Actas do XII Colóquio Ibérico de Geografia
6 a 9 de Outubro 2010, Porto: Faculdade de Letras (Universidade do Porto)
ISBN xxx-xxx-xxxxx-x-x

Andreas Voth,
University of Vechta, ISPA ~ avoth@ispa.uni-vechta.de

Productos típicos regionales como recurso patrimonial y atractivo turístico: sidra y desarrollo regional en Asturias

Paisagem, Patrimonio e Desenvolvimento

Resumen

Los productos agroalimentarios localizados han despertado un interés creciente dentro de la geografía y las políticas de desarrollo regional. La comunicación presenta los primeros resultados de un estudio sobre el papel de la sidra (una bebida hecha de zumo de manzana fermentado) en el desarrollo regional en Asturias. El tema queda enmarcado en un proyecto de investigación realizado por el autor en regiones sidreras de varios países europeos, donde los paisajes del manzano y la cultura de la sidra se consideran importantes recursos patrimoniales. Mientras en Asturias y el País Vasco el consumo de sidra se mantuvo y vive un cierto auge en la actualidad, en otras regiones del norte de la Península Ibérica la tradición sidrera prácticamente ha desaparecido. Se analizan diferentes formas de revalorizar el patrimonio de la sidra que constituye un recurso para la identidad y el desarrollo regional sostenible en Asturias. La cultura de la sidra puede favorecer impulsos especialmente al turismo. La revalorización de la bebida típica regional engloba aspectos económicos, culturales y ambientales.

Palabras clave: Asturias / desarrollo regional / productos regionales / sidra

Regional speciality products as a heritage and tourism resource: Cider and regional development in Asturias (Spain)

Abstract

In geography and regional development policies, localized food products have gained interest. This paper presents first results of a study on the role of cider (a drink made of fermented apple juice) in regional development in Asturias (Northern Spain). It forms part of a research project conducted by the author in selected cider regions in Europe in which the landscape of apple orchards and the cider culture are considered important heritage resources. While in Asturias and the Basque Country cider consumption is experiencing a recent boom, in other regions in the north of the Iberian Peninsula the cider tradition has virtually disappeared. The paper discussed different ways of upgrading cider as a resource for identity and sustainable regional development in Asturias and how the cider culture may favour a particular impetus to tourism. The revaluation of the typical regional drink includes economic, cultural and environmental aspects.

Key words: Asturias / regional development / regional products / cider

1. Introducción

La comunicación parte de la discusión sobre el papel que las políticas y procesos de desarrollo regional asignan a los productos agroalimentarios localizados. Después de situar Asturias en el marco de las regiones sidreras europeas, se ofrece una breve introducción a las principales características del sector de la manzana y la sidra y sus problemas actuales. El análisis se centra en diferentes actores, sus estructuras organizativas e iniciativas encaminadas a aprovechar el patrimonio de la sidra asturiana como recurso que, en su conjunto, puede ejercer impulsos al desarrollo regional. Tanto en el ámbito urbano como en las comarcas rurales, y a diferentes escalas, se observan ejemplos de la puesta en valor del producto típico regional de la sidra y de su fondo cultural y paisajístico. La producción de manzanas, el sector de los lagares y también las sidrerías muestran cambios innovadores. El diseño de nuevas ofertas turísticas para fomentar el conocimiento de las peculiaridades paisajísticas y culturales de la sidra asturiana, así como diversas iniciativas de investigación y desarrollo, reciben el apoyo del marco institucional. El Museo de la Sidra, las propuestas para rutas temáticas, la organización de eventos culturales relacionados con la manzana y la sidra, la oferta turística de algunos lagares, así como el creciente número de publicaciones sobre la gastronomía asturiana y la cultura de la sidra, indican el papel destacado de esta bebida regional en los procesos de construcción de un nuevo destino turístico. Sin embargo, una coordinación mejor de las diversas iniciativas a diferentes escalas permitiría valorizar el patrimonio de la sidra de forma más eficaz y equilibrada y facilitaría la integración de los productos típicos regionales en los procesos de desarrollo regional.

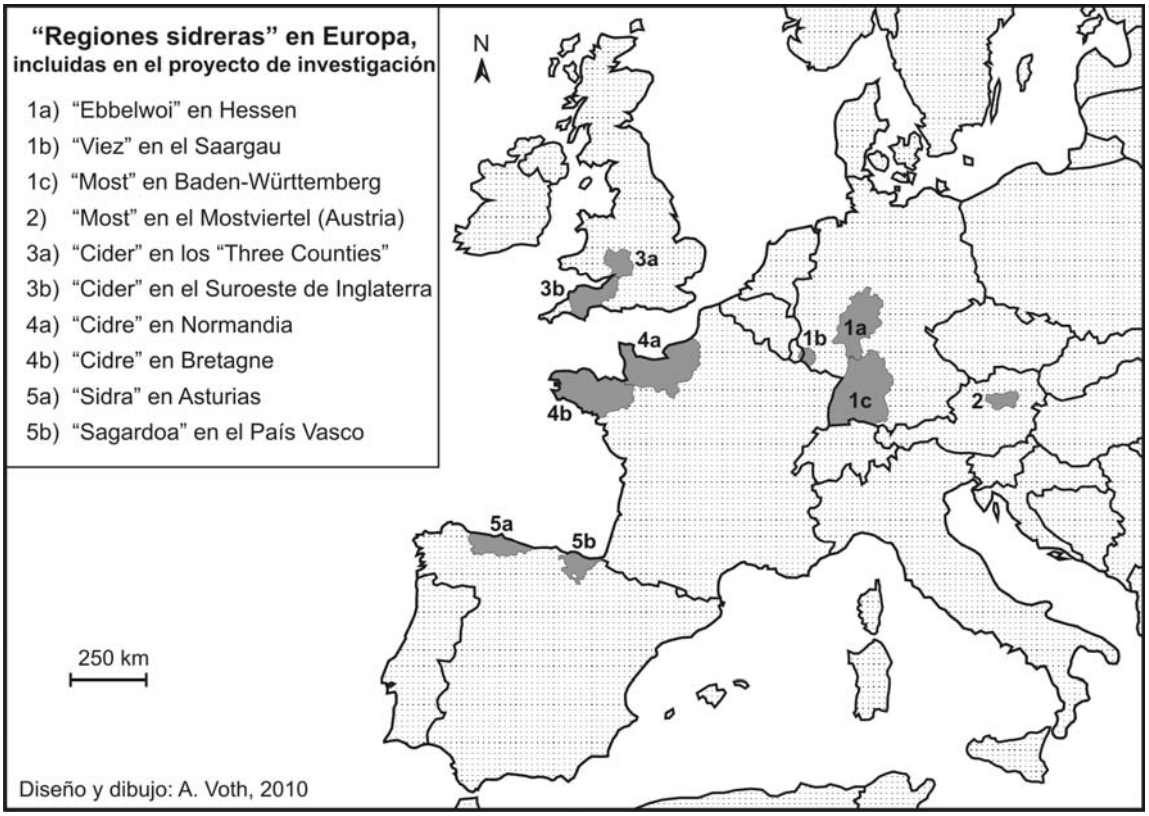
La producción y el consumo de alimentos, la distribución y difusión geográfica de diferentes comidas y bebidas, así como los procesos actuales de globalización y los cambios que éstos suponen para las culturas locales de alimentación, constituyen un campo de trabajo amplio y sin duda fructífero para la geografía (véase Pitte, 2001). Muchos estudios recientes analizan, desde diferentes perspectivas y enfoques, las relaciones entre la producción y el consumo de alimentos y los procesos de desarrollo regional. Aumentan los estudios de caso sobre los productos típicos regionales que reciben una creciente atención en el marco de las políticas europeas de calidad agroalimentaria y de desarrollo rural (véase Ramírez y del Canto, 2008). Los productos agroalimentarios localizados son elementos del patrimonio cultural y se convierten en recursos turísticos gastronómicos. Se trata de productos vinculados a un fondo cultural y territorial específico, y a menudo son considerados típicos de una región. Según la definición de Caldentey y Gómez (1996: 61), puede considerarse típico a un producto “ligado espacialmente a un territorio y culturalmente a unas costumbres o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo o antigüedad, y debiendo poseer unas características cualitativas particulares que le difieren de otros productos”. Muchas iniciativas intentan valorizar estos productos con identidad territorial, como demuestra particularmente el ejemplo de la sidra en varias regiones europeas.

