

Un gran patrimonio
gastronómico: los alimentos
de calidad diferenciada
producidos en Asturias

*A big gastronomic heritage:
differentiated quality food
made in Asturias*

Enviado 12 de julio de 2022.
Aceptado 22 de marzo de 2023.



ANTONIO FERNÁNDEZ ÁLVAREZ
(a.fernandez.alvarez@uam.es)
PROFESOR HONORARIO DE LA UAM

JOSÉ ALBA ALONSO
(jalba@uniovi.es)
PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD
DE OVIEDO, GRUPO LANDS

Resumen

La producción/elaboración de los alimentos de calidad diferenciada va adquiriendo una gran trascendencia en el sector agroalimentario del Principado, hasta constituir un patrimonio de hecho que convendría racionalizar y asentar. Este artículo tiene como objetivo estudiar el estado de la situación de estos productos, en primer lugar, definiendo conceptos, describiendo las razones de su éxito y mencionando la literatura reciente, en un contexto de patrimonialización. A continuación, se señalan la trascendencia y evolución de tales productos, tomando como referencia la UE y el mercado nacional. Se hace alusión a la Marca Alimentos del Paraíso Natural y a otros elementos que patrimonializan la gastronomía y sus posibles efectos sobre la producción agroalimentaria artesana y de PYMES con vocación de diferenciación. La parte final enfatiza las ventajas que generan los productos considerados, en una doble perspectiva socioeconómica y ambiental. En suma, esta aportación pretende ayudarnos a conocer mejor una parte del patrimonio gastronómico asturiano de gran valor socioeconómico, cultural y tradicional.



Palabras clave

Patrimonio agroalimentario, valor gastronómico, calidad culinaria asturiana.



Keywords

Agri-food heritage,
gastronomic value,
Asturian food quality.

Abstract

The production/elaboration of differentiated quality food came to increase its importance in the agri-food sector of the Principality of Asturias. Nowadays it constitutes a *de facto* patrimony that should be rationalized and consolidated. This article aims to study the status of these products, firstly defining concepts, describing the reasons for their success and mentioning recent literature, in a context of patrimonialization. Next, the importance and evolution of such products are indicated, taking the EU and the national market as the proper framework. Reference is made later to the *Alimentos del Paraíso Natural* brand and to other elements that patrimonialize gastronomy and its possible effects on artisan and small companies agri-food special production. The final part emphasizes the advantages generated by the considered products, from a double socioeconomic and environmental perspective. Summarizing, this contribution aims to help us better understand a part of the Asturian gastronomic heritage of great socioeconomic, cultural and traditional value.

Introducción

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación MAPA (2022) define los alimentos de calidad diferenciada como aquellos que conforman un “conjunto de características particulares y específicas [...] debido al origen de las materias primas utilizadas y a los procedimientos de elaboración”. Esa calidad diferenciada la constituyen las Denominaciones de Origen Protegido (D.O.P.), Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (E.T.G.). Las dos primeras identidades están vinculadas directamente al lugar de origen donde se producen/elaboran los productos. La tercera está más orientada al reconocimiento de materias primas tradicionales o métodos tradicionales de producción/elaboración (FAQ).

El sector agroalimentario ha sido objeto de grandes transformaciones durante los últimos años. La llamada Revolución Verde surgida en las décadas de 1970-1980, caracterizada por el uso intensivo de agroquímicos, ha sido muy criticada desde la perspectiva ambientalista e incluso nutricional. Al socaire de dicho sentir crítico se van desarrollando y promocionando unos métodos de producción agroalimentaria más naturales y menos productivistas, entre los que se encuentra la producción agroalimentaria de calidad diferenciada.

La agricultura convencional, ordenada en el marco de la Política Agraria Común (PAC), ha tenido grandes avances desde finales del siglo pasado. Entre otros muchos, ha facilitado un apoyo decidido al sector agroalimentario y con ello ha contribuido a incrementos extraordinarios de la producción y la productividad, y todo ello ha redundado en el abastecimiento de alimentos suficientes y variados para toda la población a precios razonablemente asequibles durante largo tiempo.

Son muchas, no obstante, las críticas vertidas en torno a unas orientaciones agropecuarias europeas que siempre han sido muy discutidas, en distintos ámbitos, y pese al esfuerzo presupuestario y organizativo de las instituciones europeas. Al lado menos exitoso de la PAC se le atribuye una obsesión desmedida por obtener grandes cantidades de producción, vía productividad, mediante el uso intensivo de los medios de producción. Ganaderías completamente estabuladas con comodidad limitada para los animales, uso muy amplio de la maquinaria y de fertilizantes, pesticidas y fungicidas están en el otro extremo de lo tradicional. Todas ellas constituyen prácticas agrarias estrechamente vinculadas al deterioro del terreno, a los efectos nocivos sobre la flora y la fauna e incluso pérdida de biodiversidad, cuando no condicionantes de la calidad final de los bienes obtenidos. Además, ni los resultados productivistas ni el apoyo económico al sector han podido evitar el continuo abandono del mundo rural o el deterioro de las rentas, especialmente en algunos de los colectivos de agricultores más desfavorecidos.

A todo lo antedicho habrían de añadirse las crisis alimentarias (mal de las vacas locas o gripe aviar) de principios del siglo XXI. Sucesos como estos, con implicaciones múltiples para la salud, sacan a la luz con toda intensidad los excesos más críticos del sector agroalimentario convencional. Frente a esta situación, muchos consumidores se van decantando progresivamente por la compra de productos naturales y de cercanía donde perciben una mayor seguridad. Es más, muchos ciudadanos-consumidores reivindican una agricultura menos productivista, más medioambientalista y unas explotaciones ganaderas más pequeñas y más comprometidas con el bienestar animal.

La Comisión ha procurado fomentar una oferta agroalimentaria segura, variada y en consonancia con los deseos y anhelos de los nuevos consumidores. Los productos de calidad diferenciada vendrían, pues, a suplir unas necesidades alimentarias cada vez más demandadas. Y se constata que tanto su producción como la posterior elaboración tienen una larga tradición en los países europeos y están indefec-

tiblemente vinculadas a la distinción, a la calidad, y a unos métodos de producción artesanal más nobles y cuidados que los utilizados por la agricultura que se ha prologado. Los atributos de la nueva oferta agroalimentaria pasan a formar parte de los valores más actualizados y especialmente del nuevo perfil de jóvenes bien informados. Por ello, la UE y los estados miembros inician en la década de los años 1990 (a excepción de los vinos que ya son regulados con anterioridad) el reconocimiento jurídico de las características y especificidades de esas figuras agroalimentarias de calidad diferenciada.

Tras el decenio finisecular se suceden varios paquetes de medidas, uno de ellos en el 2006-2008, y posteriormente otro en el 2012-2017 (Reglamento 1151/2012 y Reglamento 625/2017, ambos varias veces modificados. La normativa de la UE tiene como objetivo:

1. garantizar la composición y el cumplimiento de aquellas especificidades que hacen único el producto y lo diferencian de otros que pudieran considerarse similares,
2. definir los controles oficiales y las reglas que han de seguir esos controles,
3. salvaguardar los derechos de los productores y los elaboradores y
4. proteger la identidad de la marca, evitar el fraude y velar por la correcta aplicación de los logotipos que son los que permiten la identificación del producto.

El establecimiento del marco legislativo ha sido acompañado de acciones promocionales y de desarrollo rural por parte de la UE. Las primeras tratan de aumentar y facilitar el consumo e internacionalización de las marcas certificadas. Las segundas, las intervenciones de desarrollo rural, pretenden aprovechar la marca para desarrollar el territorio, entendiendo este como un todo complejo y no solo como una mera referencia espacial. La marca agroalimentaria diferenciada suele tomar el nombre del territorio y la combinación de ambas, marca y territorio, ha de crear sinergias y valor añadido para las zonas rura-

Figura 1. Logotipos de los alimentos de calidad diferenciada

FUENTE: Reglamento Delegado (UE) No 664/2014 de la Comisión de 18 de diciembre de 2013 por el que se completa el Reglamento (UE) no 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18/12/2013. DO L 179/17 de 19/6/2014.



FIGURA 1: En la imagen pueden verse los distintivos utilizables en cada caso. Conseguir que la población identifique y diferencie las innumerables marcas de calidad que se prodigan en el mercado exige compromiso local con el patrimonio propio, ya sea gastronómico o de otra índole.

les. En consecuencia, con tales planteamientos, la práctica totalidad de los Programas de Desarrollo Rural 2014-2020 de las comunidades autónomas españolas contempla el apoyo a los productos de calidad diferenciada.

Al cabo de los años, y de las sucesivas reformas, la UE sigue firmemente comprometida con el apoyo al sector agroalimentario de calidad. La Comisión, Com (2022)134 final, manifiesta que las previsiones de calidad diferenciada protegen nuestro patrimonio gastronómico y local en toda la Unión. Y el marco normativo actual, continúa la Comisión, es sólido y estable, pero las evaluaciones y observaciones efectuadas demuestran que hay espacio para introducir algunas mejoras. Entre las propuestas planteadas se mencionan en el documento citado la necesidad de introducir algunos retoques que hagan más eficiente la seguridad jurídica, unas reglas más claras de acción para los grupos de productores y elaboradores, mejoras que faciliten la información a los consumidores, registros más rápidos y eficientes y un fomento decidido a las producciones, procurando la mejora de las eco-

nomías de las zonas rurales. También manifiesta la Comisión que las Especialidades Tradicionales Garantizadas (E.T.G.) no están cumpliendo las expectativas de crecimiento y desarrollo esperadas.

