

Xosé M. Santos \*

## Os territórios do vinho na Galiza. Contribuição à Geografia cultural do vinhedo e do vinho

O cultivo do vinhedo na Galiza vêm de antigo. Existem muitas referências históricas que nos falam de uma presença muito mais ampla da actual. A expansom durante a Idade Meia, vinculada com freqüência com os mosteiros, levou a que praticamente fosse conhecido em toda a Galiza. As exportaçoms do vinho galego chegavam à Inglaterra e fôrom as responsáveis da prosperidade de algumas comarcas produtoras galegas e de alguns dos seus principais portos. Cidades ou vilas como Ourense ou Ribadávia explicam a sua existência urbana, a sua prosperidade e as suas crises em funçom do vinho; este serve para interpretarmos a sua história e ainda o seu presente e, talvez, o seu futuro. Boa parte da paisagem galega e dos costumes dos seus moradores só podem ser valorados considerando a presença do vinhedo. Voltando para o Ribeiro, o desenho das casas, as adegas, os ritmos laborais ou mesmo o calendário festivo estava condicionado por este cultivo e a sua transformaçom. A paisagem humanizada das ribeiras de muitos rios, entre eles o Minho, o Sil ou o Bibeí, com o trabalho esforçado nos socalcos que modificou a linha do desnível e arquitecturizou as vertentes dos cursos de água, está associada também ao vinhedo, dando lugar a uma das paisagens mais espectaculares da Galiza.

Crises e circunstâncias históricas, que agora nom cumpre sublinharmos, figérom que o vinhedo fosse retrocedendo até desaparecer de algumas áreas. Especialmente graves fôrom as crises do século XIX que provocárom a desapareçom das videiras de praticamente todo o norte da Galiza. Mas foi no século XX quando este cultivo experimentou as suas crises mais graves, nom tanto de tipo fitosanitário como social. A emigraçom que esvaziou os campos galegos afectou em cheio a estas áreas que vírom como a gente ia para fora, para a América primeiro, logo para a Europa e, finalmente, para cidades espanholas ou mesmo galegas. Por outro lado, o desenvolvimento da indústria e dos serviços oferecia melhores

\* Universidade de Santiago de Compostela – Departamento de Geografia.

espectativas económicas e sociais de jeito que, mesmo sem emigração, fôrom abandonando-se as prácticas agrícolas. Finalmente, as mudançás nos hábitos alimentares acelerárom a substituiçom do vinho por outras bebidas, sobretudo a cerveja mas também os refrigerantes.

Neste período é quando se produz uma queda demográfica muito forte que afecta as principais áreas vitícolas do país. Precisamente serám algumas comarcas de vinhedo as que conheçam uma regressom populacional mais grave. Isto aconteceu, por exemplo, no vale do rio Sil. Uma das suas partes, conhecida como Ribeira Sacra, caracteriza-se por umas ribeiras muito pronunciadas onde os socialcos som especialmente estreitos fazendo muito difícil o labor agrícola. Além disso, umas más vias de comunicaçom impedem a comercializaçom eficaz do produto. Os seus clientes tradicionais, sobretudo nas aldeias da Galiza, vam desaparecendo por mor da emigração. Vam-se, pois, encadeando uma série de circunstâncias que derivam na permanência unicamente das persoas idosas, que produzem uns vinhos apenas procurados polos novos mercados urbanos, que nom temem capacidade inovadora e que, finalmente, sofrem umas condiçoms produtivas muito precárias: à dificuldade tradicional de trabalhar os campos engade-se-lhe o abandono de muitos terrenos, que prejudicam asim o conjunto da vertente; a isto sumamos o esforço da idade dos labregos, uns baceiros velhos e uns preços baixos para uns vinhos incapazes de penetrar nos novos mercados. Portanto, cria-se uma espiral de pobreza que nom deixa de se tornar mais grave com o passo dos anos.

Considerando que a maioria do vinhedo galego se encontra localizado principalmente nas terras do interior e que estas fôrom as mais afectadas pola crise, podemos concluir que o processo descrito no parágrafo anterior pode ser aplicado, com mais ou menos intensidade, a quase todas as comarcas vitícolas da Galiza. Nas áreas litoráneas a vide localiza-se sobretudo nas Rias Baixas, penetrando por alguns vales, especialmente polo Minho. Nestes casos estamos ante um cultivo menos específico que historicamente fijo parte de um policultivo que ao longo do século XX se foi transformando em poliaactividade. Ainda que dá lugar a paisagens particulares, a vinha integra-se harmonicamente no conjunto económico sem adoptar um protagonismo excessivo. A comercializaçom do vinho é mais limitada, contribuindo para a melhora das rendas e do nível de vida de umas populaçoms que se encontram entre as mais dinâmicas da Galiza.

