- ISO. (2016). *ISO 14021:2016(es). Etiquetas y declaraciones ambientales*. Obtenido de www.iso.org: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:14021:ed-2:v1:es>
- ISO. (s. f. a). *Standards*. Obtenido de www.iso.org: <https://www.iso.org/standards.html>

- ISO. (s. f. b). *Social responsibility: discovering 26000*. Obtenido de www.iso.org:
<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:pub:PUB100258>
- IWCA. (s.f.). *International Wineries for Climate Action: Our Story*. Recuperado el 2 de junio de 2022, de [iwcawine](http://iwcawine.org): <https://www.iwcawine.org/about>
- Jacquemain, M. (2001). *Les cités et les mondes: le modèle de la justification chez Boltanski et Thévenot*. Recuperado el 5 de mayo de 2022, de orbi.uliege.be:
<https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/90443/1/Les%20cit%C3%A9s%20et%20les%20mondes%20de%20Luc%20Boltanski.pdf>
- Janssen, M., Schäufele, I., & Zander, K. (2020). Target groups for organic wine: The importance of segmentation analysis. *Food Quality and Preference*.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103785>
- Johnston, P., Everard, M., Santillo, D., & Robert, K.-H. (2007). Reclaiming the Definition of Sustainability. *Environmental science and pollution research international.*, 14(1), 60-66. doi:<http://dx.doi.org/10.1065/espr2007.01.375>
- Jones, G. V., & Webb, L. B. (2010). Climate Change, Viticulture, and Wine: Challenges and Opportunities. *Journal of Wine Research*, 21(2-3), 103-106.
doi:[10.1080/09571264.2010.530091](https://doi.org/10.1080/09571264.2010.530091)
- Jones, G., White, M., Cooper, O., & et al. (2005). Climate Change and Global Wine Quality. *Climatic Change*, 73, págs. 319–343. doi:<https://doi.org/10.1007/s10584-005-4704-2>
- Karanikolas, P., Vlahos, G., & Sutherland, L. A. (2015). Utilizing the multi-level perspective in empirical field research: Methodological considerations. En L. Sutherland, I. Darnhofer, G. Wilson, & L. Zagata (Edits.), *Transition Pathways towards Sustainability in Agriculture: Case Studies from Europe* (págs. 51-66). Wallingford-Boston: CABI.
- Kemp, R., Schot, J., & Hoogma, R. (1998). Regime shifts to sustainability through processes of niche formation: The approach of strategic niche management. *Technology Analysis & Strategic Management*, 10(2), 175-198.
doi:[10.1080/09537329808524310](https://doi.org/10.1080/09537329808524310)
- Klohr, B., Fleuchaus, R., & Theuvsen, L. (2013). Sustainability: Implementation programs and communication in the leading wine producing countries.

- Proceedings of the 7th International Conference of the Academy of Wine Business Research (AWBR)*. St. Catherines, Canada. Obtenido de http://www.fairchoice.info/wp-content/uploads/Klohr_Sustainability-Implementation-programs-and-communication-in-the-leading-wine-producing-countries_revised.pdf
- Knox, S., & Burkard, A. W. (2009). Qualitative research interviews,. *Psychotherapy Research*, 19(4-5), 566-575. doi:DOI: 10.1080/10503300802702105
- Köhler, J., Geel, F., Kern, F., Markard, J., Onsongo, E., Wieczorek, A., . . . Wells, P. (2019). An agenda for sustainability transitions research: State of the art. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 31, págs. 1-32. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2019.01.004>.
- Kvale, S. (1994). Ten standard Objections to Qualitative Research Interviews. *Journal of Phenomenological Psychology*, 25(2), 147-173.
- Kwon, W., & Constantinides, P. (2018). Ideology and Moral Reasoning: How wine was saved from the 19th century phylloxera epidemic. *Organization Studies*, 39(8), 1031–1053. doi:<https://doi.org/10.1177/0170840617708006>
- La Gaceta de Vino. (2 de junio de 2022). Abadía de Retuerta ya es vino de pago. *La Gaceta del Vino*. Obtenido de <https://lagacetadelvino.com/noticias-sobre-vino-actualidad/abadia-de-retuerta/>
- La Gaceta del Vino. (21 de julio de 2022). *Estrategia del sector vitivinícola español 2022-2027*. Obtenido de La Gaceta del Vino: <https://lagacetadelvino.com/en-portada/los-objetivos/>
- Laakso, S., Aro, R., Heiskanen, E., & Kaljonen, M. (2021). Reconfigurations in sustainability transitions: a systematic and critical review. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 17(1), 15-31. doi:10.1080/15487733.2020.1836921
- Lacoste, P. (2013). Historia del Vino en el Cono Sur de América: identidad y patrimonio. *I Jornada De Derecho Del Vino y Denominaciones De Origen*. Santiago de Chile. Obtenido de https://www.academia.edu/5328520/Historia_del_Vino_en_el_Cono_Sur_de_America_identidad_y_patrimonio?auto=citations&from=cover_page

- Lafaye, C., & Thévenot, L. (1993). Une justification écologique ? Conflits dans l'aménagement de la nature. *Revue Française de Sociologie*, 34(4), 495-524.
- Lahneman, B. (2015). In Vino Veritas: Understanding Sustainability With Environmental Certified Management Standards. *Organization & Environment*, 28(2), 160–180. doi:<https://doi.org/10.1177/1086026615578008>
- Lamuela-Raventós, R., & Andrés-Lacueva, C. (2004). El vino en la dieta mediterránea. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 54, 79-82.
- Lara, L. S. (15 de julio de 2021). Vinos de lujo, un mercado que hay que potenciar en España. *El Español*. Obtenido de https://www.elespanol.com/cocinillas/vinos/20210715/vinos-lujo-mercado-potenciar-espana/596441145_0.html
- Larreina-Díaz, M. (Julio de 2011). El vino Rioja, ¿un modelo de éxito sostenible en el futuro? *CUADERNOS DE ESTUDIOS AGROALIMENTARIOS*(2), 11-27.
- Latorre-Carrascosa, T. (2020). Estrategias de mitigación y sostenibilidad en el sector vitivinícola. El papel de las certificaciones voluntarias. *Tesis de Fin de Máster*. UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/151169>
- Latour, B. (1995). Moderniser ou écologiser. A la recherche de la Septième Cité. *Ecologie politique*, 13, 5-27. Obtenido de <https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-01719379/file/1995-latour-moderniser-ou-ecologiser.pdf>
- Lawhon, M., & Murphy, J. T. (2012). Socio-technical regimes and sustainability transitions: Insights from political ecology . *Progress in Human Geography*, 36(3), 354–378. doi:<https://doi.org/10.1177/0309132511427960>
- Le Bot, J.-M., & Philip, F. (2012). Les trames vertes urbaines, un nouveau support pour une cité verte ? *Développement durable et territoires* [, 3(2). doi:10.4000/developpementdurable.9318
- Livat, F., & Jaffré, C. (2022). Women in wine... occasionally. Gendered roles in wine industry. En S. Charters, M. Demossier, J. Dutton, G. Harding, J. Smith Maguire, D. Marks, & T. Unwin, *The Routledge Handbook of Wine and Culture* (1ª ed., págs. 320-330). Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781003034711>
- Llobregat Hurtado, M. L. (2002). Temas de Propiedad industrial. *La Ley*.