Las economías de escala, la producción industrializada y la internacionalización de los hábitos de consumo, frecuentemente amenazan la continuidad de determinados productos y costumbres tradicionales. Sin embargo, en una sociedad urbanizada, cada vez más distanciada del medio rural, y acostumbrada a una alimentación barata, rápida y cómoda, ha surgido una creciente inquietud por la salud, la seguridad, la confianza, el contacto personal, la diversidad, la distracción, el ocio, la emoción y la identidad cultural. La creciente revalorización de los productos regionales va más allá de una mera preservación o recuperación de tradiciones. Se trata de un proceso innovador que puede suponer una alternativa económica, junto a otras formas de diversificación de los ingresos en el espacio rural (Voth, 2001).

La puesta en valor del patrimonio agroalimentario y gastronómico regional se integra en el contexto de las políticas de desarrollo regional y turístico. El redescubrimiento de los productos

regionales originó diversas estrategias de convertir determinados alimentos de calidad en mensajeros de la región, obteniendo efectos positivos para la imagen regional en su conjunto. Mediante el turismo los productos regionales o locales pueden alcanzar o ampliar su reconocimiento incluso a escala global. También el marketing regional hace referencia a los productos agroalimentarios localizados. Las experiencias francesas indican una gran diversidad de conceptos y oportunidades de vincular la revalorización del patrimonio culinario con el fomento del desarrollo rural y el turismo (Bessière, 1998). Armesto y Gómez (2006) analizan las relaciones entre el turismo gastronómico y los productos agrarios regionales, y demuestran que por un lado el turismo puede servir de herramienta para la promoción y la distribución de los productos regionales, y que por otro lado, estos productos de calidad, que proporcionan una identidad territorial determinada, pueden aumentar la atractividad de la región para el turismo cultural. Se organizan cada vez más festivales gastronómicos como eventos comerciales y culturales para promocionar productos agroalimentarios y posicionar a la región en los mercados turísticos (véase Hall y Sharples, 2008). En un proceso dinámico e innovador, nuevas formas de turismo y la oferta de productos agroalimentarios de calidad se estimulan mutuamente. En varias regiones de Europa, la bebida tradicional de la sidra juega un papel fundamental en las estrategias de desarrollo regional.

Fig. 1: Centros de producción y consumo de sidra en Europa

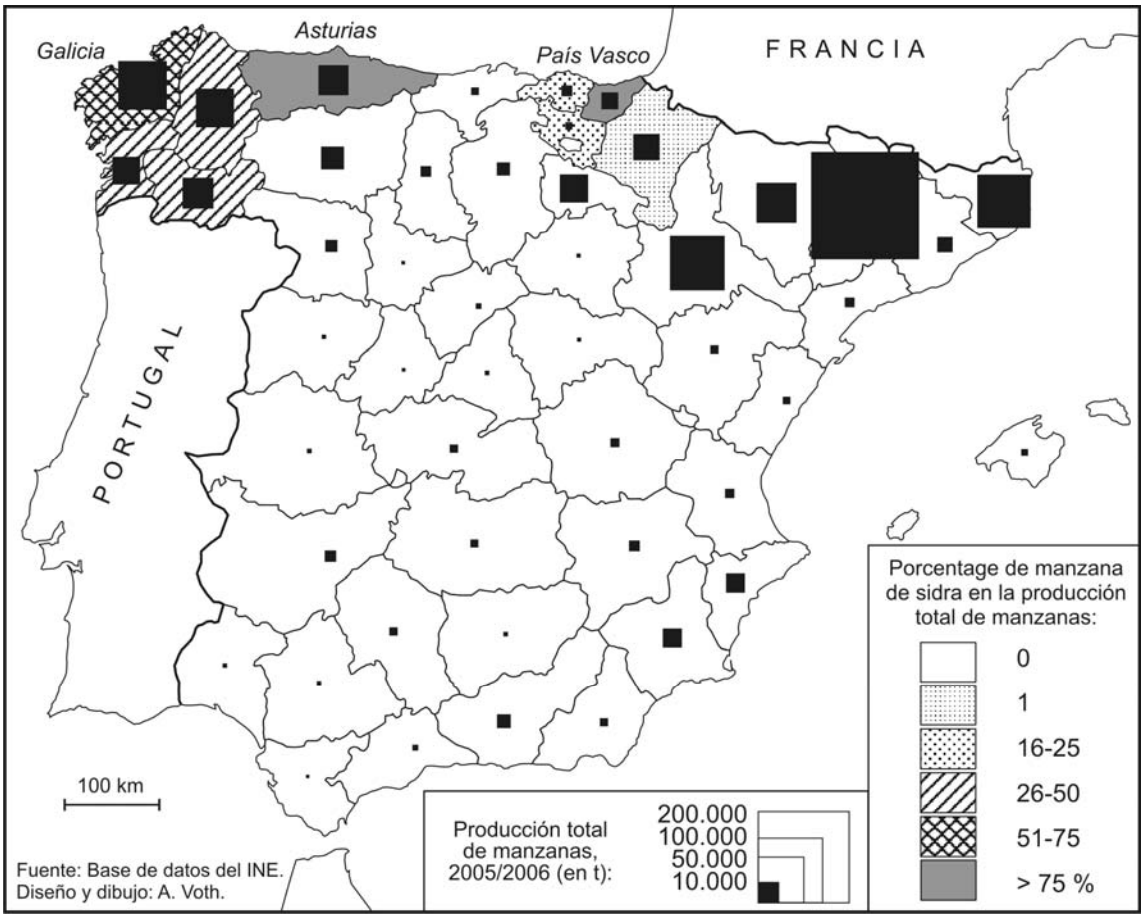


2. Regiones sidreras en Europa

Entre las bebidas alcohólicas, la sidra se encuentra extendida por varias regiones europeas, pero "su presencia está más localizada, y suele producirse allí donde la cerveza y el vino no lo hacen con facilidad. La sidra siempre ha sido presentada como un sustitutivo del vino, y salvo en Asturias, nunca ha podido ser un competidor serio a estos otros dos productos"

(García Álvarez, 2005: 110f). Igual que Asturias y el País Vasco, otras regiones europeas que se encuentran justamente al norte del límite que alcanzan los viñedos, como Normandía y Bretaña en Francia, conservan un impresionante legado cultural de su tradicional bebida a base de manzanas, que forma parte de lo que se podría llamar una “dieta atlántica”. Tanto en España como en otros países europeos, la cultura de la sidra se encuentra limitada a unas pocas regiones (fig.1), donde el cultivo de la vid retrocedió historicamente dejando paso a la bebida elaborada de manzanas. En Alemania, la producción y el consumo de sidra se concentra en la ciudad de Frankfurt y sus alrededores, mientras que en otras regiones del país esta bebida es casi desconocida. En el “Mostviertel” de Austria, el propio nombre geográfico de la región hace referencia a la sidra, en este caso hecha a base de peras. También en algunas áreas de otros países, como en Suiza, en el este y norte de Europa, e incluso en otros continentes donde abunda la manzana, existe la costumbre de tomar sidra. Las regiones sidreras tienen muchas características en común, pero cada una de ellas también muestra unos rasgos individuales que le dan su particularidad. Hay una gran diversidad de variedades de manzana de sidra, técnicas de elaboración, propiedades degustativas y ritos culturales del consumo.

