

## EL TERRITORIO MÁS ALLÁ DEL TERROIR EN LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS: LA IDENTIDAD TERRITORIAL EN LA ESTRATEGIA PRODUCTIVA DE LA DOP “CEBREROS” (AVILA)

MARTA MARTÍNEZ ARNÁIZ ([id](#))<sup>1</sup>  
EUGENIO BARAJA RODRÍGUEZ ([id](#))<sup>2</sup>  
DANIEL HERRERO LUQUE ([id](#))<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Departamento de Historia, Geografía y Comunicación, Universidad de Burgos. Paseo de los Comendadores, s/n.  
09001 Burgos*

<sup>2</sup>*Departamento de Geografía, Universidad de Valladolid. Plaza del Campus, s/n, 47011 Valladolid*

Autor de correspondencia: [mmar@ubu.es](mailto:mmar@ubu.es)

**Resumen.** Esta aportación indaga sobre la dimensión múltiple del concepto terroir y su carácter polisémico dependiendo de la escala territorial de aplicación: macro –la demarcación de origen en sus características definitorias generales– o micro –la zonificación intra-DOP orientada a destacar la singularidad de los vinos según la ubicación concreta de los viñedos. Como ejemplo de este uso dual de terroir, se estudia el caso de la DOP “Cebrenos” (Ávila), en la vertiente sur de Gredos, de reciente inscripción (2019) pero de larga tradición vitivinícola y notable legado patrimonial de la actividad sobre el territorio. El objetivo fue sondear mediante trabajo de campo, entrevistas a los responsables de la DOP y revisión de los mensajes vertidos en las webs de las bodegas la percepción que los productores vitivinícolas y gestores de la DOP tienen sobre la potencialidad del terroir para la promoción comercial de sus vinos y del mismo territorio de producción. Primero, como recurso de identidad patrimonial con el que valorizar la imagen comarcal del lugar de origen. Segundo, como argumento de diferenciación de calidades y matices gustativos de los vinos en función de la situación concreta de las viñas, dada la notable variedad de condiciones debido a la anfractuosidad de este espacio de montaña.

**Palabras clave:** terroir, territorio, denominaciones de origen vitivinícolas, zonificación vitícola, Cebrenos.

### THE TERRITORY BEYOND TERROIR IN GEOGRAPHICAL INDICATIONS: THE TERRITORIAL IDENTITY IN THE PRODUCTION STRATEGY OF THE “CEBREROS” PDO (AVILA)

**Abstract.** This contribution aims to investigate the multifactorial concept of terroir and its polysemic nature depending on the territorial scale of application: macro -the delimitation of the origin in its general defining characteristics- or micro -the intra-PDO zoning aimed at highlighting the uniqueness of the wines according to the specific location of the vineyards. As an example of this dual use, the case of the "Cebrenos" PDO (Ávila), on the southern slope of Gredos, is studied. Recently registered (2019) but with a long winemaking tradition, it has a remarkable heritage legacy of the activity in the territory. The objective is to survey, through fieldwork, interviews with PDO managers and producers, and the review of the promotional messages posted on the wineries' websites, the perception that winegrowers and PDO managers have about the potential of the terroir for the commercial promotion of their wines and of the production territory itself. As a heritage identity resource with which to enhance the regional image of the place of origin. As an argument to differentiate the qualities and taste nuances of the wines according to the specific situation of the vineyards, with a remarkable variety of conditions due to the ruggedness of this mountainous area.