- Lockshin, L., & Corsi, A. (2012). Consumer behaviour for wine 2.0: a review since 2003 and future directions. *Wine Economics and Policy*, 1(1), págs. 2-23.
- Loorbach, D. (2010). Transition Management for Sustainable Development: A Prescriptive, Complexity-Based Governance Framework. *Governance*, 23, 161-183. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1468-0491.2009.01471.x>
- Loorbach, D., Frantzeskaki, N., & Avelino, F. (2017). Sustainability Transitions Research: Transforming Science and Practice for Societal Change. *Annual Review of Environment and Resources*, 42(1), 599-626. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev-environ-102014-021340>
- López-Sánchez, J. A. (2010). Posibilidades de desarrollo del enoturismo en la Denominación de Origen Jerez-Xerry-Sherry y manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y vinagre de Jerez. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, págs. 21-41.
- Lubell, M., Hillis, V., & Hoffman, M. (2011). Innovation, cooperation, and the perceived benefits and costs of sustainable agriculture practices. *Ecology and Society*, 16(4), 23. doi:<http://dx.doi.org/10.5751/ES-04389-160423>
- Macedo, M. (2011). Port Wine Landscape: Railroads, Phylloxera, and Agricultural Science. *Agricultural History*, 85(2), págs. 157–173. doi:<https://doi.org/10.3098/ah.2011.85.2.157>
- MacEvoy, M. (21 de febrero de 2017). *Organic 101: Organic Wine*. Obtenido de www.usda.gov: <https://www.usda.gov/media/blog/2013/01/08/organic-101-organic-wine>
- Malamud, C., & Steinberg, F. (1 de julio de 2019). El acuerdo UE-Mercosur: ¿quién gana, quién pierde y qué significa el acuerdo? *ARI*(39), 1-6. Obtenido de <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/11/ari78-2019-malamud-steinberg-acuerdo-ue-mercosur-quien-gana-quien-pierde-que-significa-elacuerdo.pdf>
- MAPA. (2015). *Encuesta de producción integrada a las Comunidades Autónomas*. Obtenido de Agricultura - Producción Integrada: <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/produccion-integrada/>

- MAPA. (31 de mayo de 2020). *Listado de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas*. Recuperado el 10 de junio de 2021, de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Alimentación-Calidad Diferenciada-DOP e IGP: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/dop-igp/>
- MAPA. (2022). *Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos – DOPs Campaña 2020-2021*. Subdirección General de Control de la Calidad Alimentaria y Laboratorios. Obtenido de <https://www.oemv.es/informe-dops-espanolas-campana-2020-21>
- Marcos, J. J., & Garrido, J. J. (16 de diciembre de 2019). La batalla del vino contra el cambio climático. *Expansión*, 20-21. Obtenido de <https://www.expansion.com/economia/2019/12/16/5df6afff468aebd0c8b467f.html>
- Mariani, A., & Vastola, A. (2015). Sustainable winegrowing: current perspectives. *International Journal of Wine Research*, 5, 37-48.
doi:<http://dx.doi.org/10.2147/IJWR.S68003>
- Markard, J., Hekkert, M., & Jacobsson, S. (2015). The technological innovation systems framework: Response to six criticisms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 76-86. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2015.07.006>.
- Markham, D. J. (s. f.). *L'histoire du classement de 1855*. Obtenido de Le Conseil des Grand Crus Classés de 1855. Médoc&Sauternes - Bordeaux: <https://gcc-1855.fr/histoire/histoireGCC1855-fr.pdf>
- Marqués de Riscal. (s.f.). *Nuestra historia*. Recuperado el 14 de enero de 2022, de Vinos de los Herederos del Marqués de Riscal: <https://www.marquesderiscal.com/nuestra-historia>
- Martins, A. A., Araújo, A. R., Graça, A., Caetano, N. S., & Mata, T. M. (2018). Towards sustainable wine: Comparison of two Portuguese wines. *Journal of Cleaner Production*, 183, 662-676.
- Martins, A., Costa, M., Araujo, A., Morgado, A., Pereira, J., Fontes, N., . . . Caetano, N. (2019). Sustainability evaluation of a Portuguese “terroir” wine. *BIO Web of*

Conferences - 41st World Congress of Vine and Wine.

doi:<https://doi.org/10.1051/bioconf/20191203017>

Maté, V. (6 de 1 de 2018). ¿Un mundo sin suficiente vino? *El País*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2018/01/03/actualidad/1514998246_709504.html#?rel=mas

Mauracher, C., Procidano, I., & Valentini, M. (2019). How Product Attributes and Consumer Characteristics Influence the WTP, Resulting in a Higher Price Premium for Organic Wine. *Sustainability*, 11(5).

doi:<https://doi.org/10.3390/su11051428>

Maykish, A., Rex, R., & Sikalidis, A. K. (2021). Organic Winemaking and Its Subsets; Biodynamic, Natural, and Clean Wine in California. *Foods*, 10(1).

doi:<https://doi.org/10.3390/foods10010127>

McDowall, W., & Geels, F. (2017). Ten challenges for computer models in transitions research: Commentary on Holtz et al. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 22, 41-49. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.07.001>

McEwan, C., & Bek, D. (2009). The political economy of alternative trade: Social and environmental certification in the South African wine industry. *Journal of Rural Studies*, 25(3), págs. 255-266. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.03.001>.

McWilliam, W., & Wesener, A. (2020). Attitudes and Behaviours of Certified Winegrowers towards the Design and Implementation of Biodiversity Farming Strategies. *Sustainability*, 13(3), 1083. doi:<https://doi.org/10.3390/su13031083>

Medina Cruz, I. (2005). *Torremilanos, cien años de historia*. Valladolid: Bodegas Peñalba López.

Merli, R., Preziosi, M., & Acampora, A. (2018). Sustainability experiences in the wine sector: Toward the development of an international indicators system. *Journal of Cleaner Production*(172), 3791-3805. doi:10.1016/j.jclepro.2017.06.129

Merriam Webster. (9 de febrero de 2021). *Merriam Webster Dictionary*. Obtenido de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/justification>

Millán, A., & Yagüe, M. (1997). Consumo de vino: Evolución y tendencias. *Distribución y consumo*, 7(32), 17-35. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/28274468_Consumo_de_vino_Evolucion_y_tendencias

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2022). *Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida Cava*. Obtenido de Alimentación. Calidad diferenciada. DOP e IGP. DOP Cava:

https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/dop-igp/htm/documentos_dop_cava.aspx

Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste. (s. f.). *Il Sistema di qualità nazionale produzione integrata (SQNPI)*. Obtenido de Rete Rurale:

<https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/24284>

Mira Caballos. (2015). Vinos y élites en la América de la Conquista. *Iberoamericana*, XV(57), págs. 7-23. Obtenido de

https://www.academia.edu/es/36567490/Vinos_y_élites_en_la_América_de_la_Conquista.pdf

Miranda-González, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio-Lacoba, S. (28 de noviembre de 2004). Clarificando el concepto de certificación: el caso español. (ICE, Ed.)