Además de constituir una preocupación prioritaria en el ámbito institucional, el resurgir de la producción agroalimentaria de calidad ha suscitado un gran interés en el mundo académico. Varios autores han venido analizando los efectos socioeconómicos y medioambientales de este nuevo fenómeno y sus interrelaciones con el desarrollo rural. Tolón y Lastra (2009) entienden como fundamental el potenciar el desarrollo endógeno de los espacios rurales mediante la creación de marcas identitarias entre las que se encuentran la promoción de productos agroalimentarios de calidad diferenciada. De esta forma, manifiestan los autores, se promocio-na el territorio y el propio producto alimentario. De forma análoga, hemos defendido desde hace tiempo la necesidad de conciliar la producción agroalimentaria como medio de integración y conservación de los espacios naturales (Alba, 2006). La FAO (2018) analiza el impacto económico de las IG en varios estudios de caso (en los que, entre otras, se evalúa el Queso Manchego) y destaca, en términos generales, efectos positivos sobre la producción, creación de valor añadido, rentas de los productores y elaboradores, acceso al mercado y mejoras sobre el entorno rural donde se desarrolla la actividad productiva y transformadora. Además, indica el Estudio, los consumidores estarían dispuestos a pagar unos precios más elevados gracias a la confianza que perciben del producto certificado. El informe concluye que las indicaciones geográficas podrían constituirse en itinerarios de tránsito hacia el desarrollo sostenible de comunidades rurales. La misma Comisión Europea (2021)⁴²⁷ final ha realizado una amplia evaluación sobre los productos alimentarios de calidad diferenciada en la Unión. Entre las cuestiones formuladas y evaluadas destacan el funcionamiento satisfactorio del Mercado Único, sus efectos positivos sobre las rentas de los agricultores y su contribución al desarrollo rural, amén de otros aspectos como la

prima o precio más elevado que registran en relación con productos similares. En general, los resultados obtenidos son muy positivos; así, para Aguilar-Criado, Amaya-Corchuelo y Lozano Casado (2022) los productos de calidad diferenciada incorporan como valor añadido la territorialidad con todo lo que ello implica en términos de identidad cultural, historia-tradición y sostenibilidad, valores que tienden a contribuir al desarrollo rural. Otros autores, Palma (2018) y Belletti *et al.* (2015) identifican el desarrollo y la promoción de productos agroalimentarios de calidad diferenciada con el cuidado del medioambiente en los entornos rurales.

La trascendencia de la calidad diferenciada en Europa-España-Asturias

Esta creciente atención hacia el sector ha tenido su recompensa. Hoy en día la agricultura de calidad ha adquirido una gran trascendencia económica en la UE. Según la Comisión (2021), el valor de sus ventas se ha incrementado un 42% desde el año 2010 hasta alcanzar un valor de los 77.100 millones de euros, en 2017 en torno a un 7% del valor total de las ventas del sector de alimentos y bebidas en la Unión. El incremento de las ventas fue de 1,7 veces superior en productos de calidad diferenciada en comparación con las ventas del sector alimentario convencional. El 51% de ese valor correspondía al vino y cava y bebidas destiladas, siendo el resto un conjunto más heterogéneo que aglutina productos alimentarios y otras bebidas alcohólicas. La proyección exterior de los productos de calidad no es menos trascendental en el ámbito considerado. En ese mismo año 2017 las exportaciones intra-Unión y las exportaciones a terceros ascendían a 32. 100 millones de euros, el 42% del valor total de ventas. Es más, la media de valor de los productos protegidos por alguna de las calificaciones citadas es más del doble de la de aquellos productos similares que no gozan de protección normativa (la prima sobre el valor medio es de un 2,85 para vinos, 2,52 para bebidas alcohólicas y de 1,5 para produc-

tos agrarios y alimentarios). España, ocupaba la quinta posición (por detrás de Francia, Italia, Alemania y Reino Unido) con unas ventas anuales de 6.100 millones de euros ese mismo año 2017.

Asturias no ha sido ajena al proceso de evolución y crecimiento europeo, más bien al contrario, también ha experimentado una gran transformación en la certificación agroalimentaria. En el año 1990 solo disponía de una DOP (Queso de Cabrales) y de una IGP (Faba Asturiana). A partir del año 2000 se han inscrito otras 9 figuras más de calidad. 3 DOP (Quesos Afuega'l Pitu, Gamonéu y Casín), otras 2 DOP (Vino de Cangas y Sidra de Asturias) y 4 IGP (Ternera Asturiana, Chosco de Tineo, Queso Los Beyos y Aguardiente de Sidra de Asturias). En total, 11 productos de calidad diferenciada, una cuantía que supone un 3,63 % de las 202 identidades que conforman el total del estado. Además, cabe apuntar que hay procesos avanzados, como el de La Miel de Asturias, que está en trámite para la obtención de su correspondiente IGP. Conviene matizar, no obstante, que el Queso Los Beyos tiene carácter supraautonómico (también se produce en Castilla-León) y que el Aguardiente de Sidra de Asturias tiene IGP, pero no parece haber generado producciones recientes. De hecho, la página Web del Gobierno del Principado (2022) recoge el expediente técnico, o pliego de condiciones, en proceso de solicitud de registro y el informe de la Secretaría General de Agricultura (2021), que publica datos sobre producciones agroalimentarias de calidad diferenciada, se refiere al producto como “inactivo”.

La gran mayoría de las DOP/IGP, 7 de ellas, proceden del sector animal, en línea con la ampliamente arraigada tradición ganadera de Asturias. La sección de quesos está relativamente bien dotada y la carne fresca bajo la IGP, Ternera de Asturias, recoge la importancia del vacuno en las montañas asturianas. El sector vegetal, poco desarrollado en la región, solamente está representado mediante la IGP Faba de Asturias. La sección de vinos y bebidas espirituosas cuenta con solo la DOP, Vino de Calidad de Cangas y la IGP Aguardiente de Sidra de Asturias, mientras que la DOP, Sidra de Asturias, es única

en toda España, si bien está en trámite una posible denominación canaria.

Las DOP/IGP asturianas no presentan una gran proyección hacia el exterior. Las exportaciones a terceros, incluso a la UE, apenas si registran anotaciones, a excepción de la Sidra Asturiana y Queso de Cabrales. No obstante, los productos asturianos gozan de muy buena reputación tanto en el mercado regional como a nivel nacional. Y en efecto, según la Secretaría General de Agricultura (2021), los precios, percibidos por agricultores/elaboradores son, en general, bastante elevados. En la sección de los quesos se encuentran Casín y Gamonéu entre los mejor cotizados de todos los quesos de calidad diferenciada a nivel nacional (si bien la limitada producción del primero obliga a relativizar tal hecho). La Ternera Asturiana, registra los precios más elevados, a los productores, de todas las IGP de carne de vacuno fresca. Y la Faba de Asturias alcanza más del doble del precio del resto de identidades similares referenciadas en el mercado nacional.

La FIGURA 2 recoge el valor de la calidad diferenciada en Asturias en relación con el total nacional. Si excluimos el vino/cava y otras bebidas alcohólicas y espirituosas, los productos asturianos representan un 2,08% del valor total nacional. Destacan, ante todo, la Ternera Asturiana con el 18,5% y la Faba Asturiana con un 33,49% del total. El resto de los productos, a excepción del Chosco de Tineo y Queso de Cabrales, muestran valores bastante reducidos. Y si se contrasta el valor total de los productos agroalimentarios asturianos con el total nacional (incluyendo el vino y otras bebidas alcohólicas y espiritosas) la situación cambia. En este caso, los productos asturianos apenas representan el 0,77% de valor total nacional. Su trascendencia queda un tanto desdibujada, sobre todo, porque Asturias solo registra un vino de DOP y España es una gran potencia en este sector.

De los datos aquí comentados cabría deducir que Asturias debería seguir profundizando en el registro de las figuras de protección agroalimentaria a fin de ir consolidando progresivamente un mayor peso en este grupo de productos tan selecto. También sería deseable promover

FIGURA 2: En la tabulación puede observarse que, pese a la calidad constatada, son pocos los productos que hayan adquirido especial relevancia. Destaca que el acumulado del porcentaje del valor de quesos considerados sobre el total nacional apenas sobrepasa los porcentajes de peso económico y poblacional de Asturias.

FIGURA 2. Valor de los productos asturianos de calidad diferenciada en relación con el ámbito nacional

Producto	Valor (millones de euros)	% (sobre el valor total nacional)
DOP-Afuega'l Pitu	1.18	0,39 %
DOP-Cabrales	3.63	1,21 %
DOP-Casín	0.14	0,05 %
DOP-Gamunéu	1.61	0,54 %
IGP-Los Beyos	0.16	0,05 % (incluye, parte asturiana y leonesa)
IGP-Ternara Asturiana	36.17	18,5 %
IGP-Faba Asturiana	1.47	33,49 %
IGP-Chosco de Tineo	0.53	2,10 %
DOP-Sidra Asturiana	4.4	-----
Total	49.29	2,08 % (no incluye vinos/cavas y otras bebidas)

Vinos, campaña 2019/2020

Valor de la DOP-Vino de Cangas	Valor total nacional, DOP vinos/cavas y otros vinos y bebidas espirituosas	% (sobre el valor total nacional)
483.310 €	3.941.691.697 €	0,012 %

Valor de los productos de calidad diferenciada en Asturias y total nacional (año 2020)

Asturias	Total nacional	% sobre el total nacional
49.773.310 €	6.389.691.697€	0,78 %

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de la Secretaría General de Agricultura (2021).
 Disponible: https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/informedop_igp_2020_definitivo_tcm30-578610.pdf

una mayor presencia en el mercado internacional, particularmente en el mercado único (FIGURA 2).

Éxitos y retos de las figuras de calidad diferenciada asturiana

La FIGURA 3 muestra la evolución de la producción de forma individualizada, para cada una de las nueve DOP/IGP, en los últimos diez años, un periodo que recoge una trayectoria más bien breve, pero lo suficientemente dilatada para efectuar una primera aproximación sobre el comportamiento de los productos con etiquetado oficial.

En primer lugar y según los pliegos de condiciones que rigen la identidad del producto (publicados por el Gobierno del Principado 2022), las DOP/IGP (Faba Asturiana, Sidra de Asturias y Ternera Asturiana) avalan su producción/elaboración en todo el territorio del Principado. Todas ellas disfrutan de un espacio físico de producción muy amplio y variado y de un número muy elevado de productores/elaboradores. Sus Consejos Reguladores están bien dotados, ordenados y con gran capacidad de acción y promoción de sus identidades. En contraste, el resto de las DOP/IGP tienen acotado su espacio de producción/elaboración a una zona concreta que suele abarcar 2-3 concejos. El número de productores/elaboradores en sus Consejos Reguladores es más reducido. (FIGURA 3).