**Keywords:** terroir, territory, wine protected designation of origin, wine zoning, Cebrenos.

## 1. INTRODUCCIÓN

La tradición vitivinícola en la vertiente meridional de la Sierra de Gredos logra mantenerse dentro del contexto productivista por su orientación hacia la elaboración de vinos minoritarios y singulares que toman como aval los valores ambientales, paisajísticos y culturales/patrimoniales del territorio en el que se crían. La continuidad del cultivo en este espacio de montaña, marginal respecto a las grandes áreas vitivinícolas, ha conservado un paisaje productivo en el que impera la lógica organizativa tradicional como resultado del apego histórico de los viñadores locales, custodios de majuelos viejos en porcentaje notable. Por ello, en la comarca de Cebreros (Ávila), la identidad territorial lidera el discurso en la distinción de referencias vitícolas, sobre todo a partir de su registro como DOP en 2019. Por un lado, se argumentan los valores y atributos del lugar como espacio de producción: suelos graníticos, altitudes entre los 800 y los 1000 m, orientaciones de ladera, variedades de uva, etc. Por otro, el valor del paisaje como imagen referencial, que permite vincular la calidad singular de las elaboraciones vitícolas al marco territorial en su conjunto, apelando a la tradición bajo el prisma de la innovación y el respeto ambiental. El presente trabajo constata ese discurso totalizador de la identidad territorial junto al más restrictivo del terroir usado para la zonificación, tomando como estudio de caso una DOP pequeña y joven, en un ámbito de montaña con atributos ambientales y potencial turístico reconocidos. En ella, el discurso sectorial vitícola contribuye a promover el reconocimiento integral de los valores territoriales y la multifuncionalidad que de ello se deriva.

## 2. OBJETIVOS Y MÉTODO

Con la finalidad de conocer el sentido dado al terroir desde la perspectiva de los viticultores y gestores responsables de la DOP “Cebreros”, el método de trabajo se fundamenta en la recogida de información primaria y secundaria. Por un lado, se han recabado datos directos del trabajo de campo realizado en el territorio y de las entrevistas personales llevadas a cabo con los técnicos de la DOP y algunos productores. La información secundaria procede de la revisión del discurso elaborado y difundido a partir del terroir por las 22 bodegas integradas en la DOP “Cebreros”. Con ello se quiere comprender la evolución de los valores atribuidos a la identidad territorial desde el concepto clásico de terroir y sus diferentes usos, tomando como estudio de caso una DOP de reciente creación y fuera del marco de las denominaciones vitivinícolas nacionales más prestigiosas, si bien su larga trayectoria histórica como región vitivinícola le da un cierto renombre de alcance local y la posibilidad de situarse como DOP emergente.

## 3. ESTADO DE LA CUESTIÓN: LA NARRATIVA DEL TERROIR Y SU INSTRUMENTALIZACIÓN

La noción de terroir vinculada a la viticultura es una connotación positiva de particularidad que relaciona los atributos sensoriales del vino con las circunstancias ambientales que rodean el cultivo de la vid. En este sentido, la Organización Internacional de la Viña y el Vino ofrece una definición formal de terroir vitivinícola referida “a un espacio sobre el cual se desarrolla un saber colectivo de las interacciones entre el medio físico y biológico identificable y las prácticas vitivinícolas aplicadas, que confieren unas características distintivas a los productos originarios de este espacio” (OIV, 2010). En el concepto, el anclaje al lugar se refiere tanto a los factores físicos –mineralidad y textura de los suelos, clima, hidrología, topografía, altitud, exposición, biodiversidad– como a los factores sociales del proceso productivo, esto es, el “saber hacer” referido a unas prácticas culturales específicas de manejo del cultivo y elaboración de los vinos. Un vino empieza en la tierra, pero, en la singularidad debida al lugar de producción, la concepción naturalista de los marcadores físicos siendo relevante no lo es más que la humanista-cultural en cuanto a la forma de apropiación y puesta en producción del espacio, pues, como bien expresaba Roger Dion en 1952 (citado por Duhart, 2011) “el papel del suelo en la elaboración de un vino distinguido (grand cru) no va más allá que el de la materia en la creación de una obra de arte. Definir los grands crus de la región de Burdeos como una consecuencia de un determinado suelo de gravas no es menos excesivo que referirse al arte gótico como un resultado de las calizas”. Lo que verdaderamente parece significar el término terroir es la totalidad: el impacto transformador humano sobre la tierra en relación a las variedades de uva existentes, convenientemente elegidas y adaptadas según las condiciones del lugar, junto a las técnicas agronómicas y de vinificación desarrolladas para un mayor rendimiento y calidad final de la uva y los caldos (Van Leeuwen y Seguin, 2006).