Boletín Económico ICE(2825), 1001-1016. Obtenido de

<http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/3690>

Molinero Hernando, F., & Martínez Arnáiz, M. (2020). Nuevos paisajes y nuevas formas de producción: la expansión de las empresas de servicios y de los asalariados en los espacios vitícolas del Duero. *Estudios Geográficos*, 81(289).

doi:<https://doi.org/10.3989/estgeogr.202058.058>

Moreno Arribas, M. V. (2011). *El vino*. Madrid: CSIC-Los Libros de la Catarata.

Moscovici, D., Rezwanul, R., Mihailescu, R., Gow, J., Ugaglia, A., Valenzuela, L., & Rinaldi, A. (2021). Preferences for eco certified wines in the United States.

International Journal of Wine Business Re-search, 33(2), págs. 153-175.

Mozell, M. R., & Thach, L. (2014). The impact of climate change on the global wine industry: Challenges & solutions. *Wine Economics & Policy*, 3(2), págs. 81-89.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.wep.2014.08.001>

- Mulia, P., Behura, A., & Kar, S. (2016). Categorical Imperative in Defense of Strong Sustainability. *Problemy Ekorozwoju - PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT*, 11(2), 29-36.
- Muñoz, R. M., Fernández, M. V., & Salinero, Y. (2020). Sustainability, Corporate Social Responsibility, and Performance in the Spanish Wine Sector . *Sustainability*, 13(1). doi:<https://doi.org/10.3390/su13010007>
- Muñoz-Blanco, M. (3 de noviembre de 2019). Comunicación personal. *Bodegas en ecológico en DO Rueda*.
- Muscio, A., Nardone, G., & Stasi, A. (2014). Drivers of eco-innovation in the wine industry. *IFKAD 2014: 9TH INTERNATIONAL FORUM ON KNOWLEDGE ASSET DYNAMICS: KNOWLEDGE AND MANAGEMENT MODELS FOR SUSTAINABLE GROWTH* (págs. 590-611). IKAM-INST KNOWLEDGE ASSE.
- Narro, P. (2014). *La producción integrada en la Unión Europea (Dictamen de iniciativa)*. Dictamen de iniciativa, Comité Económico y Social de la Unión Europea, Bruselas. Recuperado el 2 de junio de 2021, de https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_.2014.214.01.0008.01.SPA
- Navarra, G. d. (s. f.). *Agricultura, ganadería y medio rural: Producción integrada*. Obtenido de Gobierno de Navarra:
http://www.navarra.es/home_es/Temas/Ambito+rural/Agricultura/Produccion.htm
- Neumayer, E. (2013). *Weak versus Strong Sustainability: Exploring the Limits of Two Opposing Paradigms* (4ª edición ed.). Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing Limited.
- Nilipour, A. (2020). Introduction to Social Sustainability. En S. L. Forbes, T. A. De Silva, & A. Gilinsky Jr. (Eds.) *Social sustainability in the Global Wine Industry* (págs. 1-14). ebook: Palgrave Macmillan. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-030-30413-1>
- OeMV. (22 de julio de 2018). *10 años de evolución del vino en el mundo y en España*. Recuperado el 1 de 02 de 2022, de oemv.es: <https://oemv.es/dr/2725>
- OeMV. (2019). *Estimación del consumo de vino en España*. OIVE. Obtenido de <https://www.interprofesionaldelvino.es/publicaciones/radiograf%C3%ADa-sobre-el-consumo-de-vino/>

- OeMV. (22 de julio de 2020). *El vino duplicó su cifra de facturación en los últimos 20 años*. Observatorio Español del Mercado del Vino. Recuperado el 1 de febrero de 2022, de El vino duplicó su cifra de facturación en los últimos 20 años:
<https://oemv.es/dr/2725>
- OeMV. (31 de julio de 2021). *MAPA Estadísticas de Producción Ecológica 2020*. Obtenido de oemv.es: <https://oemv.es/mapa-estadisticas-de-produccion-ecologica-2020>
- OeMv. (2022). *INE. Estadística Estructural de Empresas - Año 2020*. Obtenido de www.oemv.es: <https://www.oemv.es/ine-estadistica-estructural-de-empresas-2020>
- OeMV. (11 de enero de 2022). *Superficie de viñedo en España 2021*. OeMV. Obtenido de <https://www.oemv.es/vinedo>
- OIV. (28 de octubre de 2016). *Resolución OIV-CST 518-2016. Principios generales para una vitivinicultura sostenible: aspectos medioambientales, sociales, económicos y culturales*. Obtenido de oiv.int.es: <https://www.oiv.int/public/medias/4957/oiv-cst-518-2016-es.pdf>
- OIV. (2017). *Distribution of the world's grapevine varieties*. Paris: OIV. Recuperado el 8-1-2022. Paris: OIV. Recuperado el 8 de enero de 2022, de <https://www.oiv.int/public/medias/5888/en-distribution-of-the-worlds-grapevine-varieties.pdf>
- OIV. (12 de julio de 2021a). *ACTUALIZACIÓN DE LAS DEFINICIONES DE INDICACIÓN GEOGRÁFICA Y DENOMINACIÓN DE ORIGEN RESOLUCIÓN OIV-ECO 656-2021*. Obtenido de OIV: <https://www.oiv.int/js/lib/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.oiv.int/public/medias/8108/es-oiv-eco-656-2021.pdf>
- OIV. (2022). *Actualidad de la coyuntura del sector vitivinícola mundial en 2021*. Organización Internacional de la Viña y el Vino. Obtenido de <https://www.oiv.int/js/lib/pdfjs/web/viewer.html?file=/public/medias/8780/es-state-of-the-world-vine-and-wine-sector-abril-2022.pdf>
- OIV. (2022). *Actualidad de la Coyuntura del Sector Vitivinícola Mundial en 2021*. París: OIV. Obtenido de <https://www.oiv.int/public/medias/7903/actualidad-oiv-de-la-coyuntura-del-sector-vitivin-cola-mundi.pdf>

- Ormston, R., Spencer, L., Barnard, M., & Snape, D. (2013). The foundations of Qualitative Research . En J. Ritchie, J. Lewis, C. Nicholls, & R. Ormston, (Eds.) *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. Londres: SAGE.
- Ouvrard, S. J., & Spiga, A. (2020). Does Sustainability Push to Reshape Business Models? Evidence from the European Wine Industry. *Sustainability*, 12(6), 2561. doi:<https://doi.org/10.3390/su12062561>
- Páez-Casadiegos, Y. (2019). *El simposiarca: Memoria privada de la ilustración griega*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte. doi:<https://doi.org/10.2307/j.ctvswx8c3>
- Parga Dans, E., González, Pablo & Vázquez, Alfredo. (2019). Taste and Knowledge: the Social Construction of Quality in the Organic Wine Market. *Human Ecology*, 47, 1-19. doi:10.1007/s10745-019-0051-1.
- Parga-Dans, E., & Alonso González, P. (2018). From paper to soil: the impact of new EU alcoholic drinks labeling regulations for wine regions. *J Consum Prot Food Saf*, 13, págs. 89–94. doi:<https://doi.org/10.1007/s00003-017-1135-8>
- Parga-Dans, E., & Alonso-González, P. (2017). Marketing quality in the food sector: Towards a critical engagement with the ‘quality turn’ in wine. *Geoforum*, 25, 5-8. doi:<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.07.005>
- Parlamento y Consejo Europeos. (21 de octubre de 2009). *Directiva 2009/128/CE del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece el marco de la actuación comunitaria para conseguir un uso sostenible de los plaguicidas (Texto pertinente a efectos del EEE)*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/>: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex:32009L0128>
- Payne , G., & Payne, J. (2004). *Key Concepts in social Research*. Londres: SAGE Key Concepts.
- Piqueras Haba, J. (2005). La filoxera en España y su difusión espacial: 1878-1926. *Cuadernos de geografía*, 77, 101-136.
- Piracci, G., Boncinelli, F., & Casini, L. (2022). Wine consumers' demand for social sustainability labeling: Evidence for the fair labor claim. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 1-20. doi:<https://doi.org/10.1002/aepp.13260>