Aquellas DOP/IGP que amparan espacios de producción en todo el territorio del Principado, manifiestan crecimientos de producción y tendencias muy positivas (Sidra Asturiana con las fluctuaciones propias de los ciclos productivos de la manzana asturiana, Ternera Asturiana y la Faba Asturiana). Todos ellos siguen una estrategia de promoción multifuncional de gran alcance a nivel nacional y regional. Sus productos están muy presentes en los medios de comunicación, en redes sociales y en foros y ferias de gran prestigio (Salón Gourmet-IFEMA, entre otras) y en su gran mayoría han desarrollado, con cierto éxito, la venta directa a través de internet, o a través de distribuidores. A nivel regio-

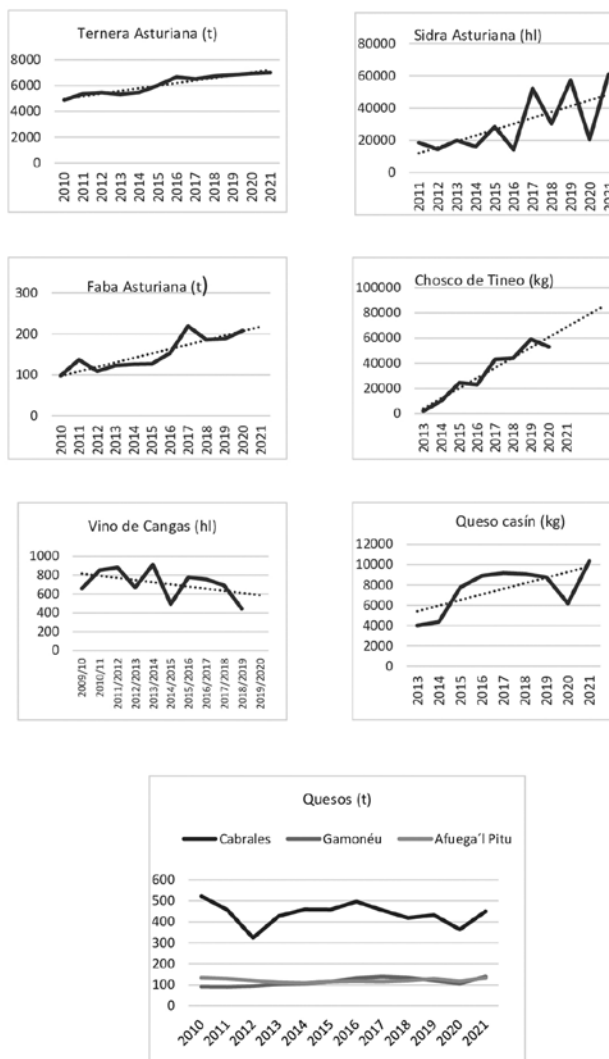


FIGURA 3: El crecimiento tendencial de distintos productos (Chosco de Tineo, Sidra Asturiana, Faba Asturiana y Ternera Asturiana) no se constata para los diferentes quesos, siendo como consta en registros e investigaciones que Asturias tiene un patrimonio peculiar constituido por una variedad quesera extraordinaria. La sidra y la ternera constituyen el mayor aporte al PIB entre todos ellos. FUENTE: Elaboración propia, a partir de datos de la Secretaría General de Agricultura (varios años) y Consejos Reguladores del producto.

nal, son frecuentes iniciativas de muy diverso tipo que pivotan sobre los productos citados, en distintos ámbitos y que permiten potenciar aspectos positivos diferenciadores, así como una comercialización más esmerada. Estas actividades promocionan el producto y lo integran plenamente en la hostelería y en el conocer popular.

Común a la promoción, en los tres casos, es el énfasis en la calidad y la diferenciación, si bien con frecuencia se insiste sobre la necesidad de potenciar un consumidor comprometido con los “productos de casa”, con las tradiciones y prácticas culturales de antaño y de ahí con la conservación del paisaje y el desarrollo rural. La población está muy familiarizada con la singularidad de estas figuras de calidad diferenciada. Y, en efecto, es de encomiar su capacidad identitaria para abrirse camino y crecer en el transcurso de los últimos años. Las muchas distinciones obtenidas, por todos y cada uno de los productos, son una fiel recompensa de los esfuerzos realizados.

La Sidra Asturiana es particularmente activa en infinidad de eventos. Se ha incorporado y consolidado en las fiestas de la sidra tradicional (La Preba de Gascona en Oviedo, el Festival de Sidra de Nava o la Fiesta de la Sidra en Villaviciosa). Los festivales son muy populares y concurridos y contribuyen eficazmente a divulgar las cualidades de la producción certificada. Los concursos organizados para elegir la mejor Sidra Asturiana, las catas y degustaciones (en algunos casos en maridaje con los quesos) también contribuyen a su publicidad y a mantener viva la competitividad entre productores y elaboradores. El mismo Museo de la Sidra en Nava permite al visitante una experiencia visual completa sobre tradición-costumbres en los procesos productivo y de elaboración.

Las perspectivas de futuro son muy alentadoras, a juzgar, por las declaraciones de los responsables de las DOP/IGP. Según Elena Cebada (2022) (Gerente de la IGP Ternera Asturiana) el sector tiene margen de crecimiento para certificar el doble de terneros de los que certifican actualmente. El presidente de la IGP Faba Asturiana (2020) declara que “hay demanda para un millón más de kilos de Faba Asturiana”. Y

desde la DOP Sidra Asturiana (Consejo Regulador 2022) manifiestan que “cada vez hay una mayor aceptación al consumo del producto de denominación de origen, gracias al aumento de la sensibilidad de los consumidores en torno a productos sostenibles y de cercanía”.

Frente a las DOP/IGP cuya producción/elaboración es amparada en todo el territorio del Principado, se encuentran las DOP/IG (los quesos, el Vino de Cangas y el Chosco de Tineo) acotadas a espacios geográficos concretos, como hemos mencionado anteriormente. Su producción se ha recuperado en el año 2021, si bien, todas ellas, a excepción del Chosco de Tineo y el Queso Casín, advierten una tendencia hacia el estancamiento con ligeras fluctuaciones anuales. Incluso el Queso Casín registra un periodo inicial de gran crecimiento en el periodo 2013-2016, justo durante el proceso de gestión de su DOP, pero en años posteriores la producción también tiende a estabilizarse.

En rigor, los quesos certificados presentan unas características de producción y comercialización únicas. Según el Consejo Regulador del Queso de Cabrales (2022), la producción de leche de vaca se incrementa, pero la de oveja y cabra viene descendiendo paulatinamente en el transcurso de los últimos años, lo que algunos atribuyen a las incursiones del lobo en los rebaños. Y este no es el único percance que no anima a su producción, el medio en que se produce/elaboran, además de la fauna salvaje, presenta otras singularidades. Los entornos paisajísticos son muy atractivos, pero están expuestos a unas condiciones de trabajo sumamente duras y a severas adversidades climáticas en determinadas épocas del año y ello tampoco fomenta la entrada de nuevos productores/elaboradores.

Las mejoras en el volumen de producción están muy condicionadas al cumplimiento de los requisitos de las DOP. No pueden ser incrementadas en virtud de la reducción de costes o aprovechamiento de economías de escala. Por tanto, su buena evolución, dadas las condiciones adversas en las que se producen, tal vez, necesita de un apoyo institucional decidido a fin de poder atender todas aquellas medidas que faciliten la convivencia del productor/elaborador con el medio y

garanticen la obtención de unos precios en consonancia con el esfuerzo realizado. Uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta la producción de los quesos de calidad es precisamente la lucha contra las adversidades naturales.

Existe, no obstante, alguna consideración económica muy necesaria respecto a la patrimonialización de algunos elementos. En tal sentido, el hecho de que varios quesos hayan merecido distinciones de calidad, pero que no se resalte de forma extraordinaria la calidad suprema, conduce a una mejor rentabilización del esfuerzo accediendo a una denominación de calidad que no exija condiciones absolutamente difíciles de lograr. La referencia al ganado menor, y a su disminución paulatina en favor de la vaca, tiene mucho que ver con la dificultad, incluso la imposibilidad, de mantener formas de aprovechamiento de pastos en los nichos tradicionales de cabras y ovejas, que obligan a un cuidado directo muy laborioso, también afecta la variabilidad del producto en función de una nutrición natural y que, por tanto, repercute en la heterogeneidad del producto final elaborado, lo que resulta difícil de encajar en la lógica mercantil, salvo que se disponga de un gran conocimiento de técnicas de venta que permitan incluso destacar tal hecho.

Adicionalmente a la necesidad de apoyo al proceso de producción/elaboración, la promoción es una tarea absolutamente esencial para acceder, de forma efectiva, al consumidor. En los productos de calidad diferenciada, el éxito está precisamente en el concepto de calidad, en saber resaltar con ahínco y esmero la diferenciación y los atributos del producto. El volumen de producción en cada uno de los quesos certificados no es muy elevado, la oferta está muy fragmentada y el número de productores/ elaboradores es bastante reducido. Todo ello condiciona los recursos disponibles en los Consejos Reguladores destinados precisamente a la promoción y a la valorización del sector. El Queso de Cabrales, el de mayor volumen de producción/comercialización, apenas si tiene 24 queserías y el resto de los sellos de calidad tienen incluso bastantes menos elaboradores.

En general, los productores/elaboradores y sus Consejos Reguladores realizan una labor comercial encomiable con los recursos disponibles. Entre otras muchas actividades, tienen una presencia considerable en los medios de comunicación, redes sociales y los, participan en ferias, concursos y organizan anualmente los certámenes (del Queso de Cabrales, Gamonéu, Afuega'l Pitu y Casín). Todo ello estimula el consumo y divulga su imagen y la integra en los canales de distribución/comercialización.

