

Estudios socio-antropológicos para análisis del cambio y la transición sustentable en la producción y el consumo de vino

Socio-anthropological studies for the analysis of change and sustainable transition in the production and consumption of wine

María del Carmen Salas Quesada¹

¹Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH/UNAM) Delegación Coyoacán, 04510 Ciudad de México, México

Resumen. El cambio climático, la transición sustentable y el uso de nuevas tecnologías impactan no solo el futuro y el valor de la producción vitivinícola, sino de manera más general, la manera de producir, consumir y entender un producto como el vino. En ese sentido, uno de los desafíos de la industria vitivinícola a escala global reside en responder y adaptarse al cambio climático, y a las nuevas ideas, valores y demandas en torno al vino que emergen de las nuevas generaciones de consumidores y productores. Hacer frente a estos cambios supone incluso desaprender y cuestionar las tradiciones, los valores y las prácticas de las generaciones pasadas. Estos debates son parte del cambio social, ambiental y generacional en el que se desenvuelve la industria vitivinícola actual. La presente propuesta argumenta la importancia de los estudios socioantropológicos en la interpretación de dichas transformaciones. La socioantropología del vino sitúa la diversidad y la transparencia como aspectos claves para la transición sustentable y la adaptación al cambio. De esta forma, busca describir en profundidad lo que está cambiando con el objetivo de alcanzar una comprensión integral de las principales problemáticas en torno a la industria vitivinícola y así poder avanzar en sus desafíos.

Abstract. Climate change, the sustainable transition, and the use of new technologies impact the future and value of wine and how wine production and consumption are understood. In this sense, one of the challenges of the wine industry on a global scale lies in responding and adapting to climate change and the new ideas, values, and demands emerging from new generations of consumers and producers. Facing the changes could imply unlearning and questioning past generations' traditions, values, and practices. These debates are part of the social, environmental, and generational change the wine industry is developing today. This proposal argues the importance of socio-anthropological studies in interpreting these transformations. The socio-anthropology of wine has diversity and transparency as critical aspects for the sustainable transition and adaptation to change. In this way, it seeks to describe in depth what is changing to comprehensively understand the main problems surrounding the wine industry and thus advance in its challenges.

1 Presentación corta 44º Congreso Mundial de la OIV:

En la actualidad el sector agroalimentario y vitivinícola se enfrentan a una crisis ambiental y social que ha desencadenado nuevas culturas de producción y consumo. El cambio climático, la transición sustentable y el uso de nuevas tecnologías en esa transición desafían e impactan el futuro, el valor, y el significado de productos como el vino. A partir del trabajo previo de tesis doctoral en torno a la diversificación del sector vitivinícola [1], se identificó que uno de los desafíos compartidos entre distintos productores de vino de diferentes países radica en responder y adaptarse a dos grandes cambios globales. Al cambio climático (crisis medioambiental), y a las nuevas ideas, valores y demandas en torno al vino que emergen de las nuevas generaciones de consumidores y productores (crisis sociocultural).

Los cambios y respuestas asociados a la crisis medioambiental que se han observado en la vitivinicultura son, entre otros, el aumento de la temperatura, una mayor exposición a condiciones de sequía debido a la reducción de las lluvias y, en consecuencia, una mayor evapotranspiración. Lo anterior, con importantes efectos en la calidad y el rendimiento del viñedo. En las tres últimas décadas, se ha observado que estas condiciones han causado un aumento considerable del alcohol, del pH y una disminución de la acidez [2] en la vinificación. El trabajo de van Leeuwen et al. (2019) apunta que, en el futuro, se reducirán las áreas en las que se puede producir vinos de calidad, y se moverán geográficamente hacia latitudes y altitudes más aptas. Entre las adaptaciones y repuestas posibles para mantener la calidad en estas nuevas condiciones se encuentra la elección de variedades (variedades de maduración tardía, con mayor tolerancia a la sequía como grenache, cinsault, carignan), de clones, de rootstock, las técnicas y el manejo en el viñedo (incrementar la altura del tronco, poda tardía, plantaciones en zonas elevadas); y otras medidas para la producción, distribución y comercialización del vino (comercio local, envases más ligeros, reciclables). Este tipo de transformaciones y adaptaciones, suponen, como expone Tattersall and Desalle (2015) que los consumidores tendrán que aprender a disfrutar de vinos con estilos diferentes, elaborados con uvas diferentes a las que a las que convencionalmente están acostumbrado. El mismo autor explica, que es difícil predecir qué tan lejos podría estar este escenario, ni tampoco qué estrategias desarrollarán los distintos actores del sector vitivinícola para mitigar esta situación [3].