- Pitt, H., & Jones, M. (2016). Scaling up and out as a Pathway for Food System Transitions. *Sustainability*, 8(10). doi:<https://doi.org/10.3390/su8101025>
- Pomarici, E., & Vecchio, R. (2014). Millennial generation attitudes to sustainable wine: an exploratory study on Italian consumers. *Journal of Cleaner Production*, 66, págs. 537-545. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.10.058>
- Ponte, S. (2016). Convention theory in the Anglophone agro-food literature: Past, present and future. *Journal of Rural Studies*, 44, 12-23. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.12.019>
- Ponte, S., & Gibbon, P. (2005). Quality standards, conventions and the governance of global value chains, *Economy and Society*, 34:1, 1-31,. *Economy and Society*, 34(1), 1-31. doi:<https://doi.org/10.1080/0308514042000329315>
- PriceWaterhouseCoopers. (2018). *La gestión del agua en España*. Obtenido de <https://www.pwc.es/es/publicaciones/energia/assets/gestion-agua-2018-espana.pdf>
- Proensa, A. (2007). *25 años en el vino español. La evolución permanente*. Obtenido de www.proensa.com: <https://www.proensa.com/25-anos-en-el-vino-espanol-la-evolucion-permanente/>
- Protos. (s.f.). *Viñedo en vaso o en espaldera*. Recuperado el 5 de julio de 2022, de Bodegas Protos - Blog: www.bodegasprotos.com/es/blog/vinedos-en-vaso-o-espaldera/
- Pullman, M. E., Maloni, M. J., & Dillard, J. (2010). Sustainability Practices in Food Supply Chains: How is Wine Different?., *Journal of Wine Research*, 21(1), 35-56. doi:10.1080/09571264.2010.495853
- PVN. (s.f.). *¿Qué es el vino natural?* Obtenido de Vinos Naturales: <https://www.vinosnaturales.org/vino-natural/>
- RAE. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. Recuperado el 6 de julio de 2022, de <https://dle.rae.es>.
- Raffray, R. (2019). Du droit souple au droit dur : quel droit pour la qualité environnementale des vins sous indication géographique ? *42nd World Congress of Vine and Wine*. Bio World of Conferences 15. doi:<https://doi.org/10.1051/bioconf/20191503003>

- Rahman, I., Stumpf, T., & Reynolds, D. (2014). A comparison of the influence of purchaser attitudes and product attributes on organic wine preferences. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), págs. 127-134.
- Resco, P., Iglesias, A., & Bardaji, I. (2014). Vulnerabilidad del viñedo español ante el cambio climático. En J. Castillo, & R. Compés (Edits.), *Economía del vino en España y el mundo*, (págs. 62-92). Almería: Cajamar Caja Rural.
- Ribera Rueda Wine. (s.f.). *Two remarkable regions*. Recuperado el 10 de julio de 2022, de Ribera del Duero, Rueda: Spanish wine regions:
<https://www.riberaruedawine.com/ribera-del-duero-rueda-spanish-wine-regions/>
- Riera-Palmero, J. (2014). El vino y la cultura. *Anales de la Real Academia de Medicina y Cirugía de Valladolid*, 51, 201-240. Obtenido de
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/23865>
- Rioja, G. d. (s. f.). *Sección de Sostenibilidad Agraria y Viveros*. Obtenido de Gobierno de La Rioja: <https://www.larioja.org/agricultura/es/calidad-agroalimentaria/produccion-integrada#:~:text=Es%20un%20modelo%20de%20producci%C3%B3n,la%20preservaci%C3%B3n%20de%20la%20biodiversidad.>
- Rip, A., & Kemp, R. (1998). Technological change. En S. Rayner, & E. Malone (Edits.), *Human Choice and Climate Change* (págs. 327-399). Columbus: Battelle Press.
- Robinson, J. (5 de septiembre de 2014). Relabelling European wine: what's in a name? *Financial Times*, págs. <https://www.ft.com/content/bfae5b3c-33bd-11e4-ba62-00144feabdc0>.
- Robinson, J. (2 de enero de 2021). What's really in your wine? *Financial Times*. Obtenido de <https://www.ft.com/content/d97a917a-9229-4f38-8bf3-1c0fc71be1b3>
- Rodríguez-Gómez, G. (2004). El derecho a ostentar la denominación de origen: las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial. *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales*, 16, 171-196. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13901610>
- Rosin, C., & Campbell, H. (2009). Beyond bifurcation: Examining the conventions of organic agriculture in New Zealand. *Journal of Rural Studies*, 25, 35-47.
doi:10.1016/j.jrurstud.2008.05.002

- Rougemont, H. (2017). Un monde à (re)trouver ? Essai en faveur d'une cité verte. *Pensée plurielle*, 45, 31-46. doi:<https://doi.org/10.3917/pp.045.0031>
- Rugani, B., Vázquez-Rowe, I., Benedetto, G., & Benetto, E. (2014). A comprehensive review of carbon footprint analysis as an extended environmental indicator in the wine sector. *Journal of Cleaner Production*,, págs. 61-77. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.04.036>
- Ruiz Budría, E., Castelló Puig, A., Escalona Orcao, I., Hernández Navarro, M., Loscertales Navarro, B., & Frutos Mejía, L. (2013). La calidad del vino a la luz de la teoría de las convenciones: aplicación a las denominaciones de origen aragonesas. *Estudios Geográficos*, LXXIV(274), 231-254.
- RVE. (s.f.). *Experiencias y viajes en las Rutas del Vino de España*. Obtenido de Rutas del Vino de España: <https://experienciasrve.wineroutesofspain.com/>
- Sacchelli, S., Fabbrizzi, S., & Menghini, S. (2016). Climate change effects and adaptation strategies in the wine sector: a quantitative literature review. *Wine Economics and Policy*, 114-126. doi:<https://doi.org/10.1016/j.wep.2016.08.001>
- Sánchez, M., & Yoldi, I. (2013). Trabajo inmigrante y actividad vitivinícola: el Caso de la Ribera del Duero. *I*(1), 96-113. doi:DOI:10.17502/M.RCS.V1I1.27
- Sánchez, S. (2019). El saber histórico como recurso argumentativo en las etiquetas de vino. *RIVAR*, 6(16), 49-64. doi:<https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v6i16.3834>
- Sánchez-Galera, M. D. (2017). El paradigma de la sostenibilidad: Gobernanza global y el modelo europeo de “desarrollo sostenible. *Relaciones Internacionales*,, 34, 9-29. doi: <https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2017.34.001>
- Sánchez-Hernández, J. L. (2011a). Los vinos de calidad en Castilla y León o la complementariedad entre naturaleza, sociedad, producción y conocimiento. *Cuadernos de Estudios Agroalimentarios* 2173-7568, 153-174. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/262212344_Los_vinos_de_calidad_en_Castilla_y_Leon_o_la_complementariedad_entre_naturaleza_sociedad_produccion_y_conocimiento
- Sánchez-Hernández, J. L. (2011b). The food value chain as a locus for (dis)agreement: conventions and qualities in the Spanish wine and Norwegian salted cod