Más recientemente también se ha empezado a utilizar el patrimonio natural como reclamo paisajístico y apoyo inmaterial. Son muy populares las Rutas del Queso y de la Sidra por Asiegu de Cabrales. Además, Cabrales y Casín forman parte de itinerarios turísticos en los que se muestran las formas tradicionales de producción/elaboración/curación y se agasaja al turista con platos típicos de la gastronomía de la zona. Y todo ello, en un entorno donde se ubican dos joyas de la naturaleza paisajística, el Parque Nacional de los Picos de Europa y Parque Natural de Redes. La vinculación del producto certificado al entorno, al patrimonio cultural, a la industria artesana, a las razas de ganado autóctonas y al pastoreo revaloriza el nivel de vida en la comarca y aproxima al visitante a nuevas vivencias y sensaciones.

Con todo, la promoción de los quesos de calidad diferenciada no parece ser tan diversa y activa como la desarrollada por otros productos anteriormente comentados. Quizá una acción conjunta de productores/elaboradores e instituciones podría desplegar acciones más amplias y de mayor impacto posible. Entre otras, análisis de composición de los mercados nacional e internacional y asesoramiento y perfeccionamiento de los estados de presentación y canales de comercialización del producto. En este sentido, los quesos aún son, en su gran mayoría, comercializados a través de distribuidores. Una promoción más amplia de la venta directa, a través de internet, mejoraría su presencia ante el consumidor internauta, quien puede conocer la trazabilidad y, asociada a la misma, las características del medio y el proceso de elaboración.

Existen multitud de quesos de calidad, festivales, cofradías, incluso queserías, si bien el aprovechamiento económico del queso parece haberse quedado por debajo de las posibilidades que muchos plantean. Es destacable el esfuerzo que se está haciendo para progresar en el camino más conveniente, y en tal sentido se ha promovido el *International Cheese Festival* celebrado en Oviedo en 2021 (ICF, 2021), al que han acudido productores de medio centenar de países, con más de cuatro millares de quesos y en el que han colaborado doscientos cincuenta jueces. Este evento ha permitido que se conozcan mejor los quesos asturianos por parte de multitud de profesionales del sector, lo mismo que pueden contribuir al mejor conocimiento publicaciones como la realizada previamente, en castellano e inglés, por el cocinero Lluís Nel Estrada (Estrada, 2021).

Pese a los retos planteadas, los productores/elaboradores son bastante optimistas. Según Jessica López, presidenta del Consejo Regulador de Queso de Cabrales, “cada vez se demandan más los productos artesanos” (Pomarada 2022a). De forma similar la presidenta de Consejo Regulador de Queso Gamonéu manifiesta “cada vez tenemos más demanda” (Pomarada 2022b). Lucía Amor, directora técnica de Afuega'l Pito, declara que “en los últimos años está habiendo un repunte en las ventas” (Arias 2019). Y Natalia Lobeto, presidenta de la DOP Casín, asegura que “El Queso Casín tiene mucho futuro. Cada vez se conoce más” [...] “poco a poco se va conquistando mercado.”

Pero Asturias no solo ofrece sidra, ternera y quesos. Según el Consejo Regulador (2022) Vino de Cangas, la producción de vino en el Concejo tiene una tradición milenaria, aunque un tanto accidentada. Varias veces ha estado a punto de desaparecer. Sin embargo, desde finales del siglo pasado ha vuelto a resurgir con gran solidez. En este periodo se han acondicionado las variedades de viñedo de gran tradición, se han realizado nuevas plantaciones e introducido innovaciones en todo el proceso de elaboración/maduración. Los premios recibidos, y la misma concesión de la DOP en 2008, son un reconocimiento explícito a las modificaciones realizadas. Actualmente se le podría conside-

rar como un sello en proceso de transformación, que ha venido abriéndose hueco en un mercado que carecía de representación asturiana. Este propio hecho constituye, en sí, un valor intrínseco, al completar una oferta rica y variada de los vinos de la península.

En línea con las mejoras abordadas en el proceso de producción/elaboración, la promoción se ha hecho extensible a múltiples espacios. Aparecen referencias al Vino de Cangas en los medios de comunicación, redes sociales en las que se destacan las características y variedades de la uva utilizada y la calidad distinguida del producto obtenido. La Fiesta de la Vendimia, celebrada en Cangas anualmente en otoño, y los itinerarios diseñados para las visitas guiadas o concursos realizados completan todo un escenario de comunicación comercial muy completo. Dos museos dedicados a la DOP (uno en Pezoz y otro en Cangas) pretenden robustecer esa promoción mediante cursos, catas y relatos de las tradiciones que conforman los procesos de producción y elaboración. Incluso la Universidad de Oviedo (2022) anuncia cursos de verano sobre “historia, cultura y ciencia” del Vino de Cangas. Pero seguramente hay que valorar muy especialmente la labor emprendedora de algunos cangueses, así como la producción en el entorno de la Reserva de Muniellos, en el marco de un Parque Natural que se corresponde, en buena medida, con el ámbito productivo vitivinícola asturiano.

Los mayores desafíos para incrementar la producción de vinos en el Suroccidente, tal vez, se encuentren en el esfuerzo que conlleva el cumplimiento de los requisitos que conforman la certificación de la DOP y, sobre todo, la necesidad de promover y utilizar únicamente las variedades de uva autorizadas. Además, como bien manifiesta el Consejo Regulador (2022) (sus productores/elaboradores) la climatología no es necesariamente favorable en todo el contorno habilitado para la producción y el terreno de la siembra plantea dificultades físicas. A menudo, las tierras de viñedo se sitúan en pendientes bastante pronunciadas lo cual dificulta la posible mecanización y hace costosas las labores propias del cuidado de las viñas y de la misma producción.

El mismo Consejo Regulador habla de “viticultura heroica”, lo que no deja de volver en positivo lo que inicialmente supone un auténtico problema.

Pese a todo, las perspectivas de futuro son buenas. “Veníamos de unos años en los que se apuntaban metros, ni siquiera llegábamos a hectáreas” [...]. El año 2021 “ha sido una de las campañas de incorporación de viñedo más grande de los últimos tiempos”. “Se necesita más viñedo” declara la técnico Alicia Fernández (Suarez, 2021). La demanda, si cabe, es fuerte en comparación con la producción, y los precios son comparativamente altos. Para Martínez (2016), viticultor en la zona, el límite de la producción del Vino de Cangas lo pone la uva y sería deseable que esos límites los pusiera el mercado.

Por último, el Chosco de Tineo es la única IGP acotada al concejo de Tineo y limítrofes cuya producción y ventas han registrado un crecimiento espectacular en el transcurso de los últimos años. Actualmente sólo dispone de siete productores/elaboradores con un volumen de producción aun modesto pero muy prometedor. A su favor juega el haber sido siempre un producto muy cotidiano, muy arraigado en los canales de distribución y bien integrado en todo el sector de la hostelería. Su nuevo sello de identidad ha contribuido decididamente a acrecentar su popularidad en todos los mercados.

Su promoción ha estado hasta muy recientemente orientada hacia los mercados locales y regional. Las ventas presenciales de proximidad, en ferias y otros eventos y festejos, tiene gran acogida y forman parte de la promoción, declara Agustín Menéndez, presidente del Consejo Regulador (Arias, 2022). A su vez, la plataforma virtual creada para sortear la crisis sanitaria está teniendo resultados extraordinarios en la venta directa a través de internet, según manifiesta el mismo presidente del Consejo Regulador (Hidalgo, 2021). En virtud de los buenos resultados obtenidos con estos nuevos métodos de comercialización, las perspectivas de futuro parecen bastante halagüeñas incluso fuera del margo regional, en el mercado nacional.

Patrimonialización de la riqueza de índole agroalimentaria

Mucho se ha escrito en torno a la patrimonialización, y en ámbitos correspondientes a campos científicos diversos, que van desde la Geografía, la Antropología o la Economía y la Historia al Arte. La referencia inevitable a la puesta en marcha de *World Heritage*, por la UNESCO, en 1972, coincide con otras muchas iniciativas en torno a bienes comunes internacionales y referentes a la identificación de elementos cuya importancia parecía desmoronarse al par que se ampliaban la industrialización, las migraciones, la estandarización y, en general la confusión entre progreso y eliminación del pasado, sin solución de continuidad. Conforme al artículo primero de la convención, el objeto de protección de la misma se concreta, muy sintéticamente expresado, en monumentos, conjuntos arquitectónicos y lugares en los que la riqueza natural o arqueológica sea relevante (UNESCO, 2021). El enorme desarrollo posterior en ámbitos mucho más amplios incorpora, no obstante, tanto la cultura inmaterial, ya en este siglo, como un creciente interés por la patrimonialización de infinidad de elementos, conjuntos y procesos que se alejan de la conservación y señalamiento de obras como las pirámides egipcias, Machu Pichu, la Muralla China, la Cueva de Altamira o la cuenca central del Río Amazonas. Sólo a inicios del siglo actual se aprobaría la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, ratificada en 2003, procediéndose a ulteriores consideraciones expresas, como las de buenas prácticas.

La forma de interpretar la patrimonialización no deja de vincularse a influencias y perspectivas que, fuera de ser contradictorias, enriquecen un debate que se mueve entre lo filosófico y lo pragmático, entre la idealización y la vocación de aprovechar algo para mejorar el bienestar social general. Así, Jaume Franquesa destaca una diversidad tipológica, en referencia a dos planteamientos netamente distintos: por una parte, el de preservar un patrimonio de su destrucción o

alteración frente a la amenaza del mercado (concomitante con *World Heritage* 1972), y por otra, el de orientar la explotación económica del patrimonio, no sólo por el rendimiento económico que pudiera procurar, sino tratando de que un uso razonable pudiese contribuir a la conservación (Franquesa, 2010). En medio de tales extremos estaría la consideración de los componentes del Valor Económico Total (Pearce y Turner, 1990), dentro de los que cabe citar el Valor de Opción, el de Legado e incluso el de Existencia. Son todos ellos representativos de una concepción que va más allá del corto plazo y del mercado, estableciendo un componente a tener en cuenta si se facilita un uso propio diferido en el tiempo (Opción), si se procura que sean las generaciones futuras puedan disfrutar del recurso (Legado) o si, simplemente, hay un deseo expreso de que algo exista, aun sabiendo que no se va a producir un uso directo del patrimonio en cuestión, lo que entroncaría con el primer planteamiento expresado de mantener un patrimonio *per se* y no por cualquier dinámica que en torno al mismo pudiera generarse.