Fig. 2: La producción de manzanas en España (2005/06)



Todas las regiones sidreras de Europa sufrieron una caída más o menos pronunciada del sector de la sidra en la segunda mitad del siglo XX, especialmente en los años 1970. Mientras que en unas regiones la sidra se recuperó rápidamente o incluso experimentó un auge hacia finales del siglo, en otras regiones la bebida tradicional no superó su crisis. La cultura de la sidra no es estática: a pesar de conservar sus tradiciones, sus características y sus límites geográficos

cambian. La sidra del País Vasco, la “sagardoa”, tiene su origen histórico y su singularidad, pero sufrió un fuerte retroceso en la mayor parte de la región, salvo en Guipúzcoa, donde se observa una recuperación de la producción y del consumo de sagardoa, especialmente en los alrededores de San Sebastián y en el núcleo de Astigarraga, que dispone de un interesante museo sobre la cultura de la sidra vasca. Varias publicaciones están dedicadas a esta bebida regional (p. ej.: Uría, 1987; Aguirre, 1996). También en Asturias, la historía de la sidra está bien documentada (véase Fidalgo y González, 1991). Aunque las raices de la cultura de la sidra son muy antiguas, la producción aumentó mucho en la época de la industrialización y de crecimiento demográfico. Después de una crisis en los años 1970, el consumo de sidra en Asturias se recuperó, y recientemente la vieja tradición sidrera recibe nuevos impulsos, tanto por el lado de la oferta como de la demanda, y también desde las políticas que fomentan los productos autóctonos y el turismo. González et al. (2002: 169) opinan que en el Principado de Asturias la sidra se ha convertido en “un elemento insustituible tanto en la promoción turística como en el aseguramiento de la fortaleza socioeconómica de la región”. A nivel internacional Asturias es conocida como una región pintoresca con “the strongest cider culture of anywhere in the world” (Matthews, 2009: 138). En otras regiones del norte peninsular, como en Navarra, Cantabria, Galicia y el norte de Portugal, la sidra ha sido desplazada por el consumo del vino, pero también por la cerveza y la aparición de otras bebidas refrescantes, aunque aún se suele encontrar alguna producción artesanal y doméstica. En Galicia, una industria de sidra se ha instalado recientemente aprovechando la gran oferta de materia prima.

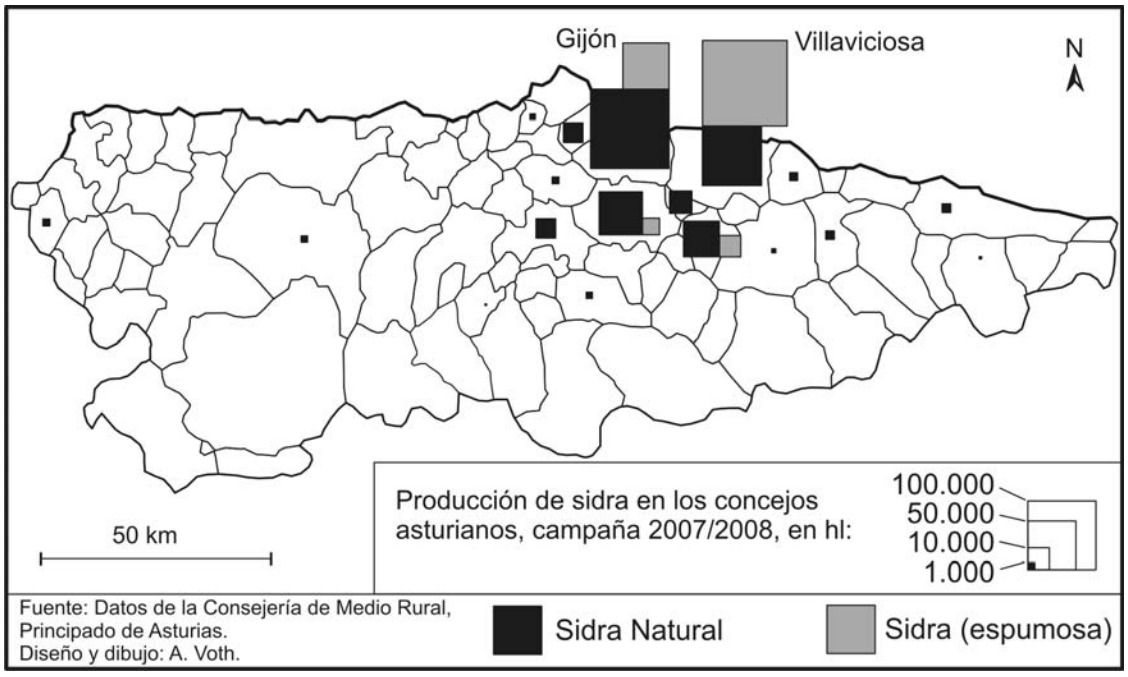
La elaboración de sidra está estrechamente vinculada a la disponibilidad de su materia prima, la manzana de sidra. Unicamente en Galicia, Asturias y Guipúzcoa, la producción de manzana de sidra alcanza unos niveles considerables (fig.2). Plantaciones de manzano se encuentran en gran parte del norte peninsular, especialmente en la provincia de Lérida, pero las variedades de manzana de mesa no son las más adecuadas para la elaboración de sidra que exige también variedades ácidas y amargas en una relación determinada para alcanzar la calidad degustativa deseada.

3. La producción de sidra en Asturias

Asturias se conoce como una región costera, montañosa y húmeda que forma parte de la “España verde”. También se trata de una región minera y lechera, inmersa en fuertes cambios estructurales, tanto económicos como demográficos, que busca una salida de la crisis adoptando estrategias de diversificación y de desarrollo sostenible. La mejora de las infraestructuras, el establecimiento de la Red Regional de Espacios Naturales Protegidos, la marca “Asturias – Paraíso Natural”, las iniciativas de desarrollo rural en el marco de diferentes programas europeos, la expansión del turismo rural, así como el fomento de los productos agroalimentarios de calidad, forman parte de una nueva dinámica de desarrollo en la región (Voth, 2004). El paisaje agrario caracterizado por praderas de pequeñas explotaciones ganaderas, compartimentado por setos y salpicado de manzanos de sidra, forma una parte integral de la imagen rural de Asturias. El conocido emblema de la promoción turística regional, “Asturias – Paraíso Natural”, se está aplicando con éxito y de forma coherente, y también se utiliza en la presentación de los productos de la tierra. Dentro del panorama español de productos típicos regionales, Asturias destaca por su gran diversidad de quesos que refleja la fuerte especialización en productos lácteos (Voth, 2003). En Asturias se mantiene viva una gran tradición de diversos productos agroalimentarios localizados, entre ellos la sidra que está presente en toda la región, desde la franja costera hasta las cuencas mineras, y desde la Ría del Eo hasta los Picos de Europa. Sin embargo, la producción de esta bebida está fuertemente concentrada en el centro de la región, al este de las ciudades de Gijón y Oviedo (fig.3), donde abundan las manzanas y quedan muy cerca los centros urbanos con su gran consumo de sidra.