- industries. . *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, págs. 105 - 119.
doi:10.1111/j.1468-0467
- Sánchez-Hernández, J. L., & Ávila Zarza, C. (2016). Las bodegas de las Denominaciones de Origen Protegidas de Castilla y León: clasificación en la tipología de los mundos de producción. *VII Jornadas de Geografía Económica* (págs. 268-281). Santiago de Compostela: Asociación de Geógrafos Españoles. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/307967109_Las_bodegas_de_las_Denominaciones_de_Origen_Protegidas_de_Castilla_y_Leon_clasificacion_en_la_tipologia_de_los_mundos_de_produccion
- Sancho, M., & Mach, N. (2015). Efecto de los polifenoles del vino sobre la prevención del cáncer. *Nutrición Hospitalaria*, 31(2), págs. 535-551.
doi:<https://dx.doi.org/10.3305/nh.2015.31.2.8091>
- Santiago-Brown, I., Metcalfe, A., Jerram, C., & Collins, C. (2014). Transnational Comparison of Sustainability Assessment Programs for Viticulture and a Case-Study on Programs' Engagement Processes. *Sustainability*, 6(4), 2031–2066.
doi:<https://doi.org/10.3390/su6042031>
- Santiago-Brown, I., Metcalfe, A., Jerram, C., & Collins, C. (2015). Sustainability assessment in wine-grape growing in the new world: Economic, environmental, and social indicators for agricultural businesses. *Sustainability*, 7(7), págs. 8178-8204. doi: <https://doi.org/10.3390/su7078178>
- Santini, C., Cavicchi, A., & Casini, L. (2013). Sustainability in the wine industry: key questions. *Agricultural and Food Economics*, 1(9), págs. 1-14. doi:10.1186/2193-7532-1-9
- Sanz, J. (5 de mayo de 2020). ¿POR QUÉ SIENDO MÉXICO EL PRODUCTOR MÁS ANTIGUO DE AMÉRICA NO TIENE TRADICIÓN VITIVINÍCOLA? Obtenido de Blog Vivanco: #CulturaDeVino:
<https://vivancoculturadevino.es/blog/2020/05/05/mexico-productor-antiguo-america-no-vitivinicola/>
- Sasso Rojas, M. J. (2009). *El proyecto multipropósito Baba: disputas sobre desarrollo y sustentabilidad*. Quito: FLACSO - Sede Ecuador. Recuperado el 23 de marzo de 2022, de <http://biblioteca.ribei.org/id/eprint/37/>

- Schäufele, I., & Hamm, U. (2017). Consumers' perceptions, preferences and willingness-to-pay for wine with sustainability characteristics: A review. *Journal of Cleaner Production*, 147, págs. 379-394. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.118>.
- Schäufele, I., Pashkova, D., & Hamm, U. (2018). Which consumers opt for organic wine and why? An analysis of the attitude-behaviour link. *British Food Journal*, 120(8), 1901-1914. doi:<https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2018-0141>
- Schermer, M. (2015). Die Milchwirtschaft in Österreich – ein Beispiel für sozio-technische Transformation. *Österreich Z Soziol*, 40, 33–51. doi:<https://doi.org/10.1007/s11614-015-0154-x>
- Siepmann, L., & Nicholas, K. (2018). German Winegrowers' Motives and Barriers to Convert to Organic Farming. *Sustainability*, 10(11), 4215. doi:<https://doi.org/10.3390/su10114215>
- Simpson, J. (1999). Cooperation and Cooperatives in Southern European Wine Production: The nature of successful institutional innovation, 1850-1950. *Economics History and Institutions Series*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/30041616.pdf>
- Simpson, J. (2011). *Creating Wine: The Emergence Of A World Industry, 1840-1914*. Princeton, Oxford: Princeton University Press.
- Smith, A., Voss, J., & Grin, J. (2010). Innovation studies and sustainability transitions: The allure of the multi-level perspective and its challenges. *Research Policy*, 39, 435–448. doi:<https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.023>
- Smith, D., & Barquín, J. (2007). Byodynamics in the wine bottle. *Skeptical Inquirer*, 31(6). Obtenido de https://www.academia.edu/14406960/Biodynamics_in_the_Wine_Bottle
- Sogari, G., Corbo, C., Macconi, M., Menozzi, D., & Mora, C. (2015). Consumer attitude towards sustainable-labelled wine: an exploratory approach. *International Journal of Wine Business Research*, 27(4), págs. 312-328. doi:<https://doi.org/10.1108/IJW>
- Sogari, G., Pucci, T., Aquilani, B., & Zanni, L. (2017). Millennial Generation and Environmental Sustainability: The Role of Social Media in the Consumer

- Purchasing Behavior for Wine. *Sustainability*, 9(10).
doi:<https://doi.org/10.3390/su9101911>
- Solunke, A. B. (2018). *Louis Pasteur*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Abhay-Solunke/publication/328849797_Louis_Pasteur/links/5be645284585150b2bab87b3/Louis-Pasteur.pdf
- SOW. (s. f.). *SOW Asociación de Bodegas Ecológicas Españolas con Sello Europeo. Mapa de bodegas*. Obtenido de www.spanishorganicwines.com:
<https://spanishorganicwines.com/sobre-sow/mapa-bodegas-sow/>
- Spielmann, N. (2017). Larger and better: Examining how winery size and foreign investments interact with sustainability attitudes and practices. *International Journal of Wine Business Research*, 29(2), 178-194.
doi:<https://doi.org/10.1108/IJWBR-10-2016-0036>
- Stanco, M., Lerro, M., & Marotta, G. (2020). Consumers' Preferences for Wine Attributes: A Best-Worst Scaling Analysis. *Sustainability*, 12(7).
doi:<https://doi.org/10.3390/su12072819>
- Statista. (2021). *Ranking de los principales consumidores por persona de vino en todo el mundo en 2020 (en litros por persona) [Gráfica]*. Recuperado el 9 de abril de 2022, de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/503596/paises-del-mundo-con-mayor-consumo-per-capita-de-vino/>
- STRN. (10 de septiembre de 2020). *Sustainability Transitions Research Network*. Obtenido de transitionsnetwork.org: <https://transitionsnetwork.org/about/>
- STRN. (s. f. a). *About us*. Recuperado el 17 de 1 de 2022, de transitionsnetwork.org:
<https://transitionsnetwork.org/about/>
- STRN. (s. f. b). *Transitions in agrofood systems*. Obtenido de STRN - Thematic Groups: <https://transitionsnetwork.org/transitions-in-agro-food-systems-af-tn/>
- Susen, S. (2017). Remarks on the Nature of Justification: A Socio-Pragmatic Perspective. En C. Cloutier, J.-P. Gond, & B. Leca (Edits.), *Justification, Evaluation and Critique in the Study of Organizations: Contributions from French Pragmatist Sociology. Research in the Sociology of Organizations* (págs. 349-381). Emerald.