No obstante, la formulación teórica de una protección generalizada sin uso económico alguno aparece en la literatura académica, más la realidad es que sólo elementos excepcionales y muy delicados pueden ser tratados bajo tal premisa. Lo normal es que se avance en el posibilismo y se combinen el mantenimiento de unas condiciones adecuadas para la preservación patrimonial y un aprovechamiento económico que induzca a reforzar dicha conservación. Pero la casuística va más allá al hablar de patrimonialización y de tratar de definir en qué consiste, nos encontramos con la necesidad de vincular un objeto y un sujeto, teniendo en cuenta que puede arrastrarse un largo proceso en el que hayan ido incorporándose voluntariamente un conjunto de valores construidos en un espacio habitado y vivido por una sociedad, y en el que no cabe dejar de lado un componente sentimental, como subraya Carmen Gómez, quien, no obstante, pone en duda el sentido colectivo de la patrimonialización (Gómez, 2014).

Por otra parte, son útiles referencias de trabajos aplicados a casos bien diferentes (Rosas-Bustos, 2020), pero que destacan la idea de que

la enorme globalización existente, así como la concentración urbana de la población, contribuyen a una pérdida de conocimientos que, sin embargo, tienen enorme valor intrínseco. La valía del patrimonio cultural adquiere mayor notoriedad en una sociedad en la que aquel constituye un bien escaso, y se abre una vía a la singularización, o diferenciación de la que se trataría más propiamente en el ámbito de lo económico.

En el campo de la agroalimentación se han realizado trabajos que profundizan en la importancia de todo un conjunto de valores en el que confluyen las prácticas tradicionales, su adaptación a las condiciones sociales del presente, la soberanía alimentaria y, en definitiva, cuanto podemos glosar al referirnos al paisaje (Gallegos, 2022). La patrimonialización implica, según dicha autora, una profunda observación de la identidad propia en el territorio, y obliga a integrar emociones y sensaciones de forma analítica, habiendo constatado en los casos de estudio cómo la misma lleva aparejados mecanismos de resiliencia y mejora ambiental. La comida nos saca a flote cuestiones afectivas, los diferentes sabores nos remiten a fuertes emociones, que pueden estar asociadas a un territorio y a un tiempo, incorporando también una acumulación de experiencias del pasado, no exentas de componentes ideológicos, identitarios, de propiedad, soberanía y valor, en definitiva. Cuando se concibe la comida como un patrimonio expresamente reconocido hemos de ser conscientes de hasta qué punto esto puede contraponerse a la deriva estandarizante que puede promover la industria, con cambios en procesos de larga duración (Brulotte y di Giovine, 2016).

Como en otros muchos escenarios, la patrimonialización de productos agroalimentarios queda sujeta a múltiples variables. Hemos de saber si se puede, de alguna forma, hacer uso exclusivo de un elemento destacable identificable en una comunidad o región, pero también en qué medida se configura la cadena de valor asociada al producto final, y hasta qué punto esto pueda provocar efectos relevantes en un entorno determinado. En este sentido, respecto a la potencialidad de la patrimonialización como soporte o elemento acompañante de pro-

cesos de desarrollo, es aclaratoria la referencia de algunos autores a la funcionalidad de la lista del patrimonio mundial elaborada por la UNESCO, en el sentido de que constituye un auténtico vehículo para el progreso: *“the World Heritage List is a vehicle for economic development is well established. Yet it does not necessarily take inscription on this global inventory to draw attention to so-called ‘heritage foods’ economic potential”* (Brulotte y Di Giovine, 2016, p.17). Y es en esta cita en la que cabe observar una vinculación expresa y determinante entre la comida considerada como patrimonio y una eventual mejora económica. Es posible relacionar, además, la gastronomía con el turismo, mediante diversas experiencias que se apoyan en conocimientos tradicionales y territoriales que sabemos constituyen un patrimonio para grupos cada vez más amplios, deseosos de impregnarse culturalmente a lo largo de sus viajes.

Inserto en la globalización, el uso de las nuevas tecnologías y un salto en los hábitos de las nuevas generaciones, se manifiesta el fenómeno de la gentrificación. Esto implica, en última instancia, la proliferación de franquicias asociadas a establecimientos de comida rápida, con influencia notable en los hábitos de consumo alimentario. Hay actuaciones que permiten contener, en alguna medida, dicha tendencia, a la que conducen políticas comunes a la mayoría de los países y que concretan en el territorio tanto las grandes marcas como las propias cadenas de distribución alimentaria basadas en hipermercados.

Hay todo un conjunto de aspectos que inciden en alejar la gentrificación, la organización de tiendas y productores con poco volumen de negocio, la diversidad de una oferta de proximidad basada en formas de producción ecológicas, cooperativas que vinculen la generación de alimentos con su consumo y la actuación conjunta, ejerciendo influencia, por ejemplo, a través de la promoción de bienes diferenciados por sus especiales características y su contribución al desarrollo endógeno (Cohen, 2018).

Ya en un apartado complementario, cabe señalar que, dentro de las buenas prácticas, la UNESCO ha destacado el “Éxito en la promo-



FIGURA 4: El logotipo ideado a mediados de la década de 1980 aglutinaba elementos patrimoniales del arte asturiano y de un paisaje seminatural, tanto de costa como de montaña. La identificación propia y la comunicación ejercida propician el uso del mismo para vincular los alimentos a la imagen positiva lograda.

FUENTE: Resolución de 13/3/2018 de la Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales (BOPA 19/VI/2017)

ción de los alimentos tradicionales y en la salvaguardia de los modos de alimentación tradicionales en Kenya”. Patrick Maundu (2017) sintetiza todo un conjunto de desarrollos que fueron tenidos en cuenta para la inscripción de la iniciativa keniana en el registro de buenas prácticas de salvaguardia en 2021.

Todo apunta a que confluyen elementos diversos que hacen precisa una consideración del patrimonio acumulado en torno a la agricultura tradicional adaptada, la producción de bienes agroalimentarios y el mantenimiento de formas productivas y de distribución que entroncan con los principios del desarrollo sostenible. Ignorar el potencial que incorpora la consideración de los elementos socioculturales, territoriales y las experiencias de intercambio que se pueden soportar en el potencial endógeno supone, en cierta medida, una renuncia al desarrollo en su concepción más profunda.

Alimentos del Paraíso Natural y el patrimonio gastronómico asturiano

Adicionalmente al creciente interés por dar identidad a los alimentos de calidad diferenciada, Asturias ha querido afianzar esa identidad agroalimentaria mediante el establecimiento de una nueva marca denominada Alimentos del Paraíso Natural. Un término atractivo que

sugiere naturaleza, frescura y, tal vez, otras muchas sensaciones e interpretaciones de exclusividad. Según la Resolución del 1/6/2017 (art. 1) (modificada por la Resolución 13/3/2018) podrán utilizar la Marca: los productos amparados por las DOP/IGP/ETG, [...], los productos amparados por la producción ecológica [...] y los productos que posean una calidad superior diferenciada y vinculada al territorio del Principado y estén certificados en el cumplimiento de un reglamento de uso o pliego de condiciones [...]. (FIGURA 4).

En realidad, se trata de una certificación proyectada desde el ámbito institucional que completa a las mismas certificaciones tradicionales de DOP/IGP/EGT o de agricultura ecológica. Se establece así una garantía pública con cobertura en todo el territorio del Principado. Los productos que no estén amparados por las DOP/IGP o produc-

Productores/Elaboradores en Alimentos del Paraíso Natural (9/5/2020)

DOP Quesosn Sidra y Vino

Cabrales	24
Gamonéu	21
Afuga'l Pitu	8
Casín	2
Sidra de Asturias	30 (302 cosecheros inscritos)
Vino de Cangas	8

IGP Legumbres Carnes y Queso

Faba Asturiana	73
Tenera Asturiana	72 (6004 ganaderos inscritos)
Chosco de Tineo	7
Queso Los Beyos	3

COPAE	
Producción ecológica	22
OTROS OPERADORES	
Arándanos	4
Kiwis	2
Marañuelos de Luanco y Candás	6
Chorizo Compango y Morcilla As.	10
Miel	7
Verdina Asturiana	5
Quesos Artesanos de Asturias	11
Queso Azul y arroz con leche Alcares	1
Queso Azul la Peral	1
Elaborados Cárnicos Razas Autócto.	1
Huevos Camperos	1

FIGURA 5: El número de operadores es relevante, lo que da buena idea de la intención de aprovechar el potencial que tienen cultivos y elaboraciones que constituyen un variado patrimonio genético animal y vegetal, así como cultural, con especialidades queseras, cárnicas y de bebidas, fundamentalmente.

FUENTE: Gobierno del Principado de Asturias. www.asturias.es
Asturias>Temas>Agricultura y Montes.

ción ecológica, pueden utilizar la nueva identidad para proyectarse de forma más visible y eficiente en los mercados regional, nacional e internacional. La producción/elaboración de proximidad y calidad siguen estando aseguradas mediante los requisitos establecidos por los reglamentos o pliego de condiciones aprobados a tales efectos. En términos prácticos, la producción agroalimentaria artesanal asturiana cumple unos estándares de identidad-calidad muy elevados, por lo que cabe pensar que la adopción de un nuevo escenario pueda desarrollarse con fundamento. Destacar el origen es algo que puede contribuir a paliar la deficiente información de los consumidores, que pueden adquirir habitualmente productos que proceden de América comercializados bajo marcas que sugieren ser de proximidad, algo re-

señado por Juan Antonio Lázaro, con importantes responsabilidades en desarrollo rural en Asturias, en un artículo reciente (Lázaro, 2023).

Para ese patrimonio gastronómico de carácter artesanal, con una aceptación y difusión limitada a determinados lugares del Principado, y que en la actualidad solo se encuentra amparada por su tradición y calidad, la iniciativa Alimentos del Paraíso Natural ya ha supuesto un auténtico revulsivo. Según el Gobierno del Principado (2022) el número de operadores inscritos ha pasado de 87 en 2018 a 319 en 2020, un total 232 nuevas incorporaciones.