A partir da década de 1980 e muito particularmente de 1990 o vinho na Galiza conhece umas mudançás significativas que som parelhas às que se experimentam noutros lugares da Península Ibérica. Produze-se uma revalorizaçom do vinho que vai estar vinculada de maneira importante com o seu território. Quer dizer, logo de uma transiçom na qual o vinho evolui desde uma posiçom privilegiada como bebida principal das populaçoms trabalhadoras até outra em que é

substituído, em boa medida, por outras bebidas mais «internacionais» e «estandardizadas», chegamos a um terceiro momento no qual o vinho adquire um lugar especial como bebida social de muitos grupos urbanos. Por outro lado, vincula-se com o território porque a procura solicita nos mercados um produto identificável, que tenha uma origem e que esta sirva de garantia de qualidade. Portanto, a qualidade do produto vai estar intimamente ligada à da terra que o produz, ao território. Isto também explica a importância que adquire a imagem já que através dela ham-se transmitir mensagens destinadas a consolidar ou modificar os comportamentos dos mercados. Entramos, portanto, numa nova etapa em que aqueles lugares que souberem adaptar-se terão o êxito garantido, enquanto que para outros vai supor o seu definitivo declive.

Na Galiza, no nível geral encontramos uma estratégia orientada nesta direcção. Entre finais da década de 1980 e ao longo dos anos 1990 vam aparecer novas denominações de origem, que é a demarcação de uma região que visa a identificação das suas produções, neste caso o seu vinho. Às duas que tradicionalmente existiam, Valdeorras e Ribeiro, engadem-se-lhes outras três: Rias Baixas, Ribeira Sacra e Monterrei. Esta última já figera alguns intentos décadas atrás por atingir essa categoria mas certos atrancos impediram o seu êxito. Agora, apesar de que os problemas continuam, acede finalmente à tam ansiada categoria. Resulta interessante observarmos que os nomes das outras duas denominações (Rias Baixas e Ribeira Sacra) tenhem mais conotações com a imagem do que com as estritamente relacionadas com o nome tradicional desses espaços, em consonância com a importância que tem a imagem na criação de mercados. Na realidade, a Ribeira Sacra é como se denomina uma pequena porção do vale do Sil, uma ribeira humanizada com os socalcos de vinhedo e com vários mosteiros que na sua origem tivérom muito a ver com este cultivo. A espectacularidade destas terras fiço que tornasse entre finais da década de 1980 e princípios da seguinte um dos projetos estelares do turismo de interior da Galiza com várias actuações, em geral, pouco eficazes. Em qualquer caso, popularizou-se enormemente este chamativo nome e muitos visitantes acodem alá cada ano para percorrer de barco as águas das numerosas barragens. A área turística foi notavelmente ampliada a outras ribeiras vizinhas. Consideramos que foi esta campanha promocional turística a que estabeleceu as bases para a criação desta denominação de origem que, por outro lado, era precisa para começar a revitalizar a economia de uma das regiões mais deprimidas da Galiza. De qualquer jeito, o que cumpre salientarmos agora é que o marketing territorial está na base da criação da denominação de origem Ribeira Sacra.

O caso das Rias Baixas nom deixa de ter muitas similitudes com o exemplo anterior, ainda que a situação de partida e os resultados som muito diferentes. Quando no ano 1989 foi aprovada a denominação de origem Rias Baixas, a viti-