Productores y consumidores están cada vez más preocupados no solo por una producción sustentable desde el punto de vista ambiental, sino también por otros aspectos sociales de la sustentabilidad como son, las condiciones de trabajo de los empleados en la actividad vitivinícola o las cuestiones éticas y raciales en torno a este agronegocio. Con respecto a este último punto, un artículo recientemente publicado en el periódico New York Times [4], subraya que la industria vitivinícola ha ignorado en el pasado ciertos grupos culturales, como el público femenino y afroamericano, lo que ha reforzado la

idea de que el vino era para “white people” (Asimov, 2023). Asimov (2023) explica que empresas como Constellation Brands, están ya trabajando en crear perspectivas más diversas e inclusivas en este sector. De la misma forma, señala el artículo, reconocidos productores de Borgoña como Dujac, Domaine des Comtes Lafon, Domaine Roulot, Maison Joseph Drouhin y Domaine de Montille, también están desarrollando este tipo de iniciativas. Estos proyectos dan cuenta de que la sustentabilidad no solo se preocupa de aspectos medio ambientales sino de eliminar otras barreras socioculturales para hacer que el mundo del vino sea más diverso, inclusivo y accesible. De manera implícita la definición de vitivinicultura sostenible de la OIV da cabida a la importancia de estas cuestiones. La OIV (resolución OIV-CST 1-2004) define la vitivinicultura sostenible como el “enfoque global a escala de los sistemas de producción y de transformación de las uvas, asociando a la vez la viabilidad económica de las estructuras y los territorios, la obtención de productos de calidad, la consideración de los requisitos de la vitivinicultura de precisión, de los riesgos vinculados al medio ambiente, a la seguridad de los productos y la salud del consumidor, y la valoración de los aspectos patrimoniales, históricos, culturales, ecológicos y paisajísticos”[5].

En la transición sustentable, desde el punto de vista medioambiental y sociales, y especialmente a partir de la pandemia causada por el virus COVID-19, es importante destacar el papel determinante de la tecnología, particularmente en la transferencia del conocimiento y el acceso a la información. La tecnología facilita el acercamiento entre la producción y el consumo. Como publicita la plataforma online de venta de vinos *Wine Access*, cada vez más la barrera para acceder a los mejores vinos no es el precio sino el acceso. Estos argumentos y este panorama del sector vitivinícola dejan ver que el mundo del vino diversifica sus geografías, sus latitudes, sus actores, sus prácticas, sus herramientas de comunicación y sus formas de transmisión de conocimiento. Estos debates son parte del cambio social, ambiental y generacional en el que se desenvuelve la industria vitivinícola en la actualidad. Debates que, como expone la propietaria de DECANTsf, tienda y bar de vinos en San Francisco, hacen que el mundo del vino sea aún más emocionante [6].

El cambio a la hora de transformar los valores, las formas de conocer y de evaluar [7, 8] el vino, sus formas de producción y de consumo, ocurre de manera lenta. Appadurai (1986) y Graeber (2005) apuntan que las variaciones (y desviaciones) en el sistema de valores se producen por deseos irregulares y nuevas demandas impulsadas por las fuerzas sociales y económicas; al mismo tiempo que son signos de creatividad y/o crisis (estética, económica o cultural, natural). El sector del vino, y más ampliamente de la gastronomía, del cual forma parte, ha sido, al menos hasta ahora, un sector conservador que ha favorecido la permanencia frente al cambio [3, 9]. De manera que, en algunos casos, hacer frente a los cambios puede suponer incluso desaprender en parte las tradiciones, los valores y las prácticas de las generaciones pasadas. En el mundo del vino se observa