Es fundamental diferenciar entre la “sidra natural” y la “sidra gasificada”, que son dos productos con particularidades propias en el proceso de producción, en aspectos de calidad, en sus estructuras empresariales, sus mercados de destino y las formas de consumo. Según González et al. (2002: 173), en Asturias se producen un 77% de la sidra natural en España y un 84% de la sidra gasificada. De acuerdo con datos de MERCASA (2009: 494), en España se fabrican cerca de 750.000 hectolitros de sidra natural y espumosa, un 80% de esta cantidad en Asturias. Mientras que la sidra natural es producida por un gran número de explotaciones en su mayoría pequeñas y se consume casi exclusivamente dentro de la región, en el sector de la sidra espumosa dominan las grandes industrias sidreras orientadas también en el mercado nacional e internacional, como por ejemplo la ya tradicional empresa Valle, Ballina y Fernández con su conocida marca “El Gaitero” situada en la Ría de Villaviciosa (Fidalgo, 1991; Crabiffosse, 2000). La industrialización de Asturias queda reflejada en el auge del sector de la sidra espumosa. La emigración de asturianos a América Latina favoreció la exportación y la difusión de la imagen de las grandes marcas de sidra espumosa. El número exacto de lagares de sidra natural es difícil de determinar, porque verdaderamente no todos los que disponen de una licencia producen sidra cada año. Hay productores pequeños que en años de poca manzana se limitan al autoabastecimiento. Actualmente aún quedan unos 90 lagares localizados fundamentalmente en los concejos de Gijón, Villaviciosa, Siero y Nava, donde se concentran casi el 70% del total.

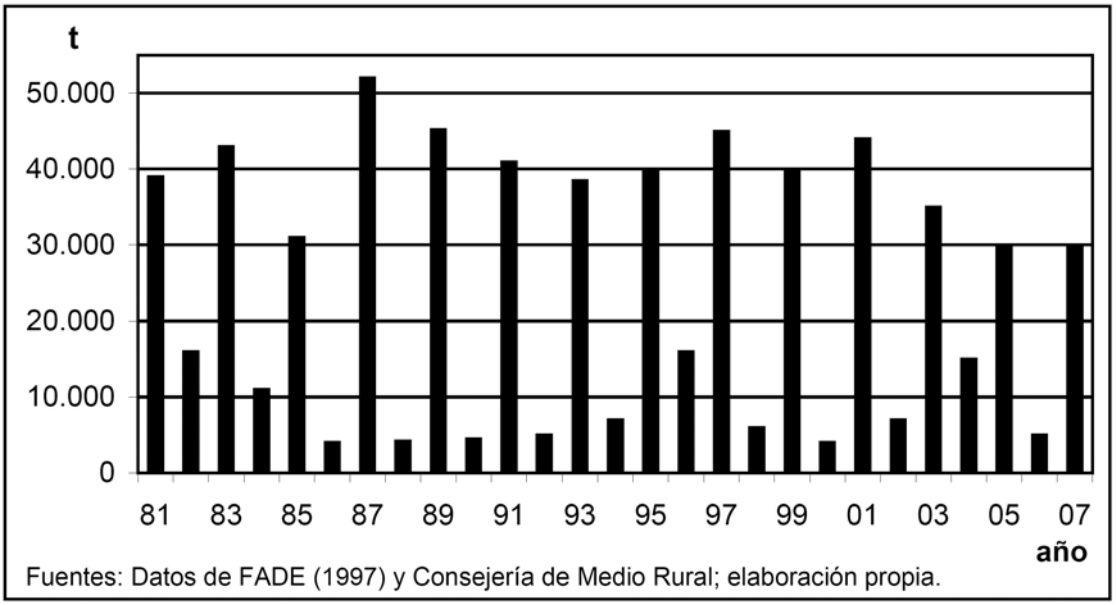
Fig. 3: Producción de sidra en Asturias



El sector lagarero depende de la oferta de manzanas de sidra y se preocupa de su materia prima. Desde 1956 Asturias dispone de una Estación Pomológica en Villaviciosa, que a partir de 1984 continuó su trabajo de investigación y difusión sobre el manzano de sidra dentro del SERIDA (Servicio Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario), obteniendo muy buenos resultados en el estudio de las variedades. Los procesos de intensificación y especialización del sector agroganadero llevaron al abandono de muchos manzanos. A pesar de las subvenciones del Principado de Asturias, ofrecidas desde 1988 para nuevas plantaciones, la superficie de manzanos de sidra continuó menguando, y la producción de las cerca de 10.000 hectáreas existentes no puede satisfacer la demanda en la región. La escasez de manzana

asturiana y la fuerte alternancia bianual de la cosecha (fig.4), provocada en parte por la falta de cuidados en el manzanal, son problemas fundamentales del sector de la sidra. Los problemas de vecería y escasez de la producción obligan a los lagareros a traer manzanas de otras regiones, especialmente de Galicia, incluso desde el extranjero. Además, la manzana importada resulta más barata. Los diferentes ritmos de vecería y las respectivas condiciones meteorológicas de las áreas de producción repartidas por Europa hacen que las cosechas se complementen. Existen unas relaciones comerciales entre las regiones manzaneras europeas que facilitan el abastecimiento de los productores de sidra.

Fig. 4: Alternancia en la producción de manzanas en Asturias (1981-2007)



Las características de la materia prima dificultan obviamente los acuerdos entre los proveedores de manzanas y los lagareros. En 1989 se constituyó una Mesa Interprofesional de la Manzana y de la Sidra Natural de Asturias en la que participan representantes de las respectivas asociaciones de cosecheros de manzana, lagareros y la administración pública con los objetivos de garantizar el abastecimiento de una cantidad suficiente de manzanas, de modernizar el sector y estabilizar los precios. Para asegurarse un abastecimiento constante de manzanas de determinadas variedades, un creciente número de lagareros obtan por plantar manzanos propios. Estos procesos recientes llevan a la conclusión de que el tradicional reparto de actividades en el sector de la manzana y la sidra está cambiando. “El productor de manzana se convierte en lagarero y viceversa” (Osoro, 2005: 50).

Debido al carácter tradicional del sector de la sidra natural, González et al. (2002: 180) aún detectan una falta de interés por innovaciones, pero la evolución dinámica de los últimos años hace que esta imagen ya no se pueda sostener. Tradicionalmente los consumidores calificaron la sidra que tomaban según su comportamiento en el vaso al ser escanciada y según el sabor, pero no por su marca que se indicaba unicamente en el corcho. Desde la introducción obligada del etiquetado de la botella de sidra, la presentación de las marcas gana en importancia, y aumenta la competencia por ofrecer sidra de mejor calidad. Muchos lagares han realizado inversiones importantes en la modernización de sus instalaciones y en la mejora de calidad. Las líneas de ayuda de la UE facilitaron este proceso. El desarrollo innovador del sector culmina en la

obtención de la Denominación de Origen Protegida “Sidra de Asturias” en 2004 que ofrece nuevos impulsos en la producción y comercialización. La sidra con D.O.P. se elabora exclusivamente con determinadas variedades de manzana de sidra asturianas. La escasez de manzanas asturianas y las exigencias de calidad limitan la cantidad. Aunque sólo una parte muy reducida de toda la sidra producida en Asturias recibe las etiquetas de la D.O.P., lidera el proceso innovador del sector y el marketing alrededor de la sidra.

El servicio del camarero que levanta la botella para echar un “culín” de sidra en el vaso, es muy estimado por los clientes en las sidrerías. Una innovación muy discutida en el sector son las máquinas de escanciar sidra. El escanciador eléctrico, a menudo en forma de un camarero-muñeco de plástico, puede ponerse en la mesa del restaurante para que los clientes se sirvan la sidra ellos mismos. Es el invento ideal para establecimientos que no disponen o quieren ahorrarse el personal cualificado para el escanciado. El nuevo aparato puede facilitar la difusión del consumo de sidra natural fuera de Asturias, pero dentro de la región no está visto con buenos ojos por sustituir la costumbre del servicio del escanciado que constituye un elemento sustancial de la cultura de la sidra. Otra innovación es la llamada “sidra de nueva expresión” que no tiene que ser escanciada para ser consumida y que facilita el paso de la sidra natural desde la sidrería tradicional hacia los restaurantes. Esta sidra, filtrada y elaborada con variedades de manzana determinadas, se ofrece en otro tipo de botellas y vasos de diseño. La oferta y los mercados de la sidra se diversifican.