vinicultura da região sul-ocidental da Galiza caracterizava-se pelo domínio de castes muito produtivas mas ruins; som os híbridos produtores directos que produziam vinhos azedos, inestáveis e fracos que apenas eram engarrafados, sendo a sua comercialização de curto rádio. As castes de qualidade, como a Alvarinho, Treijadura ou Loureira, apareciam misturadas e a sua importância era pequena, excepto em alguns pontos, particularmente no Salnês e nas terras minhotas fronteiriças com Portugal. A fama e a promoção de um destes vinhos monovariaetais de qualidade elaborado sobretudo no Salnês provocou que a princípios da década de 1980 se solicitasse uma denominação específica alvarinho. A legislação europeia nom permitia obter a exclusividade de uma caste e portanto havia que definir uma denominação de origem com uma zona produtora bem delimitada. Fôrom demarcadas tres áreas onde estas variedades de qualidade tinham mais presença: duas no Baixo Minho galego e outra na ria de Arousa. O que nos interessa destacar aqui é que na hora de escolher um nome para esta denominação de origem foi fundamental seleccionar aquel que melhor se pudesse vender. De novo o território e a sua imagem vam ter um papel de primeira ordem. O vocábulo «Rias Baixas» é relativamente recente, mas desde a sua aparição estivo muito vinculado com o turismo. Já desde os anos 1920 o Patronato Nacional de Turismo da Espanha realizou alguma campanha promovendo o uso turístico dessa denominação; mais tarde, no ano 1964, Rias Baixas foi, com a Costa Brava e a do Sol, a primeira denominação geoturística reconhecida polo Ministério de Informação e Turismo. Em definitiva, este espaço litoráneo do sudoeste da Galiza era bem reconhecível no conjunto do Estado espanhol e associava-se a umas certas características de riqueza e dinamismo. Portanto, no momento de nomear a nova D.O. optou-se por este singular nome apesar de que a maior parte da área que se abrangia ficaba fora do que som estritamente as Rias Baixas.

Portanto, quer no exemplo da Ribeira Sacra quer no das Rias Baixas, observamos a importância que tem a imagem do território, ainda que só seja a perceptual, na hora de aceder aos mercados. Um território de qualidade, quer visual, quer histórico, quer económico, significa também que as suas produções tenham igualmente essas mesmas características de qualidade. Se em vez de optar polo nome Rias Baixas ou Ribeira Sacra se tivesse escolhido outro como Pontevedra ou Vale do Sil, as dificuldades para o aceso aos mercados, sem dúvida, teriam sido maiores. Nestes casos a imagem do território está menos definida supondo um efeito concorrencial negativo. Isto vemo-lo também nas regiões demarcadas tradicionais, Valdeorras, Ribeiro e Monterrei. Considerando que as tres tenhem capacidade suficiente para produzirem vinhos de qualidade, só o Ribeiro tem um nome o suficientemente conhecido como para sobreviver sem ter necessidade de realizar um márketing territorial. Polo seu lado, Valdeorras e Monterrei unem ao seu desconhecimento nos mercados, mesmo nos galegos,

uma ausência de estratégias territoriais que dificulta a sua adaptação às novas exigências do consumo.

## VINHEDO E ESTRATÉGIAS TERRITORIAIS

Falavamos da importância que tem o território nas novas estratégias económicas e sociais que desenvolvem os distintos agentes com a finalidade, neste caso, de promoverem a indústria do vinho. De todos os jeitos cumpre matizarmos algo sobre o tratamento que lhe dá a esse território. Infelizmente a concepção que se tem do mesmo nem sempre é a que deveria ser. A ignorância que durante muito tempo se teve a respeito dele e a falta de profissionais nesta disciplina, obstaculiza as políticas de ordenamento do território das quais tanto se está a falar nos últimos tempos. Desta maneira, por exemplo, o território acostuma ser concebido como uma sucessão de elementos isolados uns dos outros em cujo seio intervinem actores independentes entre si. Isto quer dizer que os assentamentos humanos, o património artístico e natural, os vinhedos e assim sucessivamente são interpretados de maneira individual sem que aparentemente façam parte de um mesmo sistema. Isto, evidentemente, é um erro importante que provoca múltiplas deficiências nas actuações territoriais.

Ao analisarmos a Ribeira Sacra encontramos muitas destas deficiências em relação ao território. Como já foi dito, este espaço da Galiza interior, onde as vinhas ascendem por espectaculares socalcos, constitui um dos cenários naturais e culturais mais interessantes do país, ao mesmo tempo que é um dos mais abandonados. Baseando-se nestas características na década de 1980, e sobretudo na seguinte, houve actuações que visavam a recuperação desta zona. O *Estudo piloto prévio e propostas de recuperação e reabilitação da Ribeira Sacra* foi talvez o intento mais sério para pôr acima da mesa propostas concretas e integrais para a comarca. As propostas feitas nesse documento abrangiam não só o património religioso, como acostuma ser habitual, mas também havia medidas em favor da agricultura, muito particularmente da viticultura, e também de outras actividades. Como já foi dito, havia uma concepção integral deste espaço onde as vinhas e os socalcos formavam parte essencial do mesmo.