Así pues, en el discurso vitivinícola, la referencia sectorial siempre es territorial, aunque conviene prevenir la confusión entre el significado descriptivo del concepto *terroir* y el jurídico de una Indicación Geográfica. La viña, como agrosistema local, reivindica su potencialidad productiva en la singularidad del terruño cada vez con mayor precisión, en un juego de escalas que desde el plano general de la comarca –con referencia, por ejemplo, a la superficie de una DOP–, va profundizando escalarmente en el detalle de lo específico mediante expresión territorial zonificada de valle, ladera, pueblo, paraje, parcela o viña. No obstante, la fuerza distintiva del lugar con perspectiva micro, tan reivindicada en el modelo borgoñés de los climats, convive con la apertura de foco que suponen los discursos totalizadores de la identidad territorial apoyados en las características comunes del territorio de origen, la tradición, los valores patrimoniales y el paisaje como expresión de compendio (Ballantyne *et.al.*, 2019, 128). Este sentido territorial amplía la practicidad del término como marcador general de calidad y argumento de marketing, añadiendo un valor simbólico colectivo, que, a menudo, está bien representado en el paisaje. Con esta perspectiva, el término *terroir* –traducido con ambigüedad al español como terruño– resulta en su significación y alcance incluso más fiel a su origen etimológico francés como derivación del latín popular “*terratorium*”, palabra derivada a su vez del latín clásico *territorium* (Trésor de la langue française informatisé). No obstante, las dos perspectivas, esto es, el “vuelo” de la panorámica general y el “suelo” de la singularización zonificada, conviven actualmente en las regiones vitivinícolas aportando narrativas complementarias. Ahí, el significado de *terroir* gana en polisemia, pasando con ambigüedad de ser soporte proveedor de productos con marchio distintivo a ser producto en sí mismo, que añade a su antiguo significado referencial otro identitario en referencia al patrimonio territorial y a su imagen, esto es, un paisaje representativo con transcendencia en la promoción comercial y turística de los vinos (Capitello *et.al.*, 2021).

La invocación del *terroir* para explotar la identidad local y patrimonial en las estrategias de marketing entre los productores vitícolas lleva a algunos autores a hablar de instrumentalización del concepto, afirmando que la marcada artificiosidad con que se trata lleva incluso a eludirlo en su prístino significado. No es inhabitual, además, que su defensa en el “Viejo mundo”, con Francia particularmente como inventora del término y gran valedora del mismo, se vea enfrentada a su cuestionamiento entre los productores del “Nuevo mundo” (Australia, Sudáfrica, América) por el trasvase automático de un concepto de naturaleza compleja que puede acabar siendo una construcción mercantil con vocación de construcción social (Cross *et.al.*, 2011; Spielmann y Gélinas-Chebat 2012; Ballantyne *et.al.*, 2019). En este sentido, Cross *et. al.* (*ibid.*), en su estudio mediante análisis de precios hedónicos sobre el valor del *terroir* en el precio de los viñedos en el valle Willamette de Oregón –una de las regiones vitivinícolas importantes de Estados Unidos– afirman la importancia referencial de las denominaciones de origen –American Viticultural Areas (AVA) en el sistema americano– y el interés creciente por atribuir valor adicional a la ubicación particular de los viñedos dentro de estas (sub-AVA). Sin embargo, todavía hoy la referencia para el consumidor americano que justifica el precio del vino, y determina finalmente el del viñedo, es la reputación del territorio de origen en global (DOP) o acaso el prestigio particular del bodeguero, sin discernir la calidad de vinos específicos según clasificaciones de *terroir* intra-DOP. Por tanto, la apuesta de los productores americanos discriminando el valor del *terroir* en el precio del viñedo es una estrategia aspiracional de construcción social del valor de los vinos bajo el argumento de las cualidades intrínsecas que este puede aportarles.