una continua interacción entre el conservadurismo y el cambio [10]. Así, las transformaciones pueden ser percibidos como oportunidades o como amenazas para distintos grupos del sector vitivinícola. Enfrentarse a los cambios sociales y generacionales del sector es parte de su evolución. Inglis and Almila (2019) muestran, por ejemplo, que en los años 90 el nuevo mundo del vino desafió el modelo del viejo mundo, apostando por la figura de los nuevos consumidores. Estos se describían como “personas de clase media interesados en vinos fáciles de beber, presentados en botellas con etiquetas en las que se explicaban en términos simples la variedad de la uva y los sabores y olores del vino. Esta figura estaba implícitamente yuxtapuesta en contra del viejo consumidor pasado de moda. Alguien que bebe vinos difíciles que necesitan tiempo de maduración y que puede descifrar etiquetas encriptadas” [11] [traducción propia].

En el S. XXI la industria del vino se encuentra ante nuevos desafíos medioambientales y sociales, que han comenzado a desencadenar nuevas demandas y formas de producción [12, 13]. Esta idea de la amenaza o la oportunidad del “nuevo consumidor” también se percibe, y el papel del cambio generacional es clave. Si las generaciones jóvenes no consumen vino, porque es inaccesible económicamente o porque no responde a sus demandas, sus gustos, sus valores, sus intereses ¿qué pasará con el mercado del vino? Las nuevas culturas de producción y de consumo de vino, las nuevas categorías como “mínima intervención”, “vitivinicultura regenerativa”, *wild*, *indigenous*, *NOLO* (no-and low alcohol) [6], entre otras; revelan distintas respuestas de productores y consumidores con respecto a la época actual y su relación con la naturaleza, con la sociedad, los gustos y las demandas [14]. En este contexto, cabe preguntarse ¿son una amenaza estos cambios actuales frente a la cultura del vino hegemónica o una oportunidad de diversificarla? [15]. En otras palabras, la sustentabilidad y la democratización del mundo del vino, en estilos, en tipos de consumidores, de valores, de precios, de nuevas interpretaciones en torno al consumo y la producción ¿son una amenaza para la cultura del vino global o una oportunidad para el cambio, la inclusión y la diversidad en este sector productivo y cultural?

Para reflexionar sobre estas cuestiones es importante tener en cuenta que los cambios también van de la mano de debates ideológicos, de controversias, incertidumbres y de contrastes de información. Podemos tomar como ejemplo las distintas opiniones, creencias, significados y debates en torno a la producción orgánica y/o biodinámica. A pesar de que por el momento no hay evidencias científicas concluyentes, entre ciertos grupos de consumidores se identifica la creencia de que los vinos naturales son “más limpios, más saludables o producen menos resaca” [16]. Asimismo, Mariani and Vastola (2015) argumentan que para el consumidor de vino es más importante el control de calidad que la sustentabilidad. El consumo de vino sustentable, sostienen las mismas autoras, está más relacionado con la calidad y la salud, con un consumo ocasional y egocéntrico (salud, seguridad, curiosidad) que con un valor altruista sobre la protección con el medio ambiente. Un artículo del New Yorker evidencia esta idea con el

relato de una visita a la empresa distribuidora de vinos naturales (así se define la empresa) más grande de USA, Dry Farm Wines. Entre otros aspectos, el artículo describe que todos los trabajadores de esta vinícola comienzan la jornada laboral con meditación. También señalan que sus vinos se publicitan como “sugar-free, mycotoxin-free, lab-tested, and paleo-, keto-, and low-carb-friendly” y como vinos que no producen resaca. Asimismo, explica que los consumidores asocian este tipo de vinos con “una manera saludable de beber”. De acuerdo con dicha asociación, el mismo trabajo muestra que una entrenadora de fitness famosa escribe en su blog “I had five glasses last night and I woke up this morning, went to the gym at 5 a.m., and felt amazing” [18].