4. La cultura de la sidra en Asturias

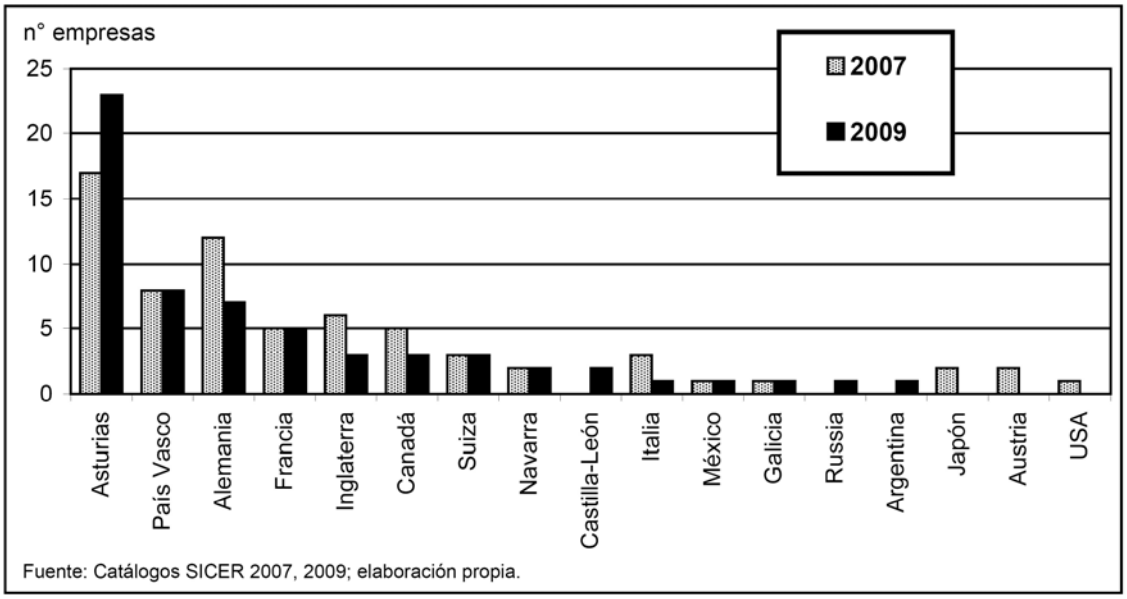
La cultura de la sidra se encuentra fuertemente anclada en Asturias, tanto en el ámbito rural como urbano. “Símbolo de identidad, reclamo turístico, sector económico con luminoso pasado, con presente incierto y con futuro relativamente optimista, la sidra forma parte de lo que todo el mundo liga a Asturies. Posiblemente sea la sidra uno de los referentes más importantes de lo asturiano” (Rivas, 2004: 9). Comienza el prólogo de un libro sobre las peculiaridades culturales de la sidra asturiana: “Quizá sea la sidra nuestro principal distintivo de identidad. Hay otros muchos elementos simbólicos que sirven para que los demás identifiquen a Asturias y los asturianos ... Pero, sin duda, la sidra escapa de esa mera adscripción de ser una referencia más de nuestra tierra” (Menéndez de Luarca, 2004: 7). En las fiestas de interés gastronómico celebradas en Asturias a lo largo del año, la sidra juega un papel central acompañando a los platos típicos más selectos de la región. El consumo de sidra en Asturias alcanza un nivel elevadísimo, de unos 55 litros per cápita, frente a los 1,8 litros de la media nacional para todo tipo de sidras (Osoro, 2005: 52). Las cantidades consumidas fuera de Asturias y del País Vasco son muy reducidas. Muchos lagareros consideran que habrá que exportar primero el modelo de la sidrería asturiana para luego poder exportar sidra.

El patrimonio cultural es cambiante, igual que la forma de definirlo y construirlo, que se ha ampliado incluyendo no solamente el patrimonio material, sino también el patrimonio intangible o inmaterial que abarca un gran abanico de tradiciones culturales. La cultura alimentaria, - que incluye los productos, técnicas de elaboración, asi como valores, creencias, costumbres y formas de consumo que se le asocian, - puede ser “patrimonializada” para convertirse en un recurso cultural de importancia simbólica y económica, como demuestra Espeitx (2004) en su análisis de las relaciones entre el patrimonio alimentario y el turismo. El patrimonio alimentario, igual que otros elementos del patrimonio cultural, tiene usos y funciones políticos, identitários, didácticos, de conocimiento y económicos, particularmente turísticos. En este proceso de patrimonialización los estudios históricos y etnográficos están muy solicitados. García Álvarez (2008) presenta un estudio minucioso del complejo ámbito cultural que rodea a la sidra asturiana, analizando su contexto social y centrándose en los espacios de sociabilidad donde se consume, desde la

espicha en el propio lagar y la taberna hasta las romerías. Este trabajo basado en las fuentes literarias y la pintura, transmite una imagen detallada de las costumbres y del papel social de la bebida por exelencia de Asturias: “En ninguna otra región productora ha estado tan arraigada, ni presenta un tipismo regional tan definido, ni su consumo ha estado tan difundido, ni es tan popular, ni ha sido capaz de generar una ritualización tan compleja, una cultura material tan rica y una serie de manifestaciones que puedan rastrearse con tanta nitidez en el folklore, en la literatura y en las artes plásticas” (García Álvarez, 2008: 14).

En una nueva guía sidrera del Grupu Tastia (2007), que presenta más de 100 marcas de sidra asturiana, se exige: “Es hora del reconocimiento de la existencia de una cultura asturiana de la sidra única e irrepetible, que debe ser considerada un patrimonio y respetada y protegida por la legislación”, comparable a las medidas dirigidas al sector del vino. Para la UNESCO, las “artes culinarias” también pueden formar parte del patrimonio cultural. Buscando un reconocimiento a nivel mundial, la Asociación de Lagareros de Asturias (ALA) prepara, con el respaldo de la Consejería de Medio Rural del Principado de Asturias, presentar ante la UNESCO la candidatura de la cultura de la sidra asturiana como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. Se trata de un patrimonio cultural vivo que se encuentra en un proceso de cambio dinámico.

Fig. 5: Número de productores de sidra representados en la Muestra Internacional de Sidra de Calidad (SICER) en Gijón 2007 y 2009, según países y regiones de origen



La sidra asturiana se abre hacia el mundo, construyendo plataformas de intercambio y difusión. En 2007 y 2009, se celebró en Gijón la SICER (International Trade Fair for Quality Cider – Muestra Internacional de la Sidra de Calidad), un gran acontecimiento para el sector de la sidra que incrementa más aún su dinámica reciente. El Principado de Asturias (2009), como promotor de la SICER, espera a contribuir a fortalecer la imagen de la sidra “como bebida de altísima calidad, capaz de codearse y competir con el vino y la cerveza, conquistando el puesto que se merece en la gastronomía. Sin renunciar, como tampoco lo hace el vino, a su dimensión popular, festiva y folklórica”. Como producto estrella de los lagares asturianos, se promocionan las sidras con Denominación de Origen. A pesar de las restricciones de participación tomadas por parte de los organizadores del certamen, resulta evidente la dominancia de los productores asturianos,

pero se ha conseguido no solo destacar la imagen de Asturias como un núcleo de innovación del sector, sino también impulsar el intercambio entre las regiones sidreras (fig.5). Entre los lagares más innovadores, por ejemplo en Alemania, la SICER despertó un gran interés.