A similares conclusiones de ambigüedad llegan el resto de autores arriba citados en referencia al uso de este concepto en vinos chilenos, sudafricanos o neozelandeses. En general, parece que cuanto más nueva y menos renombrada es una denominación de origen más se apoya y hace valer la marca de lugar colectiva como referencia de territorio y paisaje común, de tradición y valores patrimoniales. Dualidad de uso que también se observa en Europa, como muestran Riviezzo *et. al.* (2017) cuando analizan el uso que los productores dan al *terroir* en la construcción de la imagen del lugar aprovechando la identidad local y el patrimonio cultural en las estrategias comerciales de las DOP italianas y francesas que analizan –Sannio (Italia) y Pic Saint-Loup (Francia)–. Ambas son de segundo nivel en cuanto a prestigio y/o proyección comercial, bien porque siendo DOP grandes y poco prestigiosas –cantidad frente a calidad, en el primer caso– reivindican la zonificación interna para diferenciarse, bien porque la necesidad de construirse un nombre común se considera prioridad frente a los individualismos, como se apunta en el segundo caso.

Todo lo dicho muestra del encendido debate que se genera en torno al uso del término *terroir*, componente fundamental del discurso del origen, pero empleado con escalas y discursos distintos en busca del argumento de la diferenciación. Este es el contexto en el que se sitúa la DOP “Cebrenos”. Inscrita recientemente en el registro europeo de indicaciones geográficas, tiene, sin embargo, una larga trayectoria en la producción de vinos conocidos por ese nombre de referencia comarcal. Los atributos distintivos del



En este medio abrupto, extremo para la vid en altitud, de pendientes acusadas, calidad de suelos graníticos de escasa profundidad, arenosos y áridos, y clima riguroso, el viñedo prospera por adaptación de sus variedades tradicionales (Garnacha Tinta y Albillo Real) y un manejo de la viña que, con sabiduría ancestral, administra los quehaceres con sujeción a los ritmos naturales de la sierra. Así es la práctica de poda en dos tiempos –en octubre “a tercio” (5-6 yemas), en febrero-marzo “a hecho” (2 yemas)–; así también la vendimia temprana de albillo real –primera mitad de agosto– y la tardía y secuencial, según altitudes, de las uvas tintas por adaptación de la variedades de uva principal de maduración temprana (Garnacha Tinta) que, en este clima de montaña de acusada variación entre el calor del día y el frescor de la noche, particularmente en el tramo final del verano, alarga el ciclo de maduración de la uva hasta completarse lentamente a finales de septiembre.

En la DOP “Cebreros”, el terroir se expresa en todos estos factores físicos limitantes que reducen el vigor de la vid y el tamaño de la baya proporcionando particularidad a la calidad de la uva y a su potencialidad vinícola; pero igualmente, el territorio se expresa en la forma en la que el saber tradicional ha logrado sacar el mayor partido de esos condicionantes, primero en el contexto de la subsistencia y la necesaria diversificación de cultivos, y ahora, en el marco del postproductivismo, por la oportunidad comercial que se abre a la inserción competitiva de los vinos minoritarios y singulares en un mercado ávido de novedades. Como afirman Baraja y Herrero (2020), las mismas condiciones naturales que avalan la singularidad de estos viñedos constituyen un serio condicionante para su continuidad por el trabajo que exige su cuidado, manual en su mayor parte, y su escaso rendimiento. Ello ha llevado al abandono y a una dramática reducción de su superficie, con el descepaado como práctica habitual en las últimas décadas para la venta de derechos a otras áreas de fuerte crecimiento (Ribera del Duero, Rioja, Rueda...). Se calcula en unas 1000 ha la desaparición de viñedo, con las consiguientes pérdidas para la biodiversidad y el patrimonio cultural. Pero, al tiempo, la tradición y apego al cultivo han permitido la pervivencia de viñedos viejos en vaso en proporción significativa (el 81 % de los viñedos de la DOP tiene más de 60 años y el 26 % más de 90), lo que da producciones bajas, pero de gran calidad. El cultivo en espaldera, de reciente introducción, es mínimo (unas 26 ha inscritas, menos del 5 %).