El cuadro 3 recoge los productos amparados por nuevo distintivo de calidad. Entre otros, las frutas de incorporación reciente al campo asturiano, los arándanos y kiwis, productos con grandes perspectivas de producción, dadas la tierra de gran calidad y la climatología favorable. Además, estas frutas disfrutan, hoy por hoy, de unas perspectivas de demanda muy favorables y de un alto valor añadido. Su implantación se constituye en una nueva fuente de creación de riqueza y revitalización de las “veigas” asturianas. (FIGURA 5).

Son muchos los productos agroalimentarios susceptibles de utilizar la marca Alimentos del Paraíso. A continuación, destacamos, a modo de ejemplo, el potencial que evidencian dos de ellos, los quesos y la misma producción animal de origen autóctono.

El Gobierno del Principado (2022) (Catalogo de quesos, 2021) recoge 329 referencias de quesos elaborados en la región. Todo un ejemplo de la riqueza artesanal que aún se conserva. Queso Asturias.com, se refiere a Asturias como la mayor mancha quesera de Europa, conocida como el “El País de los 40 quesos”, precisamente debido a su gran variedad de productores y elaboradores. Muchos de esos productores poseen una larga tradición quesera y algunas de sus variedades, entre otras muchas. Quesos como el de la Peral son muy considerados y valorados en el mercado, habiendo mantenido unas características productivas y dimensión que se corresponden con la tipología de las empresas en Asturias. La nueva marca que ampara más quesos que los reconocidos por las tres fórmulas especiales podría contribuir a

agrandar su buena reputación, a mejorar sus resultados económicos y a desempeñar un papel más activo sobre las zonas rurales donde se producen, permitiendo aprovechar un patrimonio inmaterial que no ha tenido en el mercado tanta trascendencia como han logrado actividades de otras ramas productivas, particularmente la turística.

Asturias posee un patrimonio genético único de origen animal. Razas autóctonas como la “oveya xalda” o el “gochu celta”, algún día al borde de la extinción y actualmente en fase de recuperación, necesitan imperiosamente de un sello, como Alimentos del Paraíso Natural, que les confiera un mayor valor añadido y las sitúe en una posición de crecimiento y prosperidad. Su capacidad de adaptación al medio favorece su promoción en régimen extensivo. La recuperación definitiva se dejaría sentir favorablemente en términos ambientales, económicos y tradicionales-culturales, si bien seguramente esté condicionada por la dificultad que pudiera suponer dar esos primeros pasos que se han avanzado hace décadas en algunas de las producciones más dinámicas.

No sería posible completar este apartado sin hacer mención a recetas destacadas de la gastronomía asturiana o a formas peculiares de consumo de los productos agroalimentarios. En tal sentido, no cabe un control de cuanto se refiere a platos característicos de la cocina asturiana que dan pie a la comercialización de cierta variedad de productos para un consumo no inmediato. Existen preparados de diverso tipo para fabada, por ejemplo, pero también de otras fórmulas tradicionales, y también mantienen su cuota de mercado producciones a pequeña escala, cuya propiedad ha llegado a ser incluso motivo de litigios, como es el caso de los “Carajitos del Profesor”. Toda una serie de productos de repostería se mueve en una gran indefinición y corre riesgo de que el patrimonio acumulado durante largo tiempo quede sin reconocimiento alguno: suspiros, marañuelas, frixuelos, casadiegas, natas vaqueiras, borrachinos, etc... Es reseñable que, como se ha indicado, hay establecimientos y empresas que potencian marcas y productos, pero sería conveniente que hubiese un paraguas que am-

parase diversas especialidades que son fruto de muchos años de tradición colectiva en todo o parte del territorio asturiano.

La espicha, como recreación de una tradición, ha pasado a incorporarse, al menos con el nombre, a diversos ámbitos en los que se propicia una celebración, dando salida a producciones varias, empezando por la sidra. Existen locales que mantienen unas características y una forma de ofrecer sus servicios que dignifican y asientan un evento con unas características que pueden enlazar con diversos servicios, particularmente turísticos. Pero la patrimonialización parece haberse reducido al nombre, dejando a un lado aspectos que aportan un valor de futuro para la sociedad.

Contribuciones laterales que redundan en la cadena de valor agroalimentaria y gastronómica

Cuanto se ha reseñado tiene que ver con las líneas definidas en los distintos ámbitos para configurar expresamente signos distintivos de productos que incorporan una calidad superior y diferenciable. Es preciso, no obstante, tomar en consideración condiciones positivas que operan en el marco asturiano, dotando de mayor potencialidad a la existencia de unas características gastronómicas relevantes, muy valorables *per se*, pero cuya capacidad de generación económica podría verse incrementada por las sinergias que se producen, y que cabría incrementar.

En primer lugar, cabe hacer mención a la identificación de Asturias con unas condiciones naturales que casan bien con la idea de calidad, particularmente en la alimentación. Esa es una de las bases en las que se sustenta lo tratado en el punto anterior, pero conviene subrayar la existencia de un flujo turístico significativo que vive directamente la realidad asturiana. Turistas y visitantes perciben directamente un paisaje donde predominan los prados y las zonas de pastos,

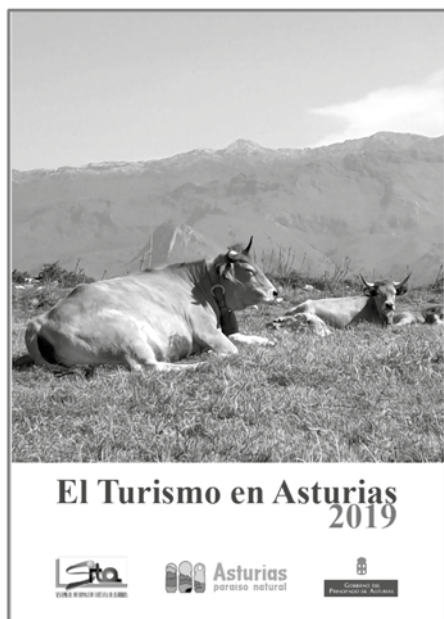


FIGURA 6: La importancia del ganado autóctono, cuyo patrimonio genético ha sido conservado en diversos casos, queda reflejada en la elección de esta foto de vacas asturianas de los valles para la portada de un informe turístico, ya que dichos animales no solo proporcionan productos físicos, sino que enriquecen el paisaje.

FUENTE: SITA Memoria 2019_ web.pdf - Google Drive

así como la profusión de ganado en libertad. Tan es así que la portada del último informe pre-pandemia del Sistema de Información Turística de Asturias (SITA) se ilustre con una foto que resume lo antedicho: vacas de la raza roxa asturiana tumbadas en medio de un paisaje que inspira naturalidad. (FIGURA 6).

Si analizamos dicha portada, podemos ver también el logotipo asentado desde la década de 1980, generador de esa idea de paraíso que viene siendo utilizada no solo para la promoción turística, sino, como se ha descrito, en la diferenciación de la producción alimentaria.

Los 2.355.974 viajeros que recibió Asturias durante 2019 (SITA, 2019) generaron efectos directos superiores a 20 millones de euros sobre el Valor Añadido Bruto de la agricultura asturiana, y por encima de los 40 millones en lo que se refiere a alimentación y bebidas (ya que

el tabaco, que consta en el renglón citado carece de significación en el área de referencia). Si atendemos a las razones que dicen haber tenido para realizar el viaje nos encontramos con que un 7,8% en 2018 y un 4,9% en 2019 manifiestan que obedece a la gastronomía. Es llamativa la diferencia, pero aún así, esa declaración expresa supone que globalmente hay una idea positiva en cuanto a la gastronomía asturiana. Piénsese que las alternativas para responder, como conocer nuevos lugares o el interés natural; y existen opciones como recomendaciones o experiencia anterior que no son incompatibles con el interés gastronómico, o incluso pueden incorporarlo. Constatamos, así pues, un elemento no desdeñable a considerar incluso como atractivo directo.

El flujo turístico recibido hace uso de servicios de restauración, adquiere productos alimentarios y conoce, en definitiva, las posibilidades de un consumo que posiblemente no se haya abierto aún en las zonas de origen. La experiencia de conocer elaboraciones culinarias y productos de la tierra constituye una base importante para una comercialización futura, que se añade a las citadas distinciones de calidad. Disponer de una cantidad de visitantes que duplica largamente la población de la comunidad autónoma permite mostrarse y cimentar una comercialización que puede servirse tanto de las TIC como de las mejoras logísticas. Es destacable el florecimiento de establecimientos en los que se combina una oferta de restauración con la comercialización de productos agroalimentarios debidamente preparados para su conservación y fácil transporte. Es el caso de Tierra Astur, que ha inaugurado una nueva instalación de 1.500 metros cuadrados y con un centenar de empleados en Oviedo, y que no sustituye, sino que se añade a las preexistentes. Pero la trayectoria muy asentada de CRIVENCAR/TIERRA ASTUR ya mereció el reconocimiento general, como se plasma en artículos de la prensa económica (Martínez, 2019).

La comercialización directa en mercados, tiendas especializadas y eventos alcanza, pues, no solo a la población asturiana, quienes visitan la comunidad autónoma adquieren un conocimiento directo de productos, lo que constituye, en sí, un valor añadible al que se ha

comentado anteriormente. Dentro del abanico de pequeñas empresas elaboradoras de productos de calidad, donde se agrupan muchos de los distinguidos con las marcas descritas, cabe citar dos iniciativas de particular relevancia: Astursabor, como empresa elaboradora de platos cocinados en los que se usa carne de razas autóctonas asturianas, y L'Aldea, una tienda especializada en una amplísima gama de productos alimentarios de calidad, entre los que resaltan elaboraciones propias. Pese a constituir empresas de pequeño tamaño es muy significativa su creciente penetración en el mercado y cómo constituyen una referencia en un entorno que cada vez valora más la calidad. Se sirven de las distinciones normativamente establecidas, pero aportan un plus asociado a determinadas características que incorporan, ampliando la diversidad y propiciando la excelencia y una contribución al desarrollo por la vía de un efecto demostración.