Se exponen estos ejemplos no para alimentar la controversia en torno a la producción biodinámica, ni tampoco con la intención de discutir la veracidad de las percepciones asociadas al consumo saludable de vinos orgánicos VS la producción convencional. El objetivo es poner en relieve la importancia de entender cómo y porqué se generan este tipo de creencias. Una de las características principales de la vitivinicultura frente al cambio climático y social es su impredecibilidad. El futuro de la producción vitivinícola es en buena medida impredecible, por lo tanto, la preocupación actual de la investigación del sector debe ocuparse no solo en intentar predecir las condiciones futuras para adelantarse a los problemas, sino también en tratar de entender en profundidad los cambios en el presente para hacer frente a esa incertidumbre.

Con esos antecedentes, esta presentación busca aprovechar el espacio de diálogo crítico en el 44^o Congreso Mundial de la OIV para argumentar la importancia de los estudios socio-antropológicos en la interpretación de las transformaciones y cambios en las que se encuentra la producción y el consumo de vino en la actualidad. Lo anterior, con el objetivo de alcanzar una comprensión integral de las principales problemáticas en torno a la industria vitivinícola y así poder avanzar en sus desafíos. En esa línea, la socio-antropología del vino [12, 13, 19] busca describir en profundidad lo que está cambiando, su impacto, sus consecuencias, y la capacidad de cada contexto para responder a los cambios. De manera que, una de las principales contribuciones que este campo de estudio realiza a la transición sustentable es cuestionándola, entendiéndola y analizando a qué responden los cambios y adaptaciones [20].

Los estudios sociales de la alimentación y las bebidas, y la etnografía como una de sus herramientas metodológicas, se caracterizan por su aptitud para el diálogo inter/multidisciplinar, por su visión holística e integradora y por su capacidad para la interpretación de las particularidades locales. Lo anterior, permite la comprensión de problemáticas complejas en contextos específicos, y su relación con transformaciones globales más amplias. Bajo esta aproximación teórica y metodológica, la presente crisis medioambiental y social a la que se enfrenta el sector vitivinícola se interpreta como un acelerador del cambio y la innovación [20], [21]. Crisis anteriores como la filoxera o la diversificación de la producción de vino con la globalización han marcado importantes etapas de cambio

y han demostrado la importancia de la innovación, la transferencia de conocimiento y la tecnología. Por ello, se defiende que la transición hacia la sustentabilidad necesita algo más que cumplir unos números y conseguir una certificación, sino que necesita un proyecto de cambio [20]. Las preferencias de los consumidores por la calidad, la diversidad de (variedades, de estilos, de valores, de estéticas), la democratización y transparencia de la información en torno a la seguridad, la salud y la ética asociada a la producción sostenible de alimentos y bebidas sirven para resaltar las oportunidades de cambio e innovación en el sector. En ese escenario de transformaciones y sus desafíos, la socio-antropología se encuentra bien posicionada para interpretar estos procesos mediante el intercambio de ideas a través de fronteras culturales y disciplinarias.

La globalización, las nuevas demandas, el cambio climático son estresores, disruptores, y a su vez motores del cambio [20, 21]. Esta interpretación deja ver a su vez, que el cambio social y ambiental van de la mano. Es decir, que no solo la cultura modifica a la naturaleza [22], también los cambios a nivel medioambiental están desencadenando nuevas demandas y formas de consumo en la sociedad. La antropología y la ecología política sitúan el papel de la diversidad en el corazón de la sustentabilidad, la cual se caracteriza como un proyecto explícito de transformación y transición. Así, el estudio de la sustentabilidad se enfoca en describir cómo se entienden los cambios, a la vez que busca alternativas al sistema hegemónico [23, 24] de valores en torno al consumo y la producción de vino [15, 25]. La antropología define la sustentabilidad como un principio basado en cultivar la pluralidad, cultural, económica, política y ecológica, para así poder abordar la imprevisibilidad del futuro. De esta forma la sustentabilidad exige prácticas que fomenten, valoren, apoyen, defiendan y generen diversidad a todos los niveles [20]. La socio-antropología de los alimentos y las bebidas presentan herramientas teóricas y metodológicas de gran utilidad para explicar la diversidad, el dinamismo y el cambio en las prácticas de producción y consumo de vino. Sin embargo, el holismo metodológico y analítico en el que se encuadran este tipo de estudios ha hecho que su conocimiento sea difícil de manejar para los gobiernos y las instituciones [26], y, por tanto, que a menudo queden fuera de estas esferas. Los argumentos expuestos en esta presentación ponen en relieve la necesidad de entender mejor la complejidad de los cambios, adaptaciones y transformaciones de la industria vitivinícola. Por ello, se defiende que la antropología y los estudios socioculturales de la alimentación y las bebidas tienen un papel determinante en la investigación del sector y agronegocio del vino.