Algumas das propostas que continha esse estudo foram de algum ou de outro jeito levadas adiante em anos posteriores. Porém, em nenhum momento se conservou a visão integral que ali se formulava. Por exemplo, do ponto de vista económico criou-se uma denominação de origem para os vinhos da zona; turisticamente procedeu-se à sinalização de rotas, à criação de equipamento de hotelaria rural e à posta em funcionamento de embarcações que percorrem as águas das barragens; na perspectiva patrimonial iniciou-se uma política de

reabilitaçom de monumentos. Alguma iniciativa comunitária e de outras administraçoms fõrom responsáveis de alguns destes projetos, contribuindo no seu financiamento. Porém, como diziamos, fõrom actuaçoms com freqüência descoordenadas e isoladas umas a respeito das outras. Assi vemos que apenas houve intervençoms sobre os assentamentos de populaçom; estes encontram-se num estado de abandono e degradaçom alarmante como conseqüência da emigraçom, da edificaçom de casas novas com péssima estética ou de reabilitaçoms muito pouco afortunadas. As rotas turísticas, na sua imensa maioria, evitam estes núcleos de populaçom: ao se localizarem, com poucas excepçoms, no contacto entre a planura e a ribeira é fácil eludir a sua vista desde as embarcaçoms que percorrem o rio. Portanto, as aldeias ficam fora do olhar turístico e apenas participam dos benefícios que gera essa actividade. Tampouco o fazem a agricultura ou a paisagem rural no seu conxunto. O reconhecimento da denominaçom de origem deu lugar à apariçom de alguma adega ou à modernizaçom de outras já existentes. Isto produziu uma sensível melhoria da economia agrária e, em conseqüência, uma recuperaçom parcial dos socalcos. Porém, foi parcial de mais, de tal maneira que é posível dizer que persistiu o abandono do cultivo e, portanto, a destruiçom dos muros de pedra que formam um dos elementos mais característicos e espectaculares da Ribeira. Além disso, algumas actuaçoms públicas como a construiçom de estradas provocárom importantes impactos que apenas fõrom considerados.

O alojamento de turismo rural, freqüentemente financiado pola iniciativa pública, foi aparecendo mas de jeito pontual e elitista. Quer dizer, ao igual que acontece no resto da Galiza e mesmo do norte de Portugal, som estabelecimentos geralmente correspondentes às grandes casas rurais com escassas capacidades de criaçom de sinergias e que excluem dos seus benefícios a imensa maioria da populaçom. Por outro lado, devemos considerar que na maior parte dos casos estamos ante excursionistas que nom dormem na zona ou, de o fazerem, utilizam as instalaçoms localizadas nas vilas e cidades próximas, como Monforte ou Ourense. Em definitiva, o turismo nom aparece desenhado como estratégia de conjunto já que se limita a alguns estabelecimentos de hotelaria, à visita a elementos isolados do património e à contemplaçom do cenário natural (ocasionalmente também cultural) desde as embarcaçoms que percorrem o rio. As populaçoms locais e as suas actividades quotidianas ficam fora do olhar do turista e, o mais preocupante, é que nom som considerados como substanciais para o desenvolvimento e o sucesso desta actividade.

Isto leva-nos a reafirmar algo que já é reincidente no nosso discurso: o turismo dificilmente modifica as condiçoms de precariedade de uma sociedade. Ao contrário, é o dinamismo de um povo o que pode obter do turismo os seus máximos benefícios. Isto podemos-lo exemplificar na comparaçom entre o que

acabamos de ver na Ribeira Sacra e o que acontece nos limites da denominação de origem Rias Baixas, mais concretamente numa das suas zonas, a do Salnés. Como já comentamos, este espaço caracteriza-se por um importante dinamismo económico com uma diversidade produtiva notável na qual se combina o marisqueio, a pesca, a indústria, o sector serviços, incluído o turismo, e uma agricultura significativa na que sobressaem os cultivos de hortaliças e o vinhedo. Foi este dinamismo económico o que, em boa medida, fijo proliferar uma multitude de pequenos negócios de hotelaria aproveitando o desenvolvimento turístico. O renascer e o forte impulso recebido polo vinhedo, do qual já falamos antes, nom deixou de ser mais uma outra oportunidade para criar novos recursos turísticos. No nível promocional, por exemplo, rapidamente o Alvarinho foi vinculado com o marisco, um dos grandes atractivos turísticos da região. Mas também as adegas vam entrar de vez no negócio turístico com actuações como a elaboração de uma rota que, promocionada polo Conselho Regulador, incluia visitas às instalações e degustações de vinhos. Polo seu lado, a festa do vinho Alvarinho de Cambados é um dos principais eventos festivos dos veraos das Rias Baixas e a ela fôrom-se engadindo outros como a feira do vinho tinto de Barrantes ou a feira do vinho de autor. Outro exemplo desta combinação é a iniciativa de alguma adega que, além de fazer visitar as instalações, fai percorridos polos principais monumentos da comarca, como um magnífico caso de posta em prática de ideias desde o mundo privado, algo que resulta bastante inusual na Galiza. A participação das populações locais é muito mais intensa já que som actividades inseridas numa dinâmica geral da sociedade que acostuma partir desde a base e nom desde a cima.