- Szolnoki, G. (2013). A cross-national comparison of sustainability in the wine industry. *Journal of Cleaner Production*(53), 243-251.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.03.045>
- Tait, P. &, Dalziel, P., Rutherford, P., Driver, T., & Guenther, M. (2019). Estimating wine consumer preferences for sustainability attributes: A discrete choice experiment of Californian Sauvignon blanc purchasers. *Journal of Cleaner Production*, 233, págs. 412-420. doi:10.1016/j.jclepro.2019.06.076.
- Tecnovino. (Julio de 2017). *Una campaña de Rueda para pedir vinos de Rueda: "Las cosas por su nombre"*. Obtenido de Tecnovino: <https://www.tecnovino.com/una-campana-de-rueda-para-pedir-vinos-de-rueda-las-cosas-por-su-nombre/>
- Thach, L. (2008). Wine Business Strategy. En L. Thach, & T. Matz (Edits.), *Wine: A Global Business* (2ª ed., págs. 17-62). Miranda Press.
- Thach, L., & Bynum, L. (2008). Managing Human Resources in the Wine Industry. En L. Thach, & T. Matz, (Edits.). *Wine: A Global Business* (págs. 359-384). Elmsford NJ: Miranda Press.
- Thach, L., & Matz, T. (2008). *Wine: A Global Business* (2ª ed.). Elmsford , NJ: Miranda Press.
- Thévenot, L., Moody, M., & Lafaye, C. (2000). Forms of Valuing Nature: Arguments and Modes of Justification in French and American Environmental Disputes. En M. Lamontand , & L. Thévenot (Edits.), *Rethinking Comparative Cultural Sociology: Repertoires of Evaluation in France and the United States* (págs. 229-272). Cambridge: Cambridge University Press.
- Torres-Valdés, R. M. (2019). Hacia nuevas formas de comunicar los valores del vino: desde la autorregulación a las relaciones públicas y la responsabilidad social. . *RIVAR (Santiago)*, 6(16), 86-113.
doi:<https://dx.doi.org/10.35588/rivar.v6i16.3841>
- Tribunal de Cuentas. (2020). *INFORME DE FISCALIZACIÓN SOBRE LAS ACTUACIONES DE DEFENSA CONTRA LA DESERTIFICACIÓN Y DE PREVENCIÓN Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES, EJERCICIO 2018*. Informe núm. 1393. Obtenido de . <http://www.tcu.es/>

- Trist, E. (1981). The sociotechnical perspective: The evolution of sociotechnical systems as a conceptual framework and as an action research program. En A. Van de Ven , & W. Joyce (Edits.), *Perspectives on organization design and behavior* (págs. 19-75). Nueva York: Wiley.
- Unwin, T. (1991). *Wine and the Vine: An Historical Geography of Viticulture and the Wine Trade* (1996 ed.). Londres y Nueva York: Routledge.
- Urquiaga, I., Echeverría, G., Dussailant, C., & Rigotti, A. (2017). Origin, components and mechanisms of action of the Mediterranean diet. *Revista médica de Chile*, 145(1), 85-95. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872017000100012>
- USDA. (2022). *Organic Food Provision Acts Production. 7 CFR Part 205 (up to date as of 6/24/2022)*. Obtenido de eCFR.gov: <https://www.ecfr.gov/current/title-7/subtitle-B/chapter-I/subchapter-M/part-205>
- Vacas-González, S. (2011). *Uso de semioquímicos en el control de plagas. Estudios básicos y de aplicación. Tesis Doctoral*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/12499/tesisUPV3667.pdf>
- Vallés, G. (2022). *Informe sector vitivinícola*. Strategic Research Center y EAE Business School. Obtenido de <https://www.oemv.es/informe-sector-vitivinicola-2022>
- Varia, F., Macaluso, D., Agosta, I., Spatafora, F., & Dara Guccione, G. (2021). Transitioning towards Organic Farming: Perspectives for the Future of the Italian Organic Wine Sector. *Sustainability*, 13(5). doi: <https://doi.org/10.3390/su13052815>
- Vecchio, R. (2013). Determinants of willingness-to-pay for sustainable wine: Evidence from experimental auctions. *Wine Economics and Policy*, 2(2), 85-92. doi:<https://doi.org/10.1016/j.wep.2013.11.002>.
- Waldrop, M. E., McCluskey, J., & Mittelhammer, R. C. (2017). Products with multiple certifications: insights from the US wine market. *European Review of Agricultural Economics*, 4, págs. 658–682. doi:<https://doi.org/10.1093/erae/j>
- Weissteiner, C. J., Boschetti, M., Böttcher, K., Carrara, P., Bordogna, G., & Brivio, P. A. (2011). Spatial explicit assessment of rural land abandonment in the

- Mediterranean area. *Global and Planetary Change*, 79(1 y 2), 20-36.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.gloplacha.2011.07.009>
- Wilkinson, J. (2011). Convention Theory and Consumption. En D. Southerton (Ed.), *Encyclopedia of Consumer Culture* (Vol. 1). Sage Publications.
doi:<https://dx.doi.org/10.4135/9781412994248>
- Wine in Moderation. (s.f.). *Guía de implementación*. Recuperado el 7 de enero de 2022, de Wine in Moderation: una cultura sostenible del vino:
<https://www.wineinmoderation.eu/medias/1020/Impl-guide---A5-size.pdf>.
- Wine Intelligence. (2018). *Wine Consumption and Gender: Do women and men approach wine differently?* Wine Intelligence. Obtenido de
<http://www.wineintelligence.com/wp-content/uploads/2019/01/Wine-Intelligence-Wine-Consumption-and-Gender-2018-report-.pdf>
- Wine-Searcher. (s. f.). *Italian wine label information*. Obtenido de Wine Searcher:
<https://www.wine-searcher.com/wine-label-italy>
- WOSA. (s. f.). *Sustainability. Wines of South Africa*. Obtenido de Wines of South Africa:
<https://www.wosa.co.za/Sustainability/Environmentally-Sustainable/Intro/>
- Yravedra, G. (31 de mayo de 2017). Doce cuestiones sobre chaptalización. *La Semana Vitivinícola*. Obtenido de <http://www.sevi.net/es/3496/12/10536/Doce-cuestiones-sobre-la-chaptalizaci%C3%B3n.htm#>
- Yravedra, G. (s. f.). *Antecedentes de las Denominaciones de Origen en el plano internacional*. Obtenido de Yravedra.com: <http://yravedra.com/denominacion-origen/12-denominacion-origen/1525-3-antecedentes-en-el-plano-internaciona>
- Yuste, J., Vicente, A., & Martínez-Porro, D. (2018). La dosis de riego en cv. Verdejo. Estado hídrico, efectos fisiológicos y repercusión agronómica en la DO Rueda. *Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León., CN Riegos*(XXXVI).
- Zolfagharian, M., Walrave, B., Raven, R., & Romme, A. G. (2019). Studying transitions: Past, present, and future. *Research Policy*, 48(9).
doi:<https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.04.012>.