La trayectoria de esta DOP joven y las bases sobre las que se asienta, otorgan a estos viñedos antiguos un valor distintivo, por lo que su futuro parece estar asegurado dentro de ella. Unos 1600 viticultores cultivan la viña en la comarca de Cebreros, con superficies medias de una o dos hectáreas, si bien algo menos de 355 cultivadores y 552 ha de viñedo están amparados por la DOP Vinos de Calidad “Cebreros”. La tradición de elaborar en casa vino de pitarra sigue viva en este territorio, lo que ha permitido el mantenimiento de una superficie de viñedos que dan, a futuro, posibilidades de crecimiento a la DOP. Como es norma en la comarca, también dentro de la DOP el terrazgo de viñedo se caracteriza por la microparcelación (1.301 parcelas, de las cuales el 75 % no llegan a media hectárea y el 91 % a la hectárea) y la discontinuidad espacial.

Así pues, los viñedos de Gredos son casi una anécdota en el paisaje, pero suponen un valioso legado patrimonial como símbolo de resiliencia y tradición, cuestiones reivindicadas por los nuevos vitivinicultores. A partir de esta herencia territorial, el espacio vitivinícola en regresión se convierte en espacio emergente, como prueba su reciente promoción a DOP en 2019 y la evolución del número de bodegas bajo su amparo, desde las 8 en el arranque del proceso en 2017 hasta las 22 actuales. Proyectos pequeños, la mayoría concebidos como segunda ocupación, pero que tienen en el arraigo y la pasión por el reto de elaborar buenos vinos su leitmotiv.

Lo diferencial de esta DOP son unas condiciones de producción particularmente difíciles y una tradición acorde a ellas en el manejo del viñedo y elaboración de los vinos. En definitiva, el territorio es el soporte material (físico) e inmaterial (histórico-cultural) sobre el que se construye el discurso de valor para la diferenciación cualitativa de los vinos de Cebreros.

## **4.2. El terroir en la construcción del relato distintivo de lugar**

### *4.2.1. El territorio DOP y su imagen como referencia identitaria y eslogan común*

La consideración amplia de terroir, en términos de unidad de origen comarcal y unicidad por los caracteres específicos comunes del lugar, es una referencia de compendio que aúna todos los atributos físicos y humanos del concepto. Su uso en esta versión totalizadora es expresión de una identidad

compartida en la que reconocerse a modo de estrategia colectiva en el objetivo de amplificar la reputación del lugar común.

En ese contexto, los elaboradores de Cebreros al amparo de la DOP apelan a las raíces y están desarrollando proyectos enfocados a crear vinos de calidad arropados en el discurso de los valores materiales e inmateriales del territorio que explican su carácter. Es una constante entre los bodegueros la alusión a los factores físicos -"Es una zona de cierta altitud, con una orografía y clima muy particulares de la que se obtienen unos vinos delicados y muy sofisticados" (Chato Gañan)-. Pero también se alude con el mismo afán diferenciador a la tradición vitivinícola y a lo distintivo del legado común -"Viñedo viejo, en vaso, poco rendimiento y alta expresión del suelo, es lo que hace singular a toda esta zona" (eme erre viñadores)- y a los ancestros como custodios del mismo. No en vano, muchos de los proyectos provienen del arraigo familiar y nacen saltándose a la generación anterior y los años del productivismo para centrarse en el valor distintivo del patrimonio y lo único -"Nuestros abuelos son quienes nos han inculcado el amor por la viticultura tradicional (...). Siempre han cuidado las viñas que heredaron de sus padres y plantaron otras de las que hoy nosotros cuidamos" (10 Delirios)-. En este sentido, hay un claro empeño por reivindicar el patrimonio agrícola comarcal, mediante la recuperación de viñedos abandonados para su puesta en producción. El éxito de estas operaciones se convierte en una historia que contar y las bodegas lo ponen en valor en sus discursos, argumentando prácticas poco intervencionistas en cultivo y en bodega para dejar que el vino se exprese a través de la viña.