Com todo, é possível observarmos algumas eivas. Talvez a mais importante seja que a paisagem continua a ser concebida como um conxunto de elementos isolados. Nom hai, portanto, uma concepção global que valora o território na sua totalidade. Isto fai que, por exemplo, a excepcional disposição das videiras em latas ou emparrados apenas seja incorporada à experiência turística. As novas e grandes plantações vitícolas, que geralmente som as que se mostram aos visitantes, som, culturalmente falando, muito menos interessantes que as tradicionais. Estas, que se distribuem no território seguindo uma lógica produtiva e espacial, som ignoradas reiteradamente desaproveitando as potencialidades que tem este elemento. Os miradoiros que se erguem nas elevações montanhosas, além de estarem deficientemente equipados, só actuam como pontos visuais mas nom como centros interpretativos. Os paços, muito abundantes na comarca e muito vinculados com o vinho, tampouco som objecto de um uso dinámico relacionado com o turismo e que bem poderia melhorar a oferta; normalmente o seu interior ou as dependências que nom som as adegas ficam como ámbitos privados de uso exclusivo dos seus proprietários.

E o que acontece nas denominações de origem tradicionais? No caso de Valdeorras, no extremo oriental da Galiza, nos últimos anos, ao igual que noutros espaços, produziu-se uma revalorização da viticultura em base à caste de Godelho e, em menor medida, da Mencia. Porém, e sem duvidarmos das qualidades do seu vinho, a região continua a experimentar bastantes dificuldades relacionadas com a economia vitícola. Consideramos que o elemento fundamental é a importância que tem a exploração da lousa, que é o autêntico motor de toda esta área. O emprego que gera e todo o complexo que se move ao seu redor vai limitando a viticultura, tradicionalmente organizada a partir das grandes adegas cooperativas. O enorme impacto ambiental e o «anonimato» da lousa faz difícil elaborar qualquer tipo de estratégia territorial. Porém, há algumas circunstâncias que haveria que tomar em consideração. Uma de elas é a mudança em relação à imagem da própria lousa; esta pedra, como dizíamos, acede aos mercados sem identificação de origem apesar de ser muito procurada pelos compradores europeus. A criação de uma marca de qualidade influiria no vinho, não provavelmente nas suas características, mas sim na sua imagem e, conseqüentemente, no seu grau de conhecimento e de procura. A entrada dos próprios empresários louseiros no negócio da viticultura (ainda tímida de mais) ajudaria a capitalizar um sector onde predomina uma estrutura bastante tradicional e envelhecida.

No Ribeiro a situação é algo diferente a respeito de Valdeorras. Em princípio tem uma posição de partida muito melhor com uma imagem bem consolidada tanto na Galiza como na Espanha. Porém, nos últimos anos a crise demográfica e económica prolongou e agravou uma crise vinícola que se vinha arrastando desde havia mais tempo. A consequência foi um debilitamento frente a outros vinhos, sobretudo o Alvarinho da D.O. Rias Baixas. Os investimentos no sector modificaram algo o panorama com a elaboração de vinhos de mais qualidade e a entrada de novos empresários que ajudaram a dinamizar a economia vitícola. De todos os jeitos, os problemas de fundo não foram solucionados: castes de qualidade mediocre, população labrega idosa e pouco interesse pela agricultura. As estratégias territoriais no Ribeiro são bastante confusas, o qual complica as metas. São muitos os agentes que actuam, que se superponhem e que se contraponhem: as municipalidades, a Deputação, a Xunta da Galiza, a Mancomunidade de concelhos, a Comarca ou o Plano de Dinamização Turística, são os principais actores sobre o território que de maneira, e com frequência, descoordenada tratam de impulsar e revitalizar este espaço. Infelizmente, o vinhedo fica quase sempre fora dos planos de actuação e quando participa acostuma fazê-lo de jeito pouco integrado. O turismo, novamente, aparece como a grande aposta de futuro, quer a balneoterapia quer o rural, mas incorporando o território como o suporte da actividade e não como recurso em si

próprio, com a excepção dos seus elementos singulares. Com certeza, o vinhedo forma parte da oferta, mas de uma maneira pouco integral e só como uma escusa em relação às adegas ou aos monumentos.