5. Sidra y desarrollo regional en Asturias

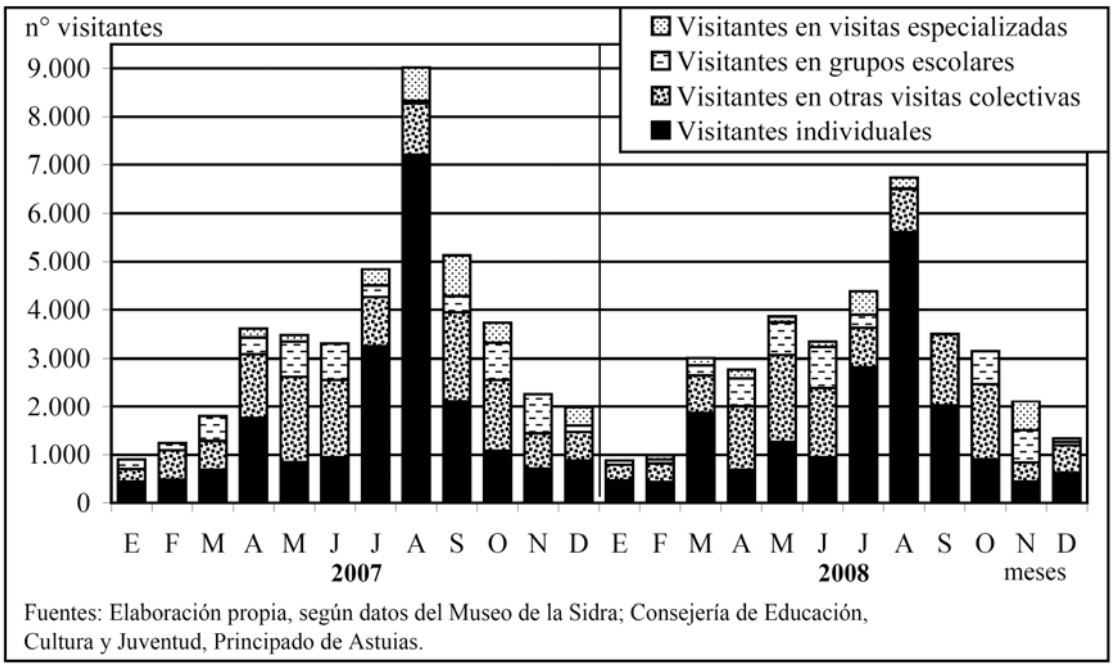
La promoción de la sidra encaja perfectamente en la difusión de la imagen de Asturias como "paraíso natural" y la construcción de un nuevo destino turístico. Se combina el patrimonio de la sidra con otros recursos naturales y culturales. La buena reputación de la bebida regional aumenta la atractividad turística de la región, que a su vez puede influir positivamente en el desarrollo económico regional en su conjunto. La imagen de la sidra se aprovecha para promocionar la propia región. El caso de la sidra asturiana confirma de forma ejemplar la observación de Espeitx (2004: 200) de que "el patrimonio alimentario aparece en todos los folletos, guías, trípticos o anuncios televisivos que promocionan el atractivo turístico de un lugar". Ya existen diversas iniciativas orientadas en la puesta en valor del patrimonio de la sidra, de las cuales sólo algunas se pueden mencionar aquí de forma representativa.

Hay iniciativas tanto públicas como privadas, a nivel local, comarcal o regional, y se observa una creciente cooperación entre los actores y lugares implicados. Sin embargo, una interrelación mejor de las diferentes ofertas alrededor de la cultura de la sidra y su integración con los conceptos de desarrollo regional vigentes siguen siendo retos importantes para poder alcanzar efectos de sinergia. Ferias de productos de la tierra, jornadas gastronómicas, concursos de escanciadores, exposiciones, rutas temáticas y visitas guiadas nacen por iniciativa de las diversas administraciones o de los propios interesados en el sector productor o gastronómico. Bajo el lema "Saboreando Asturias", la Consejería de Cultura y Pesca del Principado de Asturias (2008) elaboró material de promoción de las "Rutas de los Alimentos del Paraíso", dedicadas a cada uno de los productos con Denominación de Origen Protegida (D.O.P. Queso Afuega'l Pitu, Queso de Cabrales, Sidra de Asturias, Vino de la Tierra de Cangas), presentados como productos emblema de Asturias. El diseño de las campañas de promoción más recientes se dirige particularmente a un público jóven para despertar o aumentar su interés por la bebida tradicional asturiana presentándola al estilo más propio de la actualidad. Sin embargo, no se ofrece ningún recorrido concreto que conectase los hitos más atractivos de la cultura de la sidra, sino una descripción genérica de los recursos turísticos regionales. Algunas iniciativas privadas han creado ofertas turísticas relacionadas con la sidra y otros productos típicos asturianos. La "Ruta'l Quesu y la Sidra" en el concejo de Cabrales, en los Picos de Europa, se compone de un programa de visitas organizadas (por geógrafos) a una quesería, a una cueva de maduración de quesos, al hábitat rural serrano, a cultivos de manzano y un lagar de sidra, donde la visita termina con una espicha que permite degustar los productos locales.

El mayor potencial de desarrollo de un turismo cultural y gastronómico apoyado en la sidra se encuentra en los concejos con mayor número de pomaradas, lagares y sidrerías. En varios lugares se celebran fiestas alrededor de la sidra y la manzana. Nava, la llamada "Villa de la Sidra", ya celebra su "Festival de la Sidra Natural" desde 1969, dispone de varios lagares dentro y alrededor de su núcleo urbano, y consiguió establecer el Museo de la Sidra como pieza fuerte en el desarrollo del turismo en la "Comarca de la Sidra", formada por seis municipios asturianos. La asociación de desarrollo rural de la comarca fomenta el crecimiento de un turismo gastronómico. Una "Ruta de la Manzana y la Sidra" pretende acercar al viajero a las actividades tradicionales más características de Nava y consiste en un recorrido turístico por el Museo de la Sidra, una plantación de manzanos y un lagar de sidra, con la posibilidad de combinarlo con un "Menú de Bienvenida". El visitante recibe el mensaje de que "la sidra es el producto más relacionado con Asturias, y en torno a ella existe una riquísima cultura y tradición" (Fundación

Comarca de la Sidra). En otoño 2010 se inauguró la oferta de un tren turístico que recorre la Comarca de la Sidra partiendo de Gijón. El itinerario del “Tren de la Sidra” incluye diversas visitas, como al Museo de la Sidra en Nava, un lagar, una quesería y establecimientos gastronómicos.