Estos enfoques generales del terroir son habituales en las DOP pequeñas, de indudable coherencia geográfica, que, por encima de los individualismos, están en el proceso de construirse un nombre como marca común de diferenciación en torno al territorio. Así, todas las bodegas de la DOP "Cebreros", centradas en resaltar lo distintivo de sus viñedos y elaboraciones vitícolas, encuadran su discurso en el plano general, esto es, el territorio de la Sierra de Gredos. Aunque las alusiones explícitas al paisaje son veladas, y ninguna referencia al mismo encontramos en el Pliego de Condiciones de la DOP, la imagen de los viñedos de Cebreros es el marco de Gredos, la anfractuosidad del territorio y la mineralidad granítica en la que estos prosperan. La mayoría de las bodegas son pequeñas empresas artesanales, cuya marca propia necesita, para su proyección exterior, de una sólida referencia de origen, pues todas tienen en común la tierra y un nombre comarcal de referencia que las ampara. Por ello están llamadas a colaborar en el prestigio de la denominación de origen colectiva. En términos comerciales, el terroir es usado, entonces, como marca de cobertura que da valor referencial de territorio a las marcas individuales.

Los vinos dicen mucho del territorio del que proceden, por lo que el resultado de vender los vinos con referencia a su origen es de doble dirección. Al promocionar con ellos la tierra que los cría, se favorece una multifuncionalidad que sirve de estímulo al desarrollo rural. Así, los proyectos enoturísticos empiezan a despuntar en Cebreros en torno al paisaje vitivinícola y la tradición bien representada en sus viñas históricas. Además de las iniciativas privadas de algunas bodegas, donde el paisaje y el viñedo escarpado y viejo son componentes fundamentales en las visitas, cabe mencionar el Plan recientemente concedido "Cebreros, un destino de enoturismo en el camino de las estrellas", enmarcado en el Plan Nacional del Turismo Enogastronómico y dotado con un millón de euros. El plan se centra en las posibilidades del enoturismo como actividad estratégica capaz de articular una oferta turística integradora de los valores ambientales y el patrimonio cultural del municipio en torno a los vinos de Cebreros y a otras actividades complementarias de esa oferta.

#### *4.2.2. Terroir y zonificación vitivinícola dentro de la DOP*

Aunque la DOP "Cebreros" está, como se argumentó arriba, en la tarea de construirse una imagen referencial de origen en la que se reconozca globalmente la calidad de sus vinos, lo cierto es que esta denominación surge cuando las demás están inmersas en procesos de zonificación interna reclamando el reconocimiento de matices de calidad intra-DOP con reflejo específico en el etiquetado. Por ello, a finales de 2019, pocos meses después de la entrada en vigor de la DOP en el registro europeo de indicaciones geográficas, el órgano gestor solicitó una modificación del pliego de condiciones relativa al etiquetado, a fin de permitir el uso de distintitas zonificaciones internas. Así, se admite la indicación facultativa "Vino de pueblo" -para cada uno de los términos municipales integrados en la DOP- y también los nombres de las unidades geográficas menores "Sierra de Gredos", "Valle de Alberche", "Valle del Tiétar", "Valle de Iruelas".

Esta circunstancia evidencia el doble uso, general y particular, del concepto terroir que reclaman las DOP españolas, incluso aquellas de poco recorrido y con un reconocimiento todavía limitado de su nombre de origen en el mercado.

El terroir con esta perspectiva de detalle empieza a reclamarse con fuerza también en la DOP “Cebreros”, por parte de las bodegas que quieren elaborar vinos de algunas cepas especialmente destacables por su antigüedad y/o localización, o bien por la naturaleza distintiva de los suelos (vetas de esquistos pizarrosos entre los granitos) u otra circunstancia que se considere excepcional.