## CONCLUSÕES

O vinho na Galiza continua tendo hoje um elevado consumo e ainda é um dos produtos mais apreciados apesar das mudanças que se efectuaram nos hábitos da população. As áreas produtoras de vinho tiveram que se adaptar às novas circunstâncias ainda que o êxito de cada um destes territórios foi distinto. Como norma geral houve um intento muito evidente por qualificar o produto e, sobretudo, identificá-lo. O êxito destas iniciativas foi muito diferente. Nas comarcas tradicionalmente produtoras e com áreas historicamente bem definidas (Valdeorras, Ribeiro e, em menor medida, Monterrei) as mudanças foram mais superficiais, ainda que por vezes importantes, e deixaram o êxito nas mãos da sua história. Isto, evidentemente, apenas soluciona os problemas que vêm carregando desde há muitas décadas e só representam pequenas soluções a graves problemas estruturais. O turismo, a indústria ou os serviços em geral são as alternativas económicas que com mais ou menos êxito se desenvolvem. Porém, o vinhedo nem sempre participa de maneira activa, ficando, em algum caso, como um cultivo cada vez mais residual apesar das iniciativas particulares que podem existir. Noutros casos a cultura do vinho é incorporada, mas de jeito isolado, como qualquer outro elemento do património, como se não tivesse relação com os demais, impedindo adquirir um conhecimento de conjunto do sistema social e económico.

Frente a estes espaços tradicionais, nos últimos anos apareceram outros onde, ainda que o vinhedo foi parte importante da sua história, nunca teve a transcendência dos anteriores. As estratégias seguidas foram muito evidentes através da criação de uma imagem de marca atractiva com capacidade de penetração nos mercados urbanos. Sem embargo, os resultados foram bem distintos. Na Ribeira Sacra, atrás da denominação de origem, encontramos uma política contraditória e que não vai aprofundar nos problemas. Desta maneira vão sobreviver as grandes eivas que limitam o crescimento e que mesmo prolongam uma situação crítica sem muitas expectativas de futuro. No lado contrário, nas Rias Baixas o impulso do Alvarinho foi acompanhado da sua inserção num sistema dinâmico e complexo de tal maneira que ajudou activamente a consolidar uma tendência progressiva de crescimento. Dito em outras palavras, o espectacular êxito do Alvarinho esteve apoiado num sistema sócio-económico dinâmico de base territorial no qual colaboraram as iniciativas públicas e privadas, enquanto que na

Ribeira Sacra foi basicamente a iniciativa pública quem actuou, sem mudar ou modernizar uma sociedade e uma economia em crise, acadando assi um êxito muito limitado; alternativamente a este fracasso desenvolvêrom-se outras iniciativas que prescindírom já da economia e da sociedade local, consideradas uma carga para qualquer projecto supostamente dinámico.

## BIBLIOGRAFIA

- BANDEIRA, M. – «A Vinha e o Vinho, Património Paisagístico do Minho», *Rev. Mínia*. (1994), pp. 3-32.
- CUÍNHAS, E. – *Cámbios e Continuidades no Vinhedo do Ribeiro*. Universidade de Santiago, Departamento de Geografia, 2000. Trabalho de Mestrado.
- Estudo Piloto Prévio e Propostas de Recuperação e Reabilitação da Ribeira Sacra*. Santiago: Xunta da Galiza, 1992.
- SANTOS, X. – «Reflexións en torno ao papel do turismo no desenvolvemento local», in *Desarrollo Local y Regional en Iberoamérica*. Santiago: Universidade, 1999, pp. 149-66.
- SANTOS, X. – *Viñedos y vinos de Galicia. Estudio Geográfico*. Pontevedra: Deputación, 1992.
- UNWIN, T. – *Wine and the Vine*. Londres: Routledge, 1996.
- VALCÁRCEL, C. – «Crisis vitivinícola y dinámicas geolingüísticas en Galicia: el caso de la Ribeira Sacra», in *XVIII Jornadas de Viticultura y Enología de Tierra de Barros*. Almedralejo, Universidad de Extremadura, 1996, pp. 341-54.
- Os viños galegos no limiar do Novo Milénio*. Sada: Seminario de Estudos Galegos, 1997.