Un renglón especial es el asociado con algo tan presente en la sociedad como es la idea de desarrollo sostenible (Borrell, 2023). Más allá de las estrategias al respecto, y en un proceso de aplicación de procedimientos y consecución de metas, cabe apuntar siquiera la importancia que puede llegar a tener añadir la idea de sostenibilidad a producciones que pueden o no estar amparadas por marcas de calidad, así como las connotaciones medioambientales e identitarias. En este sentido, destaca la política de potenciación de algunas iniciativas tendentes a acreditar las características de sistemas productivos o extractivos, haciendo saber al potencial consumidor que se han seguido unas pautas compatibles con objetivos consagrados internacionalmente. No es el propósito de esta aportación entrar en profundizar sobre dicho tema, pero no cabe dejar a un lado iniciativas como las que ya están demostrando resultados. Un caso singular, por constituir la punta de lanza, es el de la pesca del pulpo en el occidente de Asturias, donde la colaboración entre las cofradías, el gobierno asturiano, la ONG *Marine Stewardship Council*, la Universidad de Oviedo, empresas conserveras y todo un conjunto de actores, ha permitido que se promueva, en condiciones de rentabilidad, la pesca tradicional del

pulpo, garantizando la sostenibilidad de la misma. Sin que se haya llevado a cabo una colaboración de tal envergadura, también es reseñable cómo muchos de los productos originarios de espacios con alguna denominación como espacio natural protegido utilizan habitualmente la referencia gráfica y nominal al mismo, en distintas formas, durante el proceso de comercialización.

No cabría cerrar este apartado sin hacer mención a la labor editorial, en la que se encuadran diversas aportaciones que contribuyen a que sea mejor valorado el patrimonio gastronómico de una comunidad en la que confluyen toda una serie de condiciones que hacen pensar en que lo gastronómico siga acrecentando su aportación en el PIB regional, a la par que constituye un motivo de asociación con el paisaje y de fomento del bienestar colectivo.

Una breve reseña sobre las ventajas de los alimentos de calidad diferenciada

La Comisión, las instituciones europeas, han procurado fortalecer los principios del mercado único para los productos certificados y además han concluido gran número de acuerdos comerciales con terceros países a fin impulsar sus ventas más allá del mercado único. Estos acuerdos garantizan la comercialización de muchas de las DOP/IGP en mercados de terceros (y viceversa). Los productos artesanales de calidad certificada adquieren así una expansión a nuevos horizontes, de forma análoga a otros productos agroalimentarios convencionales. Cabe deducir, pues, que las perspectivas de demanda son muy prometedoras, no solo por la continua amplitud de los mercados sino también por la evolución tan favorable que ha experimentado la demanda, de estos productos, en el pasado reciente (Comisión, 2019) y por las buenas perspectivas de futuro que manifiestan los Consejos Reguladores.

Las prácticas y medidas adoptadas en la producción de alimentos de calidad diferenciada tienen efectos positivos sobre el entorno

(Palma, 2018; Belletti *et al* 2015). Esas producciones, deben de seguir los criterios de calidad establecidos en cada producto. Y esos criterios siempre favorecen la estructura y fertilidad natural del suelo y la conservación del entorno. En el caso concreto de Asturias estas intervenciones y acciones tienen un particular significado. Especialmente, los quesos y los vinos de DOP se producen/elaboran en parajes poco aptos para el desarrollo de actividades alternativas y refuerzan unas características de aprovechamiento del medio asentadas durante muchos años. La ausencia de la certificación conferida a esas marcas redundaría en un abandono rural más pronunciado de lo que actualmente sucede, al no aprovechar una ventaja competitiva que aún permite ciertos desarrollos más allá de producciones convencionales, cuya estructura de costes se ve afectada, negativamente, tanto por la orografía como por el clima, la localización y la debilidad de algunas redes de servicios.

El mantenimiento de unidades productivas de carácter agroalimentario bien imbricadas en el medio ambiente y ubicadas en lugares de gran belleza paisajística genera, a su vez, otra serie de externalidades positivas de gran alcance. Sirve, ante todo, como atractivo turístico y, por tanto, fomenta la restauración rural y el patrimonio gastronómico y cultural. Evidentemente, no se puede concebir la actividad agroalimentaria certificada como medio con capacidad suficiente para devolverle al campo plena actividad, pero contribuye decididamente al mantenimiento de la población rural con efectos positivos sobre el entorno. Así se desprende de un amplio estudio efectuado por Duman-gane et al. (2021) en Portugal.

Desde un punto de vista económico, los productos certificados suelen alcanzar unos precios bastante elevados, tal como se manifiestan en los datos sobre las DOP/IGP en Asturias, recogidos por la Secretaría General de Agricultura (2021) y anteriormente comentados. Datos que tienden a ser corroborados por otros estudios efectuados en la UE (Comisión, 2019) y (Comisión, 2021). Evidentemente, la oferta de DOP/IGP está orientada hacia un mercado más selecto, más resguar-

dado de los avatares de la libre competencia e incluso más alejados de los plenos efectos de la Globalización. Si se cumplen plenamente los atributos del libre mercado, el productor/operador siempre obtendría una compensación extra, una mayor remuneración por su trabajo, en relación con el producto convencional.

Para el consumidor, la certificación significa diversificación del producto e información sobre su origen, métodos de elaboración y calidad. La calidad es un término bastante controvertido al que acompañan infinidad de connotaciones (características físicas, químicas, organolépticas) difíciles de identificar en los puntos de venta. Pero, a falta de un análisis sobre las propiedades intrínsecas del producto, el sellado avala indefectiblemente nociones de fiabilidad y calidad y una disposición propicia a pagar un extra de precio (FAO, 2018). En realidad, los distintivos (DOP/ IGP y Alimentos del Paraíso Natural) le proporcionan al consumidor muchas dimensiones, con las que puede identificarse, entre otras, las relacionadas con la conservación del medio ambiente, o las relacionadas con el consumo de proximidad o con la misma necesidad de compensar el esfuerzo del productor.

Conclusiones

Bien por algunos de los excesos cometidos en la agricultura tradicional, bien por el surgimiento de un consumidor cada vez más exigente con la calidad de los productos que llegan a su mesa, los alimentos de calidad diferenciada han acrecentado su presencia en el mercado de forma extraordinaria en el transcurso del siglo actual. Las instituciones europeas, españolas y asturianas han procurado la creación de un marco jurídico muy amplio para proteger su identidad, evitar fraudes y fomentar su desarrollo y, con ello, dar vida al entorno rural. Asturias ha participado de forma activa y provechosa en ese proceso de evolución alimentaria. Su transcendencia aún no es destacable a nivel nacional, pero a partir de los años 1990 más de una decena de productos agroalimentarios han sido amparados por DOP/IGP. Mu-

chos de esos productos (Ternera Asturiana, Sidra Asturiana y Faba Asturiana) han desplegado una actividad promocional muy resuelta y diversa. Su evolución en términos de producción y ampliación de mercados ha sido todo un éxito.

Otros productos (queso y vinos) muestran unos resultados menos llamativos, si bien sus tendencias de producción/elaboración no inducen necesariamente al desaliento. El medio físico en el que se sitúan es poco proclive a la ampliación o a la obtención de resultados espectaculares a corto plazo. Se observa, por tanto, que la superación de esos inconvenientes necesita de gran esfuerzo y dedicación y, en algunos casos, de la intervención y el apoyo institucional, canalizando esfuerzos agrupados y bien orientados. En general, y a juzgar por la trayectoria registrada, las perspectivas de futuro son alentadoras para los alimentos de calidad diferenciada. La UE ha asegurado su presencia en el mercado interior y paulatinamente se abre camino en el mercado internacional. Asturias, los responsables de política alimentaria, a fin de seguir ampliando la promoción del patrimonio gastronómico asturiano, han lanzado recientemente una identidad muy atractiva, denominada Alimentos del Paraíso Natural. Asturias dispone actualmente de un vasto patrimonio de producción artesanal de calidad probada que aún no ha tenido acceso a las certificaciones de calidad diferenciada, pero ahora puede utilizar la nueva identidad para proyectarse de forma más extensa y visible hacia el mercado nacional e internacional. En efecto, varios productos se han incorporado con gran prontitud a la nueva estrategia. Como bien se desprende de los datos analizados, y de otros estudios europeos consultados, la integración y producción de alimentos acreditados con la certificación incluye múltiples ventajas y muy en especial en el caso concreto de Asturias.

La asociación de valores positivos identificados con Asturias trasciende, incluso, de las propias características de gran calidad de muchos de los productos agroalimentarios para gozar de un paraguas más amplio. Ese aprovechamiento que propicia el gobierno asturiano abre una oportunidad para que los productores puedan seguir la es-

tela de aquellos que han generado procesos exitosos a lo largo de las últimas décadas. Constituye un auténtico desafío profundizar en el aprovechamiento de las posibilidades que se ofrecen, no es desdeñable el gran esfuerzo realizado, pero cabe que el valor añadido de un patrimonio tan rico siga en aumento, y que contribuya a propiciar condiciones de vida atractivas para productores y elaboradores. Hay varios ejemplos de integración entre los saberes tradicionales y el mercado, respetando la calidad y la autenticidad, que han dado en transformar social y económicamente, incluso, alguno de los pueblos en los que ha habido emprendedores que supieron interpretar las ventajas que tenían a su alcance.

Con todo y con ello, parece existir la sensación de que falta algo en el complejo proceso que va desde las raíces históricas a la realidad socioeconómica y acaba haciéndose presente en manifestaciones culturales y en el mercado. Hay piezas muy importantes que han sido perfeccionadas, tal vez falte una vocación identitaria y el sentido de proyectar el patrimonio agroalimentario asturiano como algo que trasciende a la calidad y la naturalidad del producto, profundizando en la racionalización. Es probable que la combinación de los múltiples aspectos positivos encontrados habría de propiciar una mayor potencia a algo que tiene gran consideración local, pero que no se ha logrado configurar de forma plena. Incluso en el caso de la sidra, cuya producción alcanza cierta relevancia económica, parecen haberse dejado a un lado elementos que permiten sentirla como un producto exclusivo: los componentes culturales, variedades de manzana utilizadas, distribución ecológica y mantenimiento de una cooperación de larga trayectoria entre los llagares, así como una asociación con iniciativas museísticas, como la de Nava.