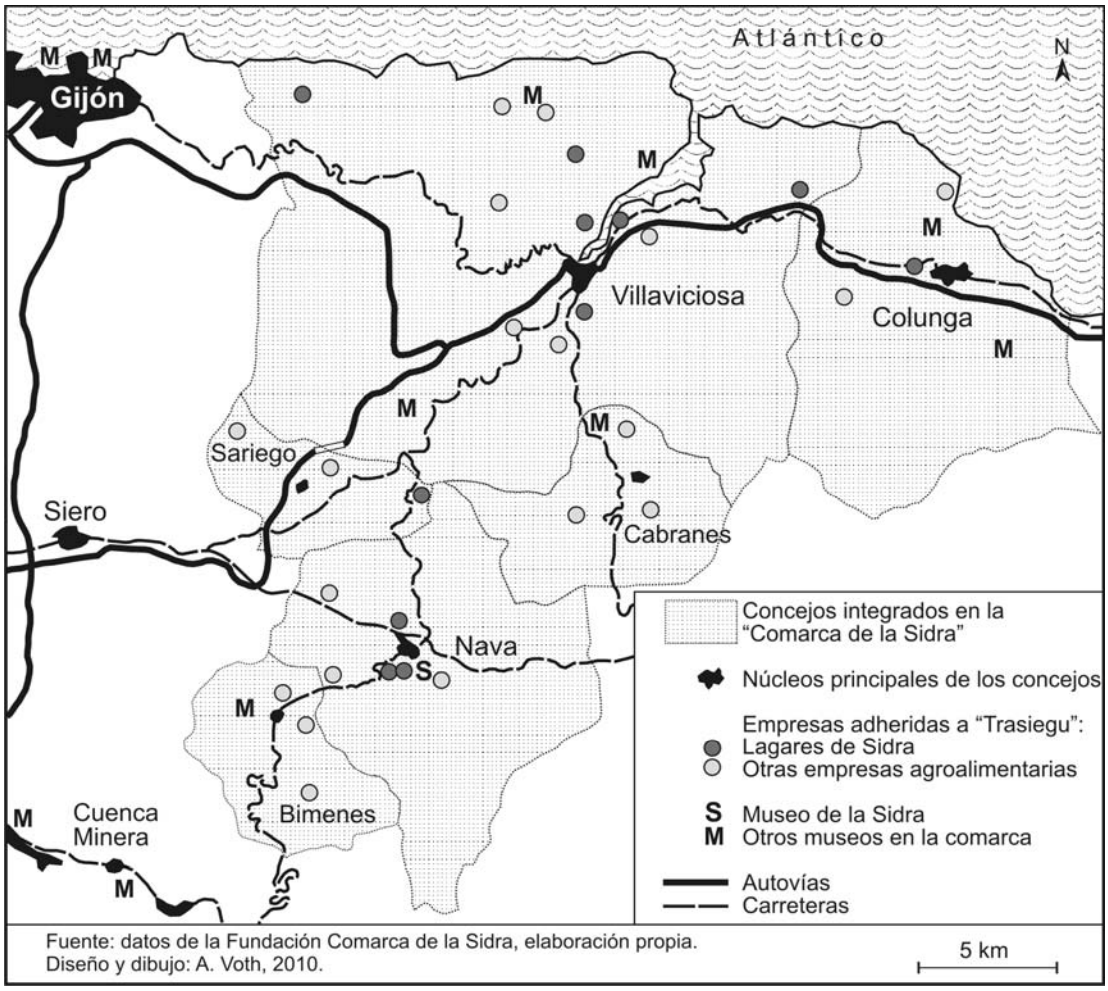
Fig. 6: Visitas al Museo de la Sidra en Nava (2007, 2008)



En los museos dedicados a determinados alimentos, la alimentación musealizada generalmente no se expone como plato o producto auténtico que se puede consumir, aunque el alimento se pone en escena como patrimonio mediante diferentes técnicas de interpretación (Espeitx, 2004: 204). Sin embargo, la manzana y la sidra ofrecen el deseado contacto directo entre los contenidos de la exposición y las espectativas de actividad degustativa de los visitantes. Con una manzana en la mano, el visitante recibe la ilusión de participar activamente en el proceso de producción y termina su visita entrenándose en el escanciado y probando la sidra. Tanto dentro del museo como en los lagares y restaurantes cercanos, el viajero entra en contacto con la cultura de la sidra y puede adquirir y comprar el producto. Las visitas al Museo de la Sidra reflejan la estacionalidad del turismo en Asturias con un máximo en las vacaciones de verano (fig.6). Teniendo en cuenta solamente los visitantes individuales, la estacionalidad es aún más pronunciada. La floración del manzano y la espicha en primavera, igual que la recogida de fruta y los trabajos en el lagar en otoño, ofrecen oportunidades para atraer más visitantes en los meses menos frecuentados. El potencial de poner en valor los paisajes del manzano y la cultura de la sidra aún no está suficientemente aprovechado. Es urgente tener en cuenta el impacto de nuevas urbanizaciones e infraestructuras sobre el paisaje. También hay que resaltar el valor ecológico y ambiental de las praderas de manzanos. En otras regiones sidreras en Europa, las rutas paisajísticas y la información sobre el ecosistema de las praderas de manzanos reciben mucho más atención en el desarrollo turístico. En Asturias, muchos lagares no están preparados para recibir visitantes y se parecen más a una simple nave industrial, mientras que otros ya se han abierto al público adaptando sus instalaciones. Un buen ejemplo de la tendencia de empresas agroindustriales de participar en la oferta turística son las visitas guiadas por las instalaciones de “El Gaitero” en Villaviciosa, que ya dispone de su propio museo de la empresa.

En los seis concejos de la “Comarca de la Sidra”, la oferta cultural alrededor de la sidra aumenta constantemente, y en la iniciativa “Trasiegu” cooperan varias empresas agro-alimentarias que permiten al visitante interesado conocer los procesos de producción (fig.7). En los últimos años ha crecido también el número de lagares que abren sus puertas a visitantes. Se encuentran cada vez más ejemplos de cooperación que consiguen impulsar la cultura de la sidra. Un proyecto de turismo gastronómico intenta establecer una red de restaurantes que ofrezcan menús con ingredientes de la producción local. Un caso muy conocido es la asociación de sidrerías en el centro de Oviedo que promocionan conjuntamente su calle como “Bulevar de la Sidra” (fig.8), creando un ambiente sidrero específico. Aunque la sidra está presente en muchos establecimientos gastronómicos de la ciudad, se observa una fuerte concentración de las sidrerías alrededor de la calle Gascona que cogió fama por la sidra y la oferta culinaria de productos típicos asturianos relacionados con ella. La sidra ha vuelto a estar de moda, también entre la población jóven y los turístas que visitan la región. También en Gijón y otros puntos de Asturias se han puesto en práctica ideas novedosas alrededor de la sidra. Los artículos, libros y páginas web sobre la sidra se multiplican, reflejando la dinámica actual.

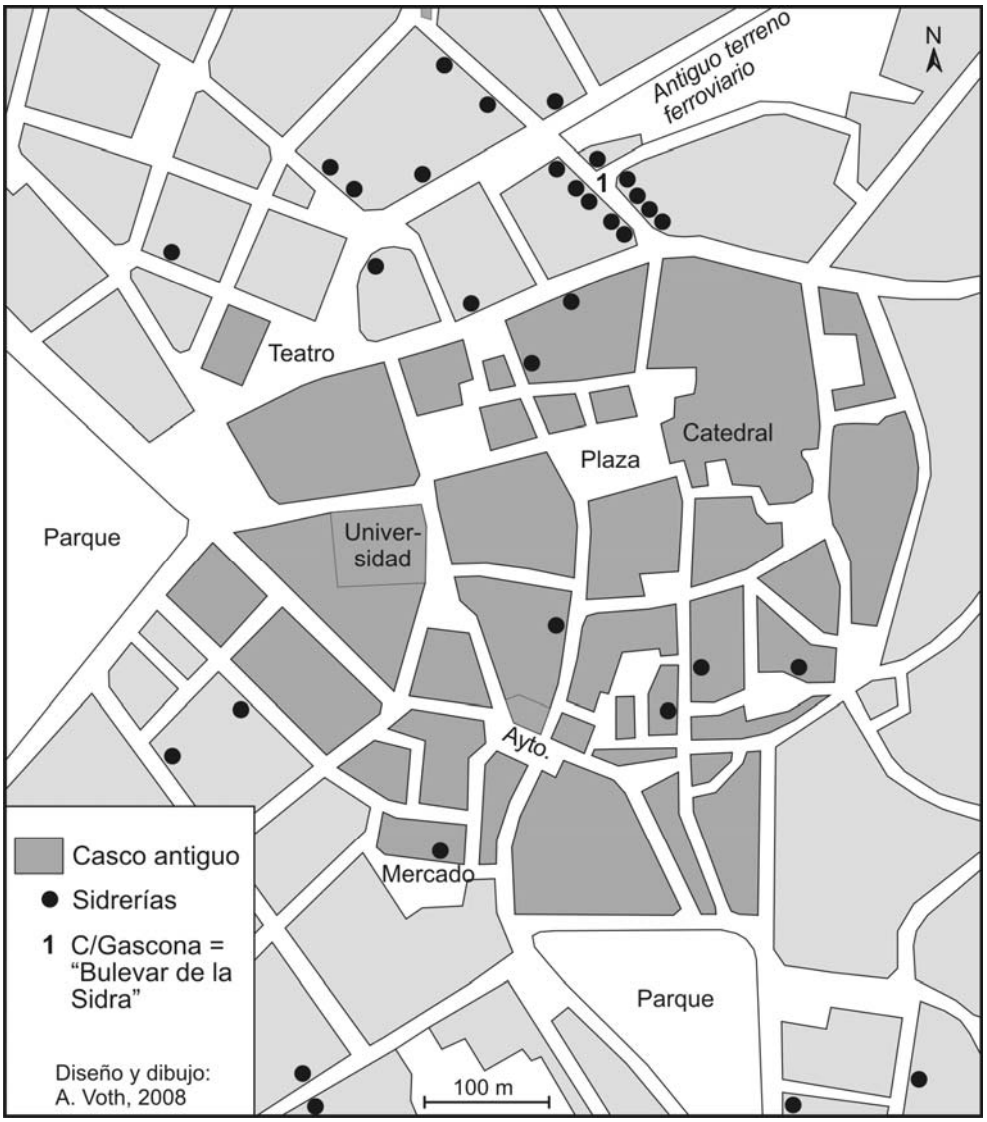
Fig. 7: La iniciativa „Trasiegu“ en la „Comarca de la Sidra“ (Asturias)