## 5. CONCLUSIONES

El uso del término terroir a distinta escala puede introducir ambigüedad en su significación, pero su utilidad e instrumentalización en este doble sentido revelan su vigencia. En áreas de larga tradición vitivinícola, que tienen todavía una proyección limitada, es más fácil argumentar el valor estratégico que los productores asocian al concepto de terroir en discursos y acciones colectivas emprendidas para ensalzar la reputación del lugar, como se comprueba en la joven DOP “Cebreros”. Esta DOP emergente, como demuestra su buena evolución y crecimiento en poco tiempo, construye su discurso de origen en la singularidad del territorio como marco paisajístico-histórico-patrimonial. No obstante, cada vez se hace más evidente que la referencia genérica de las DOP, siendo fundamental, no resulta suficiente para satisfacer las aspiraciones internas. Más allá del marchamo genérico que aporta la DOP regional, la creación de sistemas flexibles de clasificación que avalen la singularidad de los vinos de terroir (en la escala micro) se abre paso de forma imparable, consolidando la polisemia actual que cabe atribuir al concepto.

**Agradecimientos:** Esta aportación se inscribe en el Proyecto de Investigación Sistemas Agroalimentarios Multifuncionales y Territorializados en España. Marco Normativo y Políticas. Análisis de casos en Castilla y León, con referencia PID2020-113162RB-I00, correspondiente a la Convocatoria 2020 de Proyectos I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación.

## REFERENCIAS

- Baraja Rodríguez, E., Herrero Luque, D. (2020). Crisis y pervivencia de los paisajes vitivinícolas en los bordes de Castilla y León: dinámica, estrategias e instrumentos contra el abandono y la pérdida de valores patrimoniales. *Estudios Geográficos*, 81 (289), e045. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.202059.059>
- Ballantyne, D., Terblanche, N.S., Lecat, B., Chapuis, C. (2019). Old world and new world wine concepts of terroir and wine: perspectives of three renowned non-French wine makers. *Journal of Wine Research*, 30 (2), 122-143. <https://doi.org/10.1080/09571264.2019.1602031>
- Capitello, R., Sidali, K.L., Schamel, G. (2021). Wine Terroir Commitment in the Development of a Wine Destination. *Cornell Hospitality Quarterly* 62(3), 313-323. <https://doi.org/10.1177/1938965521993084>
- Cross, R., Plantinga, A. J., Stavins, R. N. (2011). What is the Value of Terroir? *American Economic Review*, 101(3), 152-156. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.101.3.152>
- Duhart, F. (2011). Reflexiones desde la eco-antropología sobre el terroir. *Mundo Agrario*, 11 (22), 17 pp. Recuperado de [https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.4794/pr.4794.pdf](https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4794/pr.4794.pdf)
- Riviezzo, A., Garofano, A., Granata, J., Kakavand, S. (2017). Using terroir to exploit local identity and cultural heritage in marketing strategies: An exploratory study among Italian and French wine producers. *Place Brand Public Diplomatic* 13, 136–149. <https://doi.org/10.1057/s41254-016-0036-4>
- OIV (2010). RESOLUCIÓN OIV/VITI 333/2010. Recuperado de <https://www.oiv.int/public/medias/380/viti-2010-1-es.pdf>
- Pszczółkowski, P. (2014). “Terroir” y “Climats”: ¿realidad o quimera?, *RIVAR*, 1 (1), pp. 13 -1. Recuperado de [https://revistarivar.cl/images/vol1-n1/2\\_philippo.pdf](https://revistarivar.cl/images/vol1-n1/2_philippo.pdf)
- Spielmann, N., Gélinas-Chebat, C. (2012). Terroir? That’s not how I would describe it. *International Journal of Wine Business Research*, 24(4), 254–270. <https://doi.org/10.1108/17511061211280310>
- Van Leeuwen, C., Seguin, G. (2006). The concept of Terroir in Viticulture. *Journal of Wine Research*, 17 (1), pp. 1–10. <https://doi.org/10.1080/09571260600633135>