ANEXO A: Muestra de transcripción

Muestra de transcripción de la entrevista con el Productor 2

#0:19:22.6# **Entrevistador** [superpuesto] Producir en masa, ¿no?

#0:19:22.9# **Entrevistado**: Efectivamente. Cuando... lo que es una pena, por no decir una vergüenza, es que hay un factor que es determinante, yo creo que ha habido un cambio sustancial, un cambio súper importante en el sector del vino, a partir de los años 2000 y es que la gente, internacionalmente, empezó a buscar variedades autóctonas, variedades que representasen y que hablasen de un sitio. Hasta ese punto pues todo el mundo plantaba lo mismo: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot...

#0:19:53.6# **Entrevistador**: De hecho, incluso se arrancaron variedades autóctonas para plantar lo que demandaba la...

#0:19:59.8# **Entrevistado**: Efectivamente. Porque eran variedades que se pagaban más. Mira, por ejemplo, en Priorat... eh... hubo una época en la que se estaba pagando por kilo de Cabernet Sauvignon hasta siete euros. Siete euros cuando lo... digamos, un kilo de Garnacha, pues valía euro, euro cincuenta... dependiendo, ¿no? Claro, porque la gente lo llamaba así, de forma yo creo que muy engañada, equivocada, lo llamaban las variedades “mejorantes”. Entonces no es que tus vinos fuesen mejores, pero sí que mejor se iban a vender. Entonces bueno, ha sido un fallo bastante importante por parte de la gente. Nosotros desde el principio apostamos por Verdejo, así que el viñedo como te he dicho, de 22 parcelas, 21 están plantadas con Verdejo y tenemos después una parcela que es de Tempranillo y Syrah del que hacemos un rosado [...].

ANEXO B: Guion de la entrevista (semiestructurada)

A. Tema: Valoraciones sobre sostenibilidad, calidad y origen (DO)

- ✓ Dispositivo de recogida de datos: grabadora si es presencial; si no, Zoom, Skype o alternativamente, teléfono.
- ✓ Preparación: se envía un breve resumen de los motivos de la entrevista por adelantado (e-mail o mensajería instantánea o redes sociales). Se responde a las dudas planteadas previamente si el o la entrevistadx lo solicita explícitamente.
- ✓ Alcance: planteo mis preguntas en relación con la actividad del informante como principal universo; las preguntas pueden ampliarse para completar información o seguir algún tema relevante no contemplado.

B. Introducción

Explicación inicial	
Agradecimiento por aceptar la entrevista	Soy doctoranda en la Universidad de San Gallen en Suiza
Breve presentación del proyecto y de mí misma como continuación del correo electrónico.	Estoy realizando entrevistas para la tesis doctoral Los resultados sirven como datos para basar la tesis Estoy entrevistando a bodegueros, viticultores, DO, instituciones, actores relevantes.
Identificación de los objetivos de la entrevista.	Profundizar en el conocimiento de las iniciativas sostenibles, su significado, su relación con el vino de calidad, y con la DO.
Explicar brevemente el guion.	Información sobre la experiencia del/a entrevistadx y datos sobre su actividad. Preguntas sobre la definición de sostenibilidad, aspectos relevantes, iniciativas, impresión general, problemas y posibles soluciones en el presente y en el futuro, conexión entre calidad y sostenibilidad, relación con la DO.
Aclaración del marco de la entrevista (duración, grabación, anonimización).	Duración: en torno a una hora. Preguntar y confirmar la autorización: ○ para grabar y transcribir la entrevista ○ anonimización de la información.
Contextualización	
Experiencia personal en el sector	¿Cuál ha sido tu experiencia en el mundo del vino hasta ahora?
Descripción de la empresa/bodega: tamaño, ha de viñedo, antigüedad, mercados, plantilla, tipo de vino, adscripción DO	¿Puedes describirme un poco tu actividad: tamaño, si tenéis viñedo, qué antigüedad tiene, donde vendéis, cuánta gente tenéis contratada, qué tipo de vino hacéis, estáis dentro de la DO?

C. Parte principal

<i>Perspectivas y justificaciones sobre sostenibilidad</i>	
Definición personal de sostenibilidad.	Pregunta principal ¿Qué es para ti la sostenibilidad? Preguntas de seguimiento o profundización ¿Cómo se ve en tu negocio/bodega/empresa/institución?
Sostenibilidad económica	Pregunta principal ¿En qué sentido es importante la sostenibilidad para la viabilidad de tu empresa/negocio/bodega/institución? Preguntas de seguimiento o profundización: ¿Por qué?
Sostenibilidad medioambiental: prácticas de cultivo, agua Social: trabajo, salud	Pregunta principal ¿Qué tipo de iniciativas sostenibles tenéis? Preguntas de seguimiento o profundización ¿Tenéis vino ecológico, biodinámico? ¿Cómo utilizáis el agua? ¿Intentáis ahorrar energía? ¿Cuántos trabajadores tenéis? ¿Qué problemas tenéis? ¿Cómo los solucionáis? ¿Qué consideras necesario que sepa el consumidor sobre el vino? ¿Crees que debería haber más información en la etiqueta sobre el contenido/ingredientes/aditivos/alcohol del vino? ¿Hay alguna otra actividad que hacéis que os parece relevante para la sostenibilidad?
<i>Perspectivas y justificaciones sobre calidad</i>	
Importancia de la sostenibilidad para la calidad del producto	Pregunta principal ¿Crees que es importante la sostenibilidad para la calidad del vino?
<i>Perspectivas y justificaciones sobre Denominación de Origen</i>	
Relación entre DO y sostenibilidad	Pregunta principal ¿Qué papel debería tener la DO con relación a la sostenibilidad? Preguntas de seguimiento o profundización ¿Os ofrece la DO algún apoyo (iniciativas, formación, etc.) para adoptar iniciativas sostenibles? ¿Hay algún plan o visión al respecto?
Última pregunta	¿Hay alguna cuestión o tema que pienses que es importante y no hayamos comentado?

Solicitud de contactos	Si es posible, generar algún contacto en otra bodega o entre los grupos de actores relevantes (DO, empresa de servicios, viticultores...)
Agradecimiento	Agradezco mucho el tiempo que has tomado y si tengo alguna duda, te contactaré de nuevo para aclararla.