Referencias

1. M. del C. Salas Quesada, “Cananea (Sonora) y Sonoita-Elgin (Arizona) como nuevas geografías vitivinícolas. Globalización, territorio y creación de valor.” Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo A.C (CIAD), Hermosillo (2021)

2. van Leeuwen et al., “An Update on the Impact of Climate Change in Viticulture and Potential Adaptations,” *Agronomy* **9**, 514 (2019)
3. I. Tattersall and R. Desalle, *A Natural History of Wine*. New Haven: Yale University Press, 226 (2015)
4. E. Asimov, “On his podcast ‘Wine and Hip Hop’, Jermaine Stone aims to bridge cultures,” *The New York Times*, Apr. 24 (2023)
5. Resolución OIV-VITI 652-2021. Recomendaciones de la OIV en materia de selección y obtención de variedades de vid para su adaptación a los efectos del cambio climático,” París, Jul, 4 (2021)
6. B. Andrews, “6 Wine Industry Trends to Watch in 2023,” *Seven Fifty Daily*. The business and culture of drinks, Dec. 29 (2022)
7. A. Appadurai, Ed., *The Social Life of Things*. New York: Cambridge University Press (1986)
8. D. Graeber, “Value: anthropological theories of value,” in *The Handbook of Economic Anthropology*, J. G. Carrier, Ed., Northampton, USA: Edward Elgar Publishing, 439–455 (2005)
9. C. Fischler, *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama (1990)
10. S. Cappeliez, “Spending, taste and knowledge,” in *The Routledge Handbook of Wine and Culture*, London: Routledge, 288–296 (2022)
11. D. Inglis and A.-M. Almila, Eds., *The Globalization of Wine*. London: Bloomsbury Publishing, 36 (2019)
12. M. Demossier, *Burgundy: A Global Anthropology of Place and Taste*. New York: Berghahn Books (2018)
13. S. Charters et al., Eds., *The Routledge Handbook of Wine and Culture*. London: Routledge (2022)
14. P. Bourdieu, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la Cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores (2010)
15. M. del C. Salas Quesada, “Overcoming the reproduction of the value(s) system in wine: Evidence from wild western Arizona,” Mexico (aún por publicar)
16. J. Hirsch, “Is natural wine actually better for you?” *The New York Times*, Sep. 23 (2022)
17. A. Mariani and A. Vastola, “Sustainable winegrowing: current perspectives,” *International Journal of Wine Research*, 37 (2015)
18. R. Monroe, “How natural wine became a symbol of virtuous consumption,” *The New Yorker*, 25 (2019)
19. R. E. Black and R. C. Ulin, Eds., *Wine and Culture. Vineyard to glass*. Bloomsbury Publishing (2013)
20. M. Brightman and J. Lewis, Eds., *The Anthropology of Sustainability*. New York: Palgrave Macmillan US (2017)
21. R. Leichenko and K. O’Brien, *Environmental Change and Globalization*. Oxford University Press (2008)
22. A. Escobar, “After Nature,” *Curr Anthropol* **40**, 1, 1–30 (1999)
23. A. Moragues-Faus and T. Marsden, “The political ecology of food: Carving ‘spaces of possibility’ in a new research agenda,” *J Rural Stud* **55**, 275–288 (2017)

24. A. Moragues-Faus and T. Marsden, “The political ecology of food: Carving ‘spaces of possibility’ in a new research agenda,” *J Rural Stud* **55**, 275–288 (2017)
25. M. del C. Salas Quesada, S. A. Sandoval Godoy, and G. Núñez Noriega, “Old categories and new wine geographies. Discussing the creation of value, tradition and identity,” *Revista culturales* **9**, 1–31 (2021)
26. S. M. Hoffman, T. Hylland Eriksen, and P. Mendes, Eds., *Cooling Down: Local Responses to Global Climate Change*. New York: Berghahn Books (2022)