

Onimia empresarial asturiana: el sector del vinu y de la sidra/*Asturian names in marketing: wine and cider brand names*

CLARA ELENA PRIETO ENTRIALGO
UNIVERSIDÁ D'UVIÉU

RESUME: N' Asturias, la sidra ye ún de los sectores más importantes de la industria agroalimentaria. El vinu asturiano, per so parte, tenta d'algamar un güecu nel mercáu dempués de cuasi un sieglu d'abandonu de la so producción industrial. Nesti trabayu abórdase l'estudiu onomásticu de los nomes de fabricantes asturianos actuales de sidra y vinu, asina como de los productos que comercialicen, partiendo del presupuestu de que les marques comerciales espeyen non solo'l funcionamientu del mercáu sinón tamién la mentalidá de la sociedá na que surden. Apréciense diferencies importantes ente la onimia sidrera y la vinatera, dalgunes d'elles en rellación direuta con circunstancies que dixebren dambos sectores industriales.

Pallabres clave: Onomástica, marques comerciales, sidra y vinu d' Asturias.

ABSTRACT: *Cider is one of the most important sectors in Asturian food industry. On the other hand, Asturian wine tries to get a foothold in the market after nearly a century of neglect of its industrial production. This paper focuses on the onomastic study of current cider and wine brand names, assuming that trademarks reflect not only the behaviour of markets but also the mentality of the society in which they arise. Important differences are appreciated in comparing cider and wine brand names, some of them directly related to differential features of the two industrial sectors.*

Key words: *Onomastics, brand names, Asturian cider and wine.*

1. INTRODUCCIÓN

Nos últimos años, el campu de trabayu de la onomástica vien enanchándose en diferentes direiciones, incorporando nueves estayes que tradicionalmente nun yeren consideraes oxetu d'estudiu. Una d'eses estayes ye'l mundu de la onimia empresarial, ye dicir, los nomes propios qu'identifiquen empreses industriales, comerciales o de servicios y tamién los nomes propios que designen los productos ufiertaos por tales empreses. El tardíu desendolcu de los estudios onomásticos sobre esti campu fai que tovía nun esista un términu científicu universalmente afitáu pa designar lo que nel llinguaxe corriente se suel llamar *marca* (d'empresa

o de productu): asina, hai autores que falen d'*ecónimos*¹ (Platen 1997, Weyers 2002), otros d'*ergónimos* (Schmitt 2002), de *crematónimos* (Galkowski 2008), etc., emplegando amás talos términos en sentíos parcialmente diferentes. Puesto que'l nuestro interés nun ta puestu equí na reflexón teórica sobre terminoloxía onomástica, quiximos más fuxir d'enguedeyos de nomenclatura ya emplegar el términu más usual de *marca* o *nome de marca*.

Olamendi (2000²: 15) define *marca* como «una denominación verbal, distintivo gráficu o una combinación de ambos elementos, cuyo objetivo es ser diferenciada en el mercáu». N'otres pallabres, una marca consiste nun elementu llingüísticu (un nome propiu) que pue adoptar una determinada configuración tipográfica y pue asociase amás a dalgún elementu icónicu con finalidá identificativa. Pue dicise que l'ingrediente fundamental d'una marca ye'l llingüísticu (lo que-y interesa fundamentalmente a la onomástica), pero ello nun pue facenos minimizar la importancia del componente tipográficu o icónicu, como bien saben los espertos en *marketing*. Na sociedá actual, onde la ufierta de productos y servicios ye tan grande, les marques conviértense en finxos orientadores del consumu. Ye una idea mui repetida nel ámbitu del *marketing* la de que la marca ye anguaño ún de los activos más importantes d'una empresa² (Olamendi 2000²: 7) y elementu clave que pue determinar l'éxitu o'l fracasu d'un entamu empresarial.

Como signu llingüísticu, los nomes de marca cumplen una función comunicativa. Schmitt (2002: 1100) opina que nes marques actívense simultáneamente y en diferente midida les tres funciones básiques del llinguaxe del esquema de Bühler:

- a) *Función representativa*: la marca ye un nome propiu que designa a una empresa o productu;
- b) *Función apelativa*: la marca ye una señal empobinada al consumidor, que busca atrayer l'atención d'esti y afalar el deséu de consumu;
- c) *Función espresiva*: la marca ye una tarxeta de presentación que pue dicir mucho sobre la propia empresa.

Induldablemente, la función apelativa tien un pesu fundamental porque'l consumidor ye la pieza clave del funcionamientu del mercáu. Nenguna marca s'es-cueye al debalu, pero munches d'elles son diseñaes con procuru teniendo en mente l'oxetivu de determináu tipu de consumidores a los qu'han de seducir. Asina, una marca non solo fala de la empresa o'l productu que la adopta como distintivu sinón tamién de los consumidores a los que s'empobina. Por too ello,

¹ Nun han confundise colos *oicónimos* (nombres de cases, caseríes o cualesquier otru sitiu destináu a l'habitación humana).

² N'Olamendi (2000²: 7-8) puen vese unos cuantos exemplos del altísimu valor económicu que llleguen a algamar ciertos nomes de marca.

coincidimos con Olamendi (2000²: 9) n'afirmar que les marques espeyen «la cultura de un país, de una sociedad, en un momento determinado de su historia».

Con estes premises, vamos analizar nel presente trabayu la onimia empresarial asturiano rellacionao col sector de producción del vinu y de la sidra, escluyendo les marques d'oruxu y otros derivaos, d'importancia secundaria. El nome que se dan los productores de vinu y sidra d'Asturies o'l que-yos ponen a los sos productos non solo ye indicativu de cómo son eses empreses sinón tamién de cómo funciona esi mercáu y, n'última instancia, de cómo ye la sociedá nel que s'inxerta.

2. LA SIDRA

2.1. Datos xenerales

Cabe la posibilidá de que los nuestros antepasaos ástures yá bebieren sidra, si por talo entendemos el términu *zythos* que cita Estrabón como la bébora principal de los indíxenes de tola costa cantábrica³ (Rodríguez Fernández 1983: 682-691). Y anque nun fora asina, l'antigüedá de la producción sidrera n'Asturies ta bien acreditada, con testimonios seguros polo menos dende'l sieglu x (Rodríguez Fernández 1983: 695). A mediaos del sieglu xviii entama'l procesu d'industrialización de la sidra, que convirtió la so fabricación nuna actividá económicamente rentable y traxo apareyao un progresivu incrementu de la demanda tanto interna como esterna a lo llargo de tol sieglu xix y comienzos del xx (Crabifosse Cuesta 2005: 462-468). Tres una dómina de crisis de producción y consumu que duró bona parte del sieglu xx, vívese dende hai unes décadas un resurdimientu de la sidra afaláu pola so percepción como símbolu identitariu, como señal d'asturianía⁴ (Crabifosse Cuesta 2005: 469-470). Güei, la importancia del sector sidreru dientro de la economía asturiana queda afitada por datos como los siguientes (www.sidradeasturias.es/sidra_y_lagares.php?id159):

- a) la sidra ocupa'l tercer puestu por volume de facturación dientro del sector agroalimentariu asturianu, detrás de la lleche y la carne;
- b) Asturies ye la principal Comunidá Autónoma productora de sidra, en concreto del 80% de tolo que se produz n'España;

³ *Zythos* ye l'adaptación griega de la pallabra exipcia que designaba la 'cerveza', y esti sentíu ye'l que tien normalmente'l términu nes fontes griegues y llatines. Por embargu, a Rodríguez Fernández (1983: 685-689) resúltalo malo de creyer que los ástures bebieren cerveza cuando nun teníen apenes producción de cereal y se manteníen a base de pan de fariña d'abiyotes y castañes; per otru llau, la falta total de referencies a la producción cervecera na diplomática medieval más antiguu casa mal col supuestu de que la cerveza fuera n'Asturies un productu arraigonáu na Antigüedá.

⁴ La sidra como rasgu d'asturianía ye una idea que surde yá en sieglu xix nos círculos d'emigrantes a América (Crabifosse Cuesta 2005: 464-465). En tal contestu, ye normal que se llegue a idealizar y mitificar un determináu productu «como símbolu esencial de xuntura cola tierra y de rasgu específicu y diferenciador» (González-Quevedo 2004: 16).

c) Asturias ocupa'l cuartu puestu en producción de sidra de toa Europa, solo detrás del Reinu Xunú, Irlanda y Francia.

Dende l'añu 2002, per otra parte, la creación del Conseyu Regulador de la Denomación d'Orixe Protexida (DOP) *Sidra de Asturias* busca la promoción (sobre too exterior) d'esta bébora proyectando una imaxe de calidá y seleición que la sidra nun tenía hasta agora frente a otros productos agroalimentarios.

En cuantes a los productores, y dexando aparte a los particulares que faen sidra pa en casa y lo vienden a pequeña escala, taben censaos nel añu 2001 cientu seis llagares de dimensión comercial, la mayoría d'ellos pequeñes empreses individuales (www.sidradeasturias.es/sidra_y_lagares.php?id159). Nós nun tuvimos accesu al mentáu censu, pero ellaboremos unu propiu⁵ compuestu por 98 nomes d'empreses actuales dedicaes a la producción y comercialización de sidra, dalgunes de forma esclusiva y otres con una gama más amplia de productos. La mayoría d'elles tán asitiaes nun garapiellu de conceyos del centru d' Asturias con una llarga tradición industrial sidrera: Nava, Sariegu, Siero, Villaviciosa y Xixón (per orde alfabéticu). Los demás llagares tán mui dispersos: n' Avilés, Bimenes, Cabrales, Carreño, Colunga, Llanera, Llanes, Llangréu, Mieres, Miranda, Onís, Parres, Peñamellera Alta, Piloña, Proaza, Taramundi, Tinéu y Uviéu. Ye destacable'l desanicu de la industria sidrera en conceyos como Grau, Pravia o Ribeseya, onde esta actividá tuvo cierta importancia en tiempos pasaos (Crabifosse Cuesta 2005: 469).

El númberu de marques de productos ye tovía más bayurosu pues lleguemos a recoyer 176 nomes comerciales diferentes; quedaron escluyíes d'esti estudiu les marques de vinagre y de destilaos de la sidra.

2.2. Nomes d'empreses sidreres

La secuencia onímica más repetida ente les empreses sidreres asturianas ye la formada por un elementu qu'indica o suxer el sector d'actividá al que pertenecen (faciendo rescampar la función representativa de la marca como signu llingüísticu) más otru elementu qu'individualiza la empresa dientro d'esi sector. Respuende a esti esquema el 86,73% de los nomes (*Sidra Rocés, Sidra Alonso, Sidra Buznego, Llagar Germán*, etc.), mentanto qu'un 11,22% solo consta del elementu individualizador (*El Fugitivo SA, Montequín Laiz SA, Llanaza Martínez SA*, etc.) y el 2,04% restante solo indica la pertenencia al ramu (dos únicos casos: *Grusifás SA*⁶ ya *Industrias derivadas de la manzana SL*).

⁵ Los datos tomémoslos fundamentalmente de varies páxines web especializaes: *Ensame Sidreru, Portal Sidreru Asturianu, SidraNatAsturias* y *Tapadai* (ver direiciones electróniques nel apartáu final de referencies).

⁶ Sigles de *Grupo Sindical de Fabricantes de Sidra SA*, empresa naveta propietaria de marques como *Pomar*.

Como indicativu de pertenencia al sector, el sustantivu *sidra* repítese nel 65,3% del total de marques recoyíos. Nel segundu puestu asítiase *llagar*, con una tasa d'apaición del 15,30 %. Otros sustantivos del mesmu campu tienen un usu dafechu marxinal: *pumarada* solo apaez nun casu (*Pomaradas y llagares de Sariego SL*) y *mazana* n'otru (*Industrias derivadas de la manzana SL*). Nun 5,10% de los casos, finalmente, los elementos escoyíos nun son directamente asociables a la sidra sinón qu'indiquen rrellación xenérica col ámbitu de les bébores (*Comercial Embotelladora Díez SL*, *Bodegas de Villaviciosa SA*⁷), col vinu en particular (*Asturiana de Vinos SA*) o col sector agroalimentariu en xeneral (*Agricultura Ecológica El Nocéu*); el términu más inespecíficu apaez n'*Industrial Zarracina SA*, precisamente una empresa de les más grandes y diversificaes del ramu alimentariu n'Asturies.

Dientro de los elementos individualizadores, los d'usu más xeneral son los d'orixe antropónimicu (67,34% del total de marques) y, en menor midida, topónimicu (23,46%). A estos porcentaxes hai qu'amestar el 4,08% de marques que combinen dambos tipos de denominación: *Sidra Mestas Nando*, *José Luis García Meana EI (Casería San Juan del Obispo)*, *Los Gemelos Quintueles SL*, *Sidra Cortina Coro SL*.

Dos de cada tres empreses sidreres asturianas, polo tanto, incluyen un antropónimu nel nome de marca, que se refier normalmente al fundador o fundadores de la empresa, o bien a daquién de la so familia⁸. Predomina sobre too l'usu de los apellíos (36,73% del total): *Sidra Crespo SL*, *Sidra Sánchez SL*, *Sidra Arbesú*, *Sidra Tuero*, *Valle*, *Ballina* y *Fernández SA*, etc. Pero ye más interesante'l 15,30% qu'algama la presencia de los nomes «non oficiales», tanto hipocorísticos (*Sidra Quelo*, *Sidra Fran SL*, *Sidra Juanín SL*, *Llagar de Pachu*, etc.) como nomatos (*Sidra Peñón SL*, *Sidra El Piloñu*, *Llagar La Morena*, *El Fugitivo SA*, *Sidra El Mariñán*, etc.). Los nomes de pila «oficiales» representen namái'l 10,20% del total (*Llagar Germán*, *Sidra Basilio*, *Llagar Herminio*), etc. Y solo'l 5,10% de les empreses inclúi una secuencia antropónimica completa (*Sidra M. Zapatero*, *José Luis García Meana EI*, *José Antonio Lorigo Lombardero*, *Manuel Busto Amandi SA*, *Arsenio Angones e hijos SL*). L'emplegu de sigles pue mazcarar en dalgunos casos l'orixe antropónimicu de la marca, como en *Macrile SL* (< MARinoCRIs-tinaLuisEduardo).

El gran pesu de los antropónimos na onimia sidrera amuesa'l fuerte calter individual o familiar de la mayoría d'estes empreses nel momentu nel qu'echaron a

⁷ Asina se llama agora l'antigua *Champanera de Villaviciosa*, empresa xixonesa qu'hebo camudar el nome a cuenta d'un conflictu cola DOP francesa *Champagne*. El términu *bodega* nun tien tradicionalmente n'asturianu rrellación nenguna cola sidra (García Arias 2002-2004: s.v.).

⁸ Dalgunos de los datos que s'ufierten darréu nun s'atopen nes fontes consultaes, sinón que los conocemos de pallabra gracies a los llagareros colos que nos punximos en contactu directu. Queremos agradecer dende equí l'amabilidad qu'amosaron pa con nós toes eses persones.

andar, calter familiar que conserva anguaño más del 60% de los llagares según datos del Conseyu Regulador (www.sidradeasturias.es/sidra_y_lagares.php?id159). La importancia de los llazos familiares espéyase incluso nos propios nomes de dalgunes empreses qu'incluyen términos de rellación de parentescu, como *Llagar El Güelu*, *Llagar Viuda de Angelón*, *Sidra Viuda de Corsino*, *Sidra Viuda de Palacio*, *Los Gemelos Quintueles SL*, *Martínez Sopeña Hnos. SL*, *Arsenio Angones e hijos SL*, etc. Per otra parte, la mención del nome personal del empresariu na marca empresarial cumple una importante función apelativa de reclamu pal consumidor, tresmitiéndo-y seriedá y enfotu na calidá de los productos (Schmitt 2002: 1101).

Los topónimos ocupen, como yá se dixo, el segundu puestu n'importancia como elementos identificadores, que sirven p'asitiar xeográficamente l'orixe de la empresa. La localización tiende a ser perprecisa, con predominiu absolutu de los nomes de rangu igual o inferior a la parroquia: *Sidra Guimarán*, *Sidra Oriazón*, *Llagar Bernueces*, *Sidra Cabueñes SL*, *Sidra Sirviella*, *Sidra Breceña*, *Sidra El Traviesu*⁹, *Sidra El Cerezo*, *Pamirandi SL*, etc. Solo un 4,08% del total de marques se refier a entidaes toponímiques del rangu de conceyu: *Sidra Parraguesa SL*, *Pomaradas y llagares de Sariego SL*, *Llagar Miranda* y *Bodegas de Villaviciosa SA*¹⁰. Nel estremu de la imprecisión xeográfica allúgase *Asturvisa (Asturiana de vinos SA)*, una empresa de les más grandes y alloñada del modelu familiar predominante nel sector¹¹. La indicación del llugar de procedencia otórگا-y tamién a la marca un componente apelativu de suxestión de calidá (Schmitt 2002: 1102) que s'empobina non solo al consumidor local (tentando despertar nelli una especie de «patriotismu de consumu») sinón tamién al foriatu.

Por último, un 4,08% del total de marques empresariales presenten un elementu identificativu que nun ye antroponímicu nin toponímicu, sinón puramente léxicu. En dos casos (*Sidra Escanciador SA* y *S. Coop. El Duernu*), el vínculo semánticu cola sidra ye evidente y nun rique esplicación. Pela cueta, nun hai rellación visible en *Llagar El Cabañón* y menos tovía en *Llagar El Duque*. El dueñu d'esti últimu llagar, que cuenta con un restaurán homónimu, comentónos en conversación telefónica qu'escoyeren el nome simplemente «porque sonaba bien». Eufonía aparte, camentamos qu'un motivu de mayor pesu pa la escoyeta, aun de manera inconsciente, son les connotaciones positives, de 'grandeza', 'poder', etc. (Olamendi 2000²: 83) asociaes al sustantivu *duque*, quiciabes siguiendo'l modelu de tantes empreses vinateres de fuera d'Asturies qu'adopten el nome d'un títulu nobiliariu.

⁹ Pese a l'apariencia de nomatu, *El Traviesu* ye'l nome del barriu de Camoca (Villaviciosa) onde vivía la familia fundadora del llagar (A.C. *El Duernu* 1997: 133).

¹⁰ Esta empresa, por cierto, nun radica en Villaviciosa sinón en Xixón.

¹¹ *Asturvisa* ye una empresa fundada por varios socios nel añu 1984 nel marcu de la reprivatización del famosu grupu *Rumasa*.

2.3. Los nomes de la sidra

El número de marques comerciales de sidra cuasi duplica al número de marques de fabricantes. De toes formes, más de la metá de les empreses (el 58,16%) nun tienen más qu'una sola marca de sidra. Un 25,51% tienen dos marques diferentes, mentanto que'l 9,18% comercializa tres y solo'l 7,14% son propietaries de cuatro o más marques. La mayor diversificación onímica ufiértala *Manuel Busto Amandi SA*, con doce marques, *Macrile SL*, con siete, y *Sidra Escanciador SA*, con cinco. En xeneral, el número de marques ta en proporción col tamañu y el volume de facturación de la empresa, en parte porque nun ye raro que los llagares (sobre too, los grandes) compren les marques comerciales d'otros llagares más pequeños o pesllaos, faciendo usu d'elles col envís d'aprovechar el nichu de mercáu que tuvieren¹²; esti ye'l casu, por exemplu, de *Bodegas de Villaviciosa SA*, que compró les marques a l'antigua *Sidra Cima*, o'l de *Sidra Coro*, que más de recién fizo lo mesmo con *Sidra Miravalles*. La bayura de marques tamién tien munchu que ver, per otra parte, col esporpolle nos últimos años de nueves maneres de facer sidra y la consecuente diversificación de la producción sidrera: asina, xunto a la sidra «de tola vida» y a la yá tradicional sidra esplumoso, viéndose anguaño sidra *de nueva espresión*, sin alcohol, *de xelu*, etc.

Ente los llagares que tienen una sola marca de sidra, dase la coincidencia ente'l nome del productu y el nome de la empresa en cuasi 9 de cada 10 casos: asina, *Llagar Germán* fai sidra *Germán*, *Sidra Estrada* produz sidra *Estrada*, *Sidra El Mariñán* viende sidra *El Mariñán*, etc. Paecida situación observamos nos llagares propietarios de varies marques, onde se produz la coincidencia onímica ente empresa y al menos una marca en más de 6 de cada 10 casos. La destremación total ente fabricante per un llau y productu pel otru tiende a dase principalmente n'empreses grandes dedicaes non solo a la producción y comercialización de sidra sinón tamién d'otros productos alimentarios; tala estratexa ufierta la ventaya de que, si dalguna de les marques funciona mal nel mercáu, nun perxudica directamente la imaxe de la empresa nin tampoco al restu de los sos productos (Olamendi 2000²: 26-27).

La homonimia mayoritaria ente llagares y productos determina que la mayoría de marques de sidra tamién deriven d'antropónimos (49,43%) y topónimos (32,38%), pero son conseñables dalgunes diferencies. Una bien interesante ye l'emplegu de ciertos topónimos como *El Sueve* (*Sidra Crespo SL*), *Covadonga* (*Macrile SL*), *Urriellu* (*Industrial Zarracina SA*), *Valdediós* (*Manuel Busto Amandi SA*) o la forma antigua *Val de Boides*¹³ (*Llagar Castañón SL*), a los qu'a-

¹² Siempre ye más barato y menos arriesgao emplegar una marca afitada que crear una nueva, teniendo en cuenta que'l 89% aproximao de les nueves marques fracasa (Olamendi 2000²: 8).

¹³ *Boides* ye un topónimu mentáu nes fontes medievales como llugar de retiru del rei asturianu Alfonso III, sitiu que se vien identificando tradicionalmente con Valdediós y el so famosu *Conventín* (Rodríguez Muñoz & Roza Iglesias, dirs. 2004: s.v. *Villaviciosa*).

tribuyimos, per encima de la información xeográfica qu'ufierten, una fuerte intención apelativa haza'l consumidor, señalando llugares bien conocíos d'Asturies a nivel turísticu. Otra estratexa diferente ye la plantegada por *El Gobernador* (*Martínez Sopena Hnos. SL*) o *L'Ynfanzón*¹⁴ (*Sidra J.R. SL*), topónimos quiciabes menos populares pero que xueguen coles connotaciones de poderíu y calidá asociaes a los sustantivos de los que proceden.

Otra diferencia conseñable respeuto a los nomes de llugares, ye'l mayor pesu del componente léxicu na formación de marques de sidra, algamando'l 17,61% del total. Un terciu abundante de los términos son rellacionables cola sidra de forma más o menos direuta: *Pomar* (*Grusifás SA*), *Mayador* (*Manuel Busto Amandi SA*), *Zapica* (*Sidra Buznego CB*), *Escanciador* (*Sidra Escanciador SA*), *El Duerno* (*S. Coop. El Duerno*), *La Xarruca* (*Sidra Angones Suárez*), *La Pipa* (*Industrial Zarracina SA*), *El mejor palu*¹⁵ (*Sidra Rocés*) y quiciabes tamién *Espanar*¹⁶ (*Martínez Sopena Hnos. SL*). Na marca *iSidra* (*Sidra El Piloñu*) tenemos un xuegu de pallabres ente'l sustantivu y l'antropónimu, mentanto que *Ziber* (*Grusifás SA*) paez xugar cola semeyanza visual ente *cider* (términu inglés pa la 'sidra') y la raíz afixa *ciber-* ('del mundu de les computadores'). Tamién al inglés remiten *Sidru's* (*Llagar Bernueces*) y *Maylink*¹⁷ (*Manuel Busto Amandi SA*; *Mayde Mayador*), coles correspondientes connotaciones de modernidá y universalidá. Otres marques echen mano del llatín y del griegu, como *Poma Aurea* (*Sidra Trabanco SA*) y *Zyθος* (*Llagar Herminio SL*); con ello non solo se magnifica'l productu con un toque de cultura clásica, sinón qu'esti tamién se presenta inxertu nuna tradición ancestral que remontaría a l'Antigüedá.

Ente les marques léxicques que nun tienen que ver cola sidra, hailes d'evidente intención magnificadora como *Máxima* (*Llagar El Güelu*), *Reyes de Asturias* (*Grusifás SA*), *Real* (*Bodegas de Villaviciosa SA*) o *El Duque* (*Llagar El Duque*). Otres quieren averase non al noble que tou consumidor quixera ser sinón al aldeanu que lleva dientro: *El Gaitero* (*Valle, Ballina y Fernández SA*), *La Casona del Norte* (*Grusifás SA*), *L'Argayón* (*Montequín Laiz SA*), *La Llarada* (*Comercial Embotelladora Díez SL*), *La Aldeana* (*Industrial Zarracina SA*). Ye particular el casu de *El Carrascu* (*Sidra Acebal SL*), frutu del xuegu ente los sinónimos *carrascu* y *acebu*, d'onde vien *Acebal*, l'apellíu de la familia fundadora del llagar. Tamién llama l'atención *El Bochero* (*Sidra Escanciador SA*), términu precedente

¹⁴ En *L'Ynfanzón*, la grafía arcaizante con <y> suxer amás l'inxerimientu del productu nuna tradición antigua.

¹⁵ Ente los significaos de *palu*, García Arias (2002-2004: s.v.) conseña'l de 'conjunto de propiedades organolépticas que caracterizan la sidra de un tonel o de un conjunto de sidras idénticas de un *llagar*'.

¹⁶ Entendémolos como verbu, quiciabes nel sentíu de 'espalmar la sidra al echalo en vasu', anque nun pudimos confirmalo nes fontes consultaes.

¹⁷ *Maylink* ye una sidra esplumoso sin alcohol pa rapacinos. Aparte d'una posible rellación col inglés *link*, tamién pudiera haber un xuegu imitativu de la marca de vinu esplumoso francés *Mayerling* (Doc Crémant d'Alsace).

del *lunfardo* arxentino que significa ‘estafador’¹⁸. Pela so parte, la marca *Xana* (*Manuel Busto Amandi SA*), que designa un zusmiu de mazana sin alcohol, despliega connotaciones positives de ‘belleza’, ‘maxa’, ‘fantasía’, etc. asociaes a esti personaxe mitolóxicu.

Fuera de toos estos procedimientos, la marca *1947* (*Llagar Viuda de Angelón*), ye la única de toles recoyíes n’adoptar un número en cifres arábiques, que ye'l del añu de la fundación del llagar. Trátase de muncho más qu’un datu informativu, puesto que suxer al consumidor una calidá basada en munchos años d’esperiencia na fabricación del productu¹⁹.

La formación de segundes y sucesives marques non siempre da como resultáu nomes estremaos radicalmente, sinón que, dacuando, lo que se fai ye la simple amestadura d’un términu a una marca yá esistente. Lo más corriente nestos casos ye amestar un elementu léxicu que connote calidá: *Peñón Selección* (*Sidra Peñón SL*), *Foncueva Selección* (*Sidra Foncueva SL*), *Muñiz Selección* (*Sidra Muñiz SA*), *M. Busto Selección*, *Mayador Producción Limitada* (*Manuel Busto Amandi SA*), *Zarracina Extra* (*Industrial Zarracina SA*), *La Nozala Oro* (*Asturvisa*), etc. Pue dase un aire de mayor sofisticación escoyendo un términu en llatín: *Escanciador Milenium*²⁰ (*Sidra Escanciador SA*). Y tovía más si ye en francés: *M. Norniella Gran Bouquet* (*Macrile SL*), *Mayador Rosée* (*Manuel Busto Amandi SA*). Otres veces, los elementos léxicos son más puramente descriptivos: *Mayador Refrescante*, *Mayador Sin Alcohol* (*Manuel Busto Amandi SA*). Otra opción, pa finir, ye l’emplegu d’una o varies lletres de la marca-base: *Mayador M* (*Manuel Busto Amandi SA*), *ES* (*Sidra Escanciador SA*)²¹.

Un últimu fechu destacable ye que la mayor creatividá onímica dase na sidra esplumoso y, secundariamente, en variedaes o formatos más modernos (lo de *nueva espresión* o lo comercializao en botellinos). Pela so parte, les marques antropónimiques y toponímiques, siendo mayoritaries en toles variedaes, sonlo particularmente nel ámbitu de la sidra natural, en formatu de tola vida. Esto paez indicar una cierta dixebrá del mercáu ente dos modelos diferentes de consumidor:

¹⁸ El *lunfardo* ye un conxuntu de vocablos y espresiones que nació en Buenos Aires y otre ciudaes rioplatenses como xiriga del mundu de la delincuencia, incorporando elementos léxicos del español, italianu, portugués, francés, caló, etc.; parte d’esos términos tán incorporaos anguaño a la llingua xeneral (véase Conde 2004). La persona cola que falemos de *Sidra Escanciador SA* nun nos supo dar noticia cierta sobre los motivos de la escoyeta del nome *El Bochero*, solo sabía que tenía dalgo que ver con Suramérica y que yera frutu d’una chancia; teniendo en cuenta que se trata d’una marca de sidra sin alcohol, ¿sedrá eso la *estafa*?

¹⁹ Salvando les distancies, pues vese aquí un ciertu paralelismu con dalgunes de les marques de cerveza nomaes *1516* pol añu de promulgación de la Llei de Pureza d’esa bébora dictada por Guillermo IV de Baviera, lo que se considera la regulación llegal más antigua d’un productu alimentariu.

²⁰ Ye pa notar la incorreición ortográfica de *milenium* por *millenium*.

²¹ Coinciden dambes marques en referise a un tipu de sidra comercializao en botellinos al estilu de la cerveza. La «elevación de una letra de la marca a distintivo de un nuevo productu» ye'l procedimientu creativu del que surdieron tamién, por exemplu, *Ô* de *Lancôme* o *Special K* de *Kellogg’s* (Olamendi 2000²: 90).

unu más tradicional, que tien en cuenta sobre too al fabricante y el llugar de procedencia; y otru más modernu, que se guía por otros factores a la hora d'escoyer la marca de sidra.

2.4. La llingua asturiana y la sidra

L'asturianu tien una presencia importantísima nel mundu de la sidra particularmente a nivel léxicu²², como atestigüen diferentes estudios etnográficos²³ y vocabularios sidreros (Fernández Avello 1964; Sánchez Vicente 1993; Gonzali Llechosa 2009), y como tamién reconocen hasta les gués y los folletos publicitarios empobinaos a los turistes foriatos (ver, por exemplu, na rede'l Portal Oficial de Turismu del Principáu d'Asturies). Esta importancia espéyase na onimia empresarial sidrera a pesar del calter non oficial de la llingua asturiana.

No que se refier a los nomes de les empreses, ye pa destacar en primer llugar l'apaición nel 15,30% de los casos del sustantivu *llagar* como términu xenéricu indicativu de l'actividá de producción. El términu ta socialmente tan asumíu que s'inxerta incluso en denominaciones que paecen emplegar como llingua de base'l castellanu, como *Pomaradas y llagares de Sariego SL*, empresa del grupu Masaveu. Nel estremu contrariu, *Bodegas de Villaviciosa SA* paez dexase llevar pola influencia del poderosu sector vitivinícola de fuera d'Asturies na escoyeta del sustantivu *bodega*, que tradicionalmente nun tien n'asturianu'l sentíu de 'sitiu onde se fai sidra' (García Arias 2002-2004: s.v.).

La llingua asturiana tamién resulta bien visible en dellos nomes d'empreses con orixe n'alcuños o n'hipocorísticos: *Sidra El Piloñu*, *Llagar de Pachu SL*, *Sidra El Mariñán*, etc. Otros casos tienen una asturianidá menos marcada (*Sidra Quelo SL*, *Sidra Gelo*, *Sidra Juanín SL*) o incluso son castellanos dafechu (*El Fugitivo SA*). Los antropónimos «oficiales», per so parte, enclínense a la forma castellana o castellanizada: *Sidra Benjamín*, *Sidra José María*, *Sidra Fanjul SL*, etc.

No que cinca a les marques toponímiques, hai bien de casos onde nun se presenta conflictu dalu de llealtá llingüística porque nun esiste frayedura ente'l toponímu tradicional y la forma oficializada dende antiguu: *Sidra Orizón SL*, *Llagar Panizales*, *Sidra Breceña*, *Llagar Bernueces*, *Sidra Cabueñes SL*, *Sidra Contrueces*, *Sidra Rocés*, etc. Onde hai llugar pa la escoyeta, más o menos la metá de les empreses tiren a la denominación asturiana (*Sidra El Carbayu*, *Sidra El Traviesu*, *Llagar Valleoscuro*, *Agricultura Ecológica El Nocéu*) y la otra metá a la

²² Ello nun quita que se tea dando nos últimos tiempos a nivel de calle una notable castellanización del vocabulariu tradicional sidreru, que lleva por exemplu a sustituyir *llagar* por *bodega* o *pipa* por *barrica*. Pa tentar de frenar esti procesu, tiense fecho dalguna campaña institucional de difusión del léxicu sidreru per aciu de cartelos y folletos.

²³ Por nun allargar innecesariamente la nómina bibliográfica, consúltese'l volume 13 de la revista *Cultures* (2004), onde s'inxerta cuasi una ventena de trabayos que se refieren ente otres coses al léxicu de la sidra.

versión castellanizada (*Sidra Mestas Nando, Pomaradas y llagares de Sariego SL, Casería San Juan del Obispo, Sidra Coro, Sidra El Cerezo*).

En marques de procedencia léxica con diferentes formes n'asturianu y castellanu tamién tenemos les dos corrientes: una, castellanizadora, representada por *S. Coop. El Duerno*; y otra, comprometida cola llingua autóctona, na que s'inserta *Llagar El Güelu*.

Tolo dicho hasta agora aplícase tamién a les marques de sidra homónimes colos respetivos llagares. En cuantes al restu, ye destacable l'asunción de términos y soluciones gráficas marcadamente asturianos nun bon garapiellu de casos como *L'Argayón (Montequín Laiz SA)*, *Sareganu (Sidra Foncueva SL)*, *Prau Monga (Llagar Viuda de Angelón)*, *La Llarada (Comercial Embotelladora Díez SL)*, *Molín del Medio (Sidra Tomás)*, *Llagar de la Ferrería (Sidra Cortina Coro SL)*, *Mayador, Xana (Manuel Busto Amandi SA)*, *Españar (Martínez Sopena Hnos. SL)*, *d'Asiegu (Pamirandi SL)*, *El Carrascu (Sidra Acebal SL)*, *La Nozala (Asturvisa)*, *El Santu (Sidra Canal SL)*, *La Xarruca (Sidra Angones Suárez)*, *El Llagarín de Rocés (Sidra Rocés)*, etc. El mesmu aire asturianu pero con un sabor antiguu tenemoslu en *L'Ynfanzón (Sidra J.R. SL)* y *Val d'Ornón (Sidra Menéndez SL)*, mentanto qu'*El mejor palu (Sidra Rocés)* ufierta un carácter amestáu, propiu del «asturianu mínimo urbano» (Andrés 2002) que pue sentise per Xixón²⁴, onde s'asitia'l llagar fabricante. Soluciones de tipu netamente castellanu apaecen nuna minoría de marques como *Reyes de Asturias (Grusifás SA)*, *El Gaitero (Valle, Ballina y Fernández SA)*, *La Aldeana (Industrial Zarracina SA)* o *La Asturiana (Bodegas de Villaviciosa SA)*, toes elles pertenecientes a empreses de les de mayor tamañu.

En resume, los fabricantes de sidra d'Asturies tienen cola llingua asturiana una rellación más «normal» y menos acomplexada que la que s'observa n'otros ámbitos empresariales. El fenómenu sociolóxicu de la percepción de la sidra como seña d'asturianía, dientro y fuera d'Asturies, ye ensin dulda una de les claves que desplica esta situación, puesto que l'asturianu contribúi a individualizar la sidra d'Asturies y a reforzar l'asociación inmediata, na mente de los consumidores, ente productu y área xeográfica de producción.

3. EL VINU

3.1. Datos xenerales

Si facemos casu al testimoniu d'Estrabón, los indíxenes de la costa cantábrica nun producíen vinu sinón que lo trayíen de fuera, polo que yera un productu es-

²⁴ Andrés (2002: 25) define l'asturianu mínimo urbano como «un lectu del diasistema asturianu col grau máximu almitible de castellanismos ensin dexar de ser asturianu». Ente esos castellanismos, cuéntase la presencia del fonema /x/ en determinaes pallabres (Andrés 2002: 28).

casu que se bebía solo n'ocasión de grandes llacuaes (Rodríguez Fernández 1983: 700). Aunque la elaboración d'esta bébora posiblemente s'introduxera n'Asturies yá en dómina romana, hai qu'esperar a los siglos VIII-X pa topar les primeres noticies segures del cultivu de la vide y de la producción de vinu, venceyao principalmente al mundu monásticu (Rodríguez Fernández 1983: 701-703; López Álvarez 2005: 454). La documentación medieval fálanos d'un territoriu asturianu chiscáu de viñes, por más que solo hubiera una zona de producción verdaderamente importante: el valle del Narcea (Huetz de Lempis 1967, I: 210-211). Col correr de los siglos, les viñes foron desapareciendo selemente de la mayor parte d'Asturies²⁵ hasta quedar cuasi reducíos a la parte suroccidental del país, nos valles de los ríos Narcea y Navia, una zona particularmente afayadiza pa la vide poles sos condiciones xeográfiques y climátiques (Cortizo Álvarez *et alii* 2008: 8-20). Consecuencia d'ello ye que la industria vitivinícola prácticamente nun llegó a espoxigar n'Asturies fuera d'esta fastera²⁶, algamando verdadera importancia nel conceyu de Cangas del Narcea ente finales del sieglu XIX y entamos del XX (López Álvarez 2004: 460). Tres d'esta época de bonanza, vieno otra de crisis, motivada por toa una conxunción de factores²⁷, qu'a lo largo'l sieglu XX llegaría a arrequexar la producción y el consumu de vinu autóctono puramente al ámbitu local y domésticu.

Nos últimos años, ta viviéndose nel suroccidente asturianu un interesante procesu de recuperación y modernización del sector vitivinícola qu'apuesta pol vinu non solo como seña d'identidá cultural sinón tamién como actividá económica y motor de desarrollu que supón una alternativa a otros sectores güei en decadencia, talos como la minería. Nesta recuperación, constituyó un finxu fundamental l'algame de la Indicación Xeográfica Protexida (IXP) *Vino de la Tierra de Cangas* nel añu 2001, qu'abelluga'l vinu fecho nos conceyos d'Allande, Cangas del Narcea, Degaña, Eilao, Grandas de Salime, Ibias, Pezós y parte de Tinéu²⁸ baxo unos determinaos procedimientos y criterios de calidá. Too ello ta llogrando dignificar el vinu d'Asturies convirtiéndolo nun productu atractivu con potencial de competir nel mercáu non solo rexonal sinón tamién nacional y inclusive internacional.

²⁵ López Álvarez (2005: 454) señala les plagues del *oidium* y, dempués, la filoxera como responsables d'un retrocesu verdaderamente catastróficu del viñeu asturianu en sieglu XIX.

²⁶ Fuera del occidente asturianu, hubo en sieglu XIX producción vinícola de cierta importancia nos conceyos de Candamu y Les Regueres, que resultó mui afeutada pol *oidium*; en 1895 consta tovía la esportación a Cuba de vinu de Candamu (Cortizo Álvarez *et alii* 2008: 66-67).

²⁷ Sin dulda la principal torga del vinu asturianu yera la escasa rentabilidá, que facía imposible la competencia con otros vinos españoles y estranxeros. Otra circunstancia que contribuyó permuncho al abandonu del viñeu foi'l desendolcu d'una importante actividá minera na comarca suroccidental a partir de los años 60 (Cortizo Álvarez *et alii* 2008: 108).

²⁸ Tinéu incorporóse a la IXP nel añu 2005, incluyéndose namái les parroquies ribereñes del ríu Narcea: Arganza, La Barca, Meriás, El Rodical, Santianes, Surriba, Tuña y Xinestaza.

Ensin cuntar les numberoses bodegues de particulares, les empreses dedicaes n' Asturias a la producción de vinu nun son más que siete (precisando que nun tenemos en cuenta los meros embotelladores o comercializadores de vinu foriatio). Tán asitiaes la mayoría nel conceyu de Cangas del Narcea, menos una que radica en Degaña. Les marques de productos recoyíos, escluyíos oruxos y otros derivaos, algamen la cifra de venti (los datos tán tomaos en parte del Conceyu Regulador de la IXP *Vino de la Tierra de Cangas*, y en parte de les páxines web de les propies bodegues).

3.2. Nomes d'empreses vinateres

Cuasi tolos nomes de les empreses estudiaes respuenden al mesmu patrón onímicu de /sustantivu común qu'indica'l sector d'actividá + nome propiu individualizador/. Solo se dixebra d'esti modelu *Descendientes J. Marcos SL*, que prescinde del localizador del sector. Del restu d'empreses, cuatro escueyen el términu *bodega*, ya sía en singular o en plural (57,14%), mentanto que dos incluyen el sustantivu plural *vinos* (28,57%). Ye importante destacar que la palabra *bodega* nun ye castellanismu nesti ámbitu sinón que ta bien afitada nel usu tradicional²⁹, a diferencia de lo qu'asocede nel mundu de la sidra.

Daqué que sorprende de los productores vitivinícolas asturianos ye que en cuasi la metá de los casos (nun 42,85%, pa ser exactos) dase una duplicidá onímica ente un nome empresarial vanceyáu únicamente al ámbitu xurídicu y otru nome comercial, de mayor difusión: esta ye la situación de *Descendientes J. Marcos SL* (conocida normalmente como *Bodegas Obanca*), *Bodegas Antonio Álvarez* (más conocida como *Bodegas Antón Chicote*) y *Vinos Cangas SL* (ye dicir, *Bodegas Monasterio de Corias*). Les cifres resultantes del análisis estadísticu varien, como ye lóxico, teniendo en consideración unos nomes o otros.

Atendiendo a les denominaciones xurídiques, hai un equilibriu perfectu ente les bodegues identificaes pente medies d'un topónimu (*Bodega del Narcea SL*, *Vinos La Muriella*, *Vinos Cangas SL*) y les qu'adopten un antropónimu (*Bodegas Chacón Buelta SL*, *Descendientes J. Marcos SL*, *Bodegas Antonio Álvarez*). Esti equilibriu ruémpese cuando pasamos a los nomes comerciales propiamente dichos, de los que'l 57,14% incluye un elementu toponímicu (*Bodegas Obanca*, *Vinos La Muriella SL*, *Bodega del Narcea SL*, *Bodegas Monasterio de Corias*) y solo'l 28,57% un antropónimu (*Bodegas Chacón Buelta SL*, *Bodegas Antón Chicote*).

²⁹ El Director del Muséu del Vinu de Cangas del Narcea, D. Joaquín Fernández (al que-y agradezcemos fondamente la información), confirmónos l'antigüedá y el calter xeneral del términu *bodega* nel suroccidente asturianu aludiendo al 'local pal almacenamientu y conservación del vinu'. Tamién nos indicó que, antiguamente, usábase a veces la pallabra *llagar*, anque especializada casi siempre na designación del situ onde se pisaba la uva. Rodríguez Rodríguez (1979: 313) conseña l'emplegu de *tsagar* en referencia a la prensa de madera, anguaño desusada, que servía pa estrucir el magayu y obtener un vinu d'escasa calidá llamao *pía*.

Destaca amás nesta última bodega la variación ente'l nome «oficial» *Antonio Álvarez* pa la denominación xurídica y el nomatu *Antón Chicote* pal usu comercial. De cualquier manera, ta claro que les bodegues de vinu siguen tendencias denominatives bien diferentes a los llugares de sidra, onde prima con toa claridá'l componente antropónimo, presente en dos de cada tres nomes d'empresa.

Lo que sí coincide col sector de la sidra ye l'escasu pesu de los identificadores de tipu léxicu, qu'apaecen nun solu casu (14,28%): *Bodega Dominio del Urogallo SL*. Trátase d'un nome non de tipu representativu (puesto que los sustantivos escoyíos nada tienen que ver col vinu) sinón fundamentalmente apelativu, que busca seducir al consumidor coles connotaciones de 'grandeza', 'nobleza', etc. asociaes a *dominio* y les de 'naturaleza virxe', 'ecoloxía', etc. suxerís por *urogallo*; esti segundu términu sirve tamién d'orientador xeográficu pal públicu medianamente enterao de la distribución peninsular del gallu montés. Nun pue ser coincidencia que la única bodega que se dixebrá del restu en procedimientos denominativos sía tamién la única de procedencia foriata, pues *Bodega Dominio del Urogallo*, aunque radicada en Cangas, ye propiedá d'un vinateru de Castilla.

3.3. Los nomes del vinu

Les marques de vinu asturiano prácticamente tripliquen el númberu d'empreses fabricantes yá que la mayoría d'estes (quitando solo *Bodega Dominio del Urogallo SL* y *Vinos La Muriella SL*) comercializa los sos productos baxo al menos dos nomes diferentes. La máxima diversidá ufiértenla *Descendientes J. Marcos SL* y *Vinos Cangas SL*, con cinco marques caúna.

La homonimia ente fabricantes y productos nun algama nel sector del vinu los altos porcentaxes vistos nel ámbitu de la sidra pa les empreses comercializadores d'una sola marca: namái'l 50% de les bodegues frente a casi'l 90% de los llugares, que siguen el patrón onímico quiciás más tradicional (la identificación del productu a partir del nome del fabricante)³⁰. Onde hai más marques, los porcentaxes son pareyos: 60% aproximáu de coincidencia en dambos casos, aunque hemos precisar que la homonimia alcanza estes cifres nel vinu tomando como referencia los nomes comerciales de les bodegues; si consideráremos les denominaciones de calter xurídicu, baxaría al 40%.

Les marques d'orixe toponímicu dominan nidiamente la producción de vinu asturiano, algamando'l 65% del total. Esti porcentaxe pue incrementase hasta'l 90% si sumamos les diferentes marques qu'incluyen los términos *Pesgos* (*Bodega del Narcea SL*) y *Pésico* (*Bodega Dominio del Urogallo SL*), topónimos

³⁰ Esto pudiera tener que ver cola mayor antigüedad de les empreses sidreres frente a les vinateres actuales, qu'en xeneral nun lleguen a los diez años d'esistencia.

desusaos d'aniciu prerromanu que na Alta Edá Media tovía s'emplegaben pa referise a un territoriu identificable *grosso modo* cola cuenca del Narcea (Rodríguez Muñoz & Roza Iglesias, dirs. 2004: s.v. *pésicos*). Quitando estos dos nomes y el de *Nibias* (*Bodegas Chacón Buelta SL*), tolos demás son de rangu igual o inferior a la parroquia, en dellos casos microtopónimos qu'aluden a finques plantaes de vide: *Obanca*, *Castro de Limés*, *L.lumés* (*Descendientes J. Marcos SL*), *Penderuyos Selección*, *Viña Galiana* (*Bodegas Antonio Álvarez*), *Muriella* (*Vinos La Muriella SL*), *Monasterio de Corias*, *Monasterio de Corias Viña Grandiella*, *Corias Guilfa* (*Vinos Cangas SL*). Ye de notar que la bodega y el vinu de *Monasterio de Corias* cuenten cola ventaya de la suxestión que pue causar nos consumidores la mención d'ún de los monumentos más emblemáticos de tol occidente asturianu³¹.

Los antropónimos, pela cueta, nun apaecen más que nuna marca, *Chacón Buelta* (*Bodegas Chacón Buelta SL*), n'abierta diferencia respeuto al sector sidreru. Otra diferencia importante ye la escasa productividá de los elementos léxicos salvo en combinación con marques toponímiques preexistentes. Asina, la única marca de vinu esclusivamente léxica ye *La Descarga* (*Descendientes J. Marcos SL*), más qu'evidente reclamu apelativu empobináu sobre too al mercáu cangués. Nos demás casos, los términos léxicos van siempre amestaos a una marca principal de calter toponímicu: *Pesgos Roble*, *Pesgos Selección*, *Pesgos Viñas Viejas* (*Bodega del Narcea SL*), *Penderuyos Selección* (*Bodegas Antón Chicote*), *Castro de Limés Orocantábrico* (*Bodegas Obanca*), *Monasterio de Corias Seis