ANEXO C: Tabla de convenciones

CONVENCIONES	Principio común	Test	Tipo de prueba relevante	Objetos cualificados	Personas cualificadas	Extensión en el tiempo	Extensión en el espacio
Comerciales	Precio, coste	Competitividad en el mercado	Monetaria	Bienes o servicios de libre circulación en mercados	Cliente, consumidor/a, comercial, distribuidor/a	Corto, flexible	Globalización
Industriales	Eficiencia técnica	Fiabilidad, competencia, planificación	Medidas, criterios, estadísticas	Infraestructura, proyecto, plan técnico, análisis	Ingeniero/a, profesional, experto/a	Largo, planificado	Coordenadas cartesianas
Cívicas	Bien común, interés general	Sesión, reunión, asamblea	Textos oficiales, formales	Reglas, regulaciones, códigos	Colectivos y representantes, consejos, miembros	Perenne	Distanciamiento
Domésticas	Tradicición, reputación, liderazgo	Honradez, credibilidad	Oral, ejemplar, garantía personal	Patrimonio, herencia, cualidad de local	Superiores/as jerárquicos, líderes “naturales”	Según la costumbre	Local, anclado al lugar
Inspiracionales	Singularidad, creatividad, intuición	Aventura imaginaria, creación mental	Imágenes, símbolos, mitos	Cuerpo expresando emociones, mente, sueños	Artistas, creativos/as, locos/as, poetas	Momento escatológico, revolucionario, creativo, visionario	Presencia
Reputacionales	Fama, renombre	Popularidad, audiencia, reconocimiento	Presentaciones, certámenes, demostraciones, ruedas de prensa	Marcas, mensajes, nombres	Celebridades, personalidades	Moda, tendencia	Red de comunicación
Verdes/Ecológicas	Afinidad, equilibrio, armonía medioambiental	Sostenibilidad, renovabilidad	Ecosistema ecológico	Naturaleza virgen, ecosistema sano, hábitat natural	Ecologistas, ambientalistas	Futuras generaciones	Ecosistema planetario

Adaptado de: Finch, John & Geiger, Susi & Harkness, Rachel. (2016). Marketing and compromising for sustainability: Competing orders of worth in the North Atlantic. *Marketing Theory*. 17. 10.1177/1470593116657924, pág. 73.

ANEXO D: Viñedos en vaso y en espaldera

Viñedo en vaso

Los viñedos en vaso constituyen la forma más tradicional y antigua de la conducción de la viña. Son más longevos que los de espaldera, donde predominan los viñedos nuevos. Además, los viñedos en vaso no producen tanta uva como en espaldera.

Las cepas en vaso no precisan de ningún tipo de alambre o cordón para guiar los brazos de la planta. Las viñas crecen libremente, y suelen ser más bajas. Su mantenimiento requiere más mano de obra, ya que las labores no pueden mecanizarse y han de efectuarse a mano. Los vinos de mayor calidad (como reservas o grandes reservas) suelen proceder de cepas en vaso, debido a su antigüedad y a la calidad de la uva.

Este sistema se da en regiones como Ribera del Duero o Rioja (Protos, s.f.).



©CRDO Ribera del Duero

Viñedo en espaldera

Las viñas en espaldera recuerdan más a la forma moderna de otros cultivos agrícolas, pues siguen una definición en forma de líneas. Las plantas se sujetan a una serie de postes y alambres que conducen su crecimiento hacia formas más elevadas. Los racimos y las hojas pueden trabajarse para obtener mayor aireación e insolación. Los rendimientos son mayores y la maduración es más homogénea. Al estar los viñedos organizados en calles, es factible la mecanización de ciertos procesos como la vendimia, el riego y algunas fases de las podas. Esta es una de las ventajas más destacadas, sobre todo en lo que se refiere a reducir costes y acelerar procesos.

Los viñedos en espaldera son los más comunes en la Denominación de Origen Rueda (Protos, s.f.).



© Ana Esquinas – Rueda – Abril 2022

CURRICULUM VITAE

PRACTICAL EXPERIENCE

UNIVERSITY OF ST.GALLEN – August 2016 to present

- *Coordinator for Spanish & Portuguese Courses at the SHSS*
- *Research Assistant at the Chair of Spanish Language & Literature*
- *Spanish Lecturer at the Chair of Spanish Language & Literature*

BANKINTER SA (ES) – 2000 to July 2016

- *Branch Director: Valladolid, 2004-2016.*
- *Project Director: Madrid, 2003-2004. Multilanguage Project.*
- *Internet Analyst: Madrid 2000-2003.*

CADBURY DULCIORA (ES) – Valladolid, 1999

- *Administrative SAP Project: SAP Modules (Finance and Production).*

BANKINTER SA – 1998

- *Linguist: Internship of UAM University Business Foundation.*

ALLSCHWIL SEC. SCHOOL, BASEL-LAND (CH) – January to March 1995

- *French teacher: Substitution of a sick leave.*

INTERNATIONAL FILM FESTIVAL OF VALLADOLID – 1992 to 2015

- *Translator: English, German and French.*

EDUCATION

UNIVERSITY OF ST.GALLEN (CH) – February 2017 to June 2022

- *PhD in Organisational Studies and Cultural Theory*

UNIVERSITY OF VALLADOLID (ES) - Sep. 1991- June 1996

- *lic. phil. Spanish Language and Literature*

UNIVERSITY OF BASLE (CH) - Sep. 1994 - July 1995

- *Erasmus exchange semester at the Institute of Romance Languages*

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID – (ES) - 1997-1999

- *Coursework stage PhD in Computational Linguistics*

UNIVERSIDAD NACIONAL A DISTANCIA (ES) - 1992-2000

- *Extension curriculum in Psychology*

EXTRACURRICULAR ACTIVITIES

UNIVERSITY OF ST.GALLEN

- SHSS Section: *Language Lecturers Representative* Sep. 2021-present
- Mittelbau: *PhD and Assistants Representative* May 2020-2022

OTHER

LANGUAGES: Spanish (native), English (C1-C2), German (C1), French (C1)

PUBLICATIONS

ACADEMIC

- Rychen, A.M.E. (2019). Ser o no ser (ecológico): “Transiciones sostenibles en el vino de Castilla y León”. *BIO Web of Conferences 15, 03007. 42nd World Congress of Vine and Wine*. doi.org/10.1051/bioconf/20191503007
- Esquinas Rychen, A. y Aerne, Annatina (2022): “Las redes como valor añadido de la cultura”, en A. Esquinas Rychen, C.F. Brühwiler y V. Boanada-Fuchs (eds.) (2022) *Coreografías transculturales, Choreographien transkultureller Begegnungen, Choreographing Transcultural Encounters*. Liber amicorum para Yvette Sánchez. Madrid: Iberoamericana Editorial Vervuert
- Esquinas Rychen, A., Brühwiler, C.F. y Boanada-Fuchs, V. (eds.) (2022) *Coreografías transculturales, Choreographien transkultureller Begegnungen, Choreographing Transcultural Encounters*. Liber amicorum para Yvette Sánchez. Iberoamericana Editorial Vervuert: Madrid.

TRANSLATIONS

- Breiding, R. James (2020): *Swiss Made: la historia oculta tras el éxito de Suiza* [Swiss Made: the untold story behind Switzerland’s success]. Barcelona: Planeta. 416 pages. Update and translation from the original English version of 2013.
- de Mendieta, Dagmar (2016): *Tras la luna*. Sevilla: Babidi-bú. 172 pages. Original version: German.
- Beyes, T. & Jäger, U. (2008): *El arte del equilibrio* [Von der Kunst des Balancierens]. 150 pages. Translation (2008) for the Center for Social Enterprise, HSG. Original version: German.
- Berko, J. & Bernstein, N. (1999): *Psicolingüística* [Psycholinguistics]. Madrid: McGraw-Hill Interamericana. 592 pages. Original version: English.