El progreso en la patrimonialización de las producciones agroalimentarias destacadas que Asturias ha logrado introducir en el mercado sigue constituyendo un desafío, cuanto más teniendo en consideración el arrastre que actividades integradas pueden provocar en el recorrido desde el campo al mercado.

Bibliografía

ALBA, J. (2006). Productos asociados a la naturaleza en un mundo complejo. *Club Biored* 2, 40-41.

ARIAS, S. (2019). Los productores de Grado celebran años de repunte de la venta de Queso Afuega'l Pitu. *Consejo Regulador. Noticias*. Recuperado de <http://doafuegalpitu.com/noticias?start=4>

ARIAS, S. (2022) El chosco de Tineo batió récord comercial el año pasado, con 67 000 unidades vendidas. *LA NUEVA ESPAÑA* de 3 de mayo de 2022. Recuperado de El chosco de Tineo batió récord comercial el año pasado, con 67.000 unidades vendidas - *La Nueva España* (Ine.es).

AGUILAR-CRIADO, E., AMAYA-COCHUELO, S. y LOZANO-CABEDO C. (2022). La importancia de la producción alimentaria con calidad diferenciada en el desarrollo de los territorios. En E. Moyano

(Coord.) *La España rural: retos y oportunidades de futuro*. Murcia: CajaMar Caja Rural (pp. 347-363).

BELLETTI, G. et al. (2015). Linking protection of geographic indicator to the environment: Evidence from the European Unión olive-oil sector. *Land Use Policy*, Vol. 48, November, 94-106.

BORRELL, Y. (2023, en prensa): *La sostenibilidad de las pesquerías artesanales en el Principado de Asturias: Ciencia, gestión y participación en una agenda regional hacia el 2030*. Uviéu. Real Instituto de Estudios Asturianos.

BRULOTTE, R. L., y DI GIOVINE, M. A. (Eds.). (2016). *Edible identities: Food as cultural heritage*. Oxford: Routledge.

COHEN, N. (2018). Feeding or starving gentrification: the role of food policy. *CUNY Urban Food Policy Institute*, 5, 1-10.

COMMISSION (2019) *Study on economic value of EU quality*

schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs) Final Report. Recuperado de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a7281794-7ebe-11ea-aea8-01aa75ed71a1/language-en>

COMMISSION (2021) 428 *Final Communication Staff Working document evaluation of geographical indicators and traditional specialities guaranteed protected in the EU*. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=SWD:2021:427:FIN&from=EN>

CONSEJO REGULADOR (2022) del Queso de Cabrales. Recuperado de <https://www.quesocabrales.org/>

CONSEJO REGULADOR (2022) Consejo Regulador, Vino de Cangas. Viticultura heroica. Recuperado de <https://docangas.es/viticultura/#heroica>

CONSEJO REGULADOR (2022) El volumen de contraetiquetas DOP Sidra de Asturias crece un 32% en 2021, NOTICIAS. Recuperado de: <https://sidradeasturias.es/noticias/2/>

DUMANGANE et al. (2021) *Causal estimates of geographic indicators' effect on territorial development feasibility and application*. JRC Technical Report. Bruselas. European Commission.

CEBADA, E. (2022). Nuevos Horizontes para el mundo rural. *LA NUEVA ESPAÑA* de 22/6/2022. Recuperado de <https://www.terneraasturiana.org/ternera-asturiana-en-el-encuentro-de-la-nueva-espana-nuevos-horizontes-para-el-mundo-rural/>

ESTRADA, LL. N. (2021). *Asturias Cheese Revolution. Los quesos del paraíso*. Ribadesella: Delallama Ed.

FAO (2018) *Strengthening sustainable food systems through geographical indications. An analysis of economic impacts*. Roma: Centro de Inversiones de la Organización de las Naciones Unidas /Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo.

FRANQUESA, J. (2010). Una aproximación al patrimonio desde la Antropología Económica: la patrimonialización como guardar. En Mármol, C., Frigolé, J. y Narotzky, S. (Coords.) *Los lindes del patrimonio, consumo y valores del pasado*. Barcelona: Icaria (pp. 39-58).

GALLEGOS, P. (2022). *Conservación del paisaje agroecológico en la patrimonialización de la soberanía alimentaria en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, México: Casos "Concepción del Valle- Cerro del Gato y Cajitilán-Cerro Viejo"*. [Tesis doctoral, Instituto Politécnico Nacional, CIIEMAD, México] <http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/30093>

GOBIERNO DE PRINCIPADO (2022). Temas> Agricultura>Montes> Agroalimentación. Gobierno del Principado Recuperado de www.asturias.es.

GÓMEZ, C. (2014). El origen de los procesos de patrimonialización: la efectividad como punto de partida. *Educación artística: revista de investigación*, 5, 66-80.

HIDALGO, B. (2021). Agustín Menéndez presidirá el Consejo

Regulador de IGP Chosco de Tineo. *EL COMERCIO* de 21 de mayo de 2021. Recuperado de Agustín Menéndez presidirá el Consejo Regulador de la IGP Chosco de Tineo | *El Comercio: Diario de Asturias*

ICF (2021) International Cheese Festival. Recuperado de: Inicio-International Cheese Festival

LÁZARO, J.A. (2023) Legumbres gringas. *LA NUEVA ESPAÑA* 9-3-2023. Recuperado de Legumbres gringas - *La Nueva España* (lne.es)

MARTÍNEZ, J. (2016) El límite de la producción del Vino de Cangas lo pone la uva. En *El Campo de Asturias*. Recuperado de <https://elcampodeasturias.es/2016/12/28/el-limite-de-la-produccion-del-vino-de-cangas-lo-pone-la-uva/>

MARTÍNEZ, J. (2019): Crivencar-Tierra Astur, el paladín de la gastronomía asturiana apunta a Europa. *CincoDías*, 18 de octubre de 2019. Recuperado de Crivencar-Tierra Astur, el paladín de la gastronomía asturiana apunta a Europa | *Compañías | Cinco Días* (elpais.com)

MAUNDU, P. (2017) Éxito en la promoción de los

alimentos tradicionales y en la salvaguarda de los modos de alimentación tradicionales en Kenya-patrimonio inmaterial. UNESCO. Recuperado de Éxito en la promoción de los alimentos tradicionales y en la salvaguarda de los modos de alimentación tradicionales en Kenya - patrimonio inmaterial - Sector de Cultura - UNESCO

MINISTERIO DE AGRICULTURA PESCA Y ALIMENTACIÓN. Preguntas y respuestas frecuentes. MAPA Recuperado de https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/faqagroalim_tcm30-426478.pdf

MINISTERIO DE AGRICULTURA PESCA Y ALIMENTACIÓN (2022) *Calidad diferenciada*. Recuperado de <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/>

PALMA, R. (2018) *Agroecology and Geographical Indicators at the WTO and in EU Between Magic and Rationality: "Reinventing" Marketing Designations to Preserve Rural Economy, Cultural Heritage And Environment*. Recuperado en https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-75196-2_4

PEARCE, D.W. y Turner, R.K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

PELÁEZ, E. (2022). La producción de Queso Casín se incrementa un 67% respecto de 2020. *LA NUEVA ESPAÑA* de 11 de marzo de 2022. Recuperado de La producción de queso casín se incrementa un 67% respecto a 2020 - *La Nueva España* (lne.es)

POMARADA, G. (2022a) El Queso Cabrales incrementa un 24% su producción y supera las cifras prepandemia. *EL COMERCIO* de 5 de febrero de 2022. Recuperado de El queso Cabrales incrementa un 24% su producción y supera las cifras prepandemia | *El Comercio: Diario de Asturias*

POMARADA, G. (2022b) La producción de Queso Gamonéu supera las cifras prepandemia tras subir un 30%. *EL COMERCIO* de 24 de febrero de 2022. Recuperado de La producción de queso Gamonéu supera las cifras prepandemia tras subir un 30% | *El Comercio: Diario de Asturias*

PRESIDENTE DE LA IGP FABA ASTURIANA (2020). Hay

demandada para un millón más de kilos de Faba Asturiana. *LA VOZ DEL TRUBIA* de 14 de diciembre de 2020. Recuperado de "Hay demanda para un millón más de kilos de faba asturiana" | *La Voz del Trubia*

ROSAS-BUSTOS, CS. (2020): Factibilidad de Gestión de los Conocimientos Tradicionales desde el Hacer de la Cultura sobre el Territorio. *Revista de Estudios Andaluces*, nº 40. 96-116.

REGLAMENTO 1151/2012 del Parlamento y del Consejo. DO, L343 de 14/12/2012. pp. 1-29

REGLAMENTO 625/2017 del Parlamento y del Consejo. DO, L 95 de 7/4/2017. pp. 1-42

RESOLUCIÓN de 1/6/2017 de la Conserjería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales [...] modificada por la Resolución de 13/3/2018 (BOPA 9/IV/218).

SECRETARÍA GENERAL DE AGRICULTURA (2021). *Datos de la Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) de Productos Agroalimentarios*. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación.

SUAREZ, R. (2021). La DOP Vino de Cangas crece en superficie y suma nueve hectáreas más en esta campaña. *EL COMERCIO* de 10 de agosto de 2021.

Recuperado de La DOP Vino de Cangas crece en superficie y suma nueve hectáreas más en esta campaña | *El Comercio: Diario de Asturias*.

TOLÓN, A. y CASTRO, X. (2009). Los alimentos de calidad diferenciada. Una herramienta para el desarrollo rural sostenible. *Revista Electrónica de Medioambiente (UCM)* 6, 67-83.

UNESCO (2021). *Basic Texts of the 1972 World Heritage Convention*.

UNESCO. París. Recuperado de World Heritage Centre - Basic Texts of the 1972 World Heritage Convention, Edition December 2021 (unesco.org)

UNIVERSIDAD DE OVIEDO (2022). *Denominación de Origen Vino de Cangas: Historia, Cultura y Ciencia*. Cursos de verano 2021/2022. Recuperado de https://www.uniovi.es/estudios/extension/cursosverano/-/asset_publisher/SEpOPJi4ISGo/content/denominacion-de-origen-vino-de-cangas-historia-cultura-y-ciencia?redirect=%2Festudios%2Fextension%2Fcursosverano