Las experiencias obtenidas en otras regiones sidreras europeas demuestran que en Asturias aún queda un gran potencial turístico alrededor de la sidra que se podría poner en valor. Mientras que se utilizan las imágenes de la cultura de la sidra en la construcción de la identidad

regional y en el marketing turístico, el patrimonio paisajístico y la preservación del ecosistema de las praderas de manzanos quedan al margen de los procesos de revalorización. La atractividad del paisaje cultural de pomaradas y lagares, que forma la base de la producción de sidra, ofrece oportunidades aún mayores, también dentro del concepto de "Asturias – Paraíso Natural". La coordinación de las diversas iniciativas existentes y previstas para revalorizar los productos típicos regionales será una tarea esencial para obtener los impulsos deseados al desarrollo de Asturias como región sidrera en Europa. El fomento de la cultura de la sidra, que debe incluir tanto los aspectos del consumo como los de la producción puede ser una herramienta para impulsar los procesos de desarrollo regional y comunicar la imagen de la región hacia el exterior.

Fig. 8: Sidrerías y el "Bulevar de la Sidra" en el centro de Oviedo



Bibliografía

Aguirre Sorondo, A. (1996): *La Sidra Sagardoa*. San Sebastián.

Armesto López, X.A. y Gómez Martín, B. (2006): "Tourism and quality agro-food products: An opportunity for the Spanish countryside", en: *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 97 (2): 166-177.

Bessière, J. (1998): "Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas", en: *Sociologia Ruralis* 38 (1): 21-34.

Caldentey, P. y Gómez, A.C. (1996): "Productos típicos, territorio y competitividad", en: *Agricultura y Sociedad* 80/81: 57-82.

Crabiffosse Cuesta, F. (2000): *Valle, Ballina y Fernández, S.A. Historia de una empre*sa. Fundación José Cardín Fernández, Villaviciosa.

Espeitx, E. (2004): "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular", en: *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2 (2): 193-213.

FADE – Federación Asturiana de Empresarios (ed., 1997): El sector agroalimentario en Asturias. Estudio de necesidades formativas. Principado de Asturias, Oviedo.

Fidalgo Sánchez, J.A. (1991): "Las sidras champanizadas, aguardientes y licores", en: Pentalfa Ediciones (ed.): *El libro de la sidra*. Oviedo: 257-279.

Fidalgo Sánchez, J.A. y González Fernández, E. (1991): "Manzana y sidra: a modo de historia", en: Pentalfa Ediciones (ed.): *El libro de la sidra*. Oviedo: 129-147.

Fundación Comarca de la Sidra: www.lacomarcadelasidra.com; www.mancosi.es (30.09.2010).

García Álvarez, L.B. (2005): *Beber y saber. Una historia cultural de las bebidas*. Madrid.

García Álvarez, L.B. (2008): *Las representaciones de la sidra. El contexto social de la sidra a través de la literatura y la pintura asturianas (1850-1939)*. Gijón.

González Torre, B., González, P. y Díaz, B.A. (2002): "Análisis del sector de la sidra: retos actuales y perspectivas de futuro", en: *Estudios Agrosociales y Pesqueros* 194: 169-188.

Grupu Tastia (ed., 2007): *Guía sidrera 07-08*. Espublizastur, Gijón.

Hall, C.M. y Sharples, L. (2008): "Food events, festivales and farmers' markets: An introduction." En: Hall, C.M. y Sharples, L. (eds.): *Food and wine festivals and events around the world*. Oxford: 3-22.

Matthews, D. (2009): "Cider abroad: Introduction, Spain, France", en: CAMRA (ed.): *Cider*. St. Albans: 134-150.

Menéndez de Luarca, S. (2004): "La sidra: identidad, paisaje y modernidad", en: Fernández García, M.A. (ed.): *Sidra*. Principado de Asturias: 7.

MERCASA (2009): *La alimentación en España 2009*. Anuario Mercasa, Madrid.

Mesa Interprofesional de la Manzana y de la Sidra Natural de Asturias (ed., 1999): *Guía de lagares del Principado de Asturias*. Nava.

Osoro Fernández, J.M. (2005): “Del mayo a la llenadora isobarométrica”, en: Carrocera, E. et al. (eds., 2005): *Una mirada sobre la sidra*. Oviedo: 45-56.

Pitte, J.-R. (2001): “La géographie du goût, entre mondialisation et enracinement local”, en: *Annales de Géographie* 110, n°621: 487-508.

Principado de Asturias, Consejería de Cultura y Turismo (2008): *Hasta que llegó su sidra. Saboreando Asturias. Rutas de los alimentos del paraíso*. Oviedo.

Principado de Asturias, Consejería de Medio Rural y Pesca (ed., 2007): *SICER, Iª Muestra Internacional de la Sidra de Calidad*. Gijón.

Principado de Asturias, Consejería de Medio Rural y Pesca (ed., 2009): *SICER, II Muestra Internacional de la Sidra de Calidad*. Gijón.

Ramírez, S. y del Canto, C. (2008): “Producciones agroalimentarias de calidad en el espacio rural madrileño”, en: *Actas XI Coloquio Ibérico de Geografía*, Comunicación 2/33, Alcalá de Henares.

Rivas Infante, D.M. (2004): *La sidra asturiana. Bebida, rutual y símbolo*. 2ª ed., Gijón.

Uría Irastorza, J. (1987): *La Sidra*. 2 tomos, San Sebastián.

Voth, A. (2001): “La revalorización del origen regional de productos agrarios”, en: *Actas XVII Congreso de Geógrafos Españoles*. Oviedo: 504-508.

Voth, A. (2003): “Aufwertung regionaltypischer Produkte in Europa durch geographische Herkunftsbezeichnungen”, en: *Europa Regional* 11 (1): 2-11.

Voth, A. (2004): “Asturien: Wirtschaftskrise und neue Entwicklungsansätze in Nordspanien”, en: *Geographische Rundschau* 56 (5): 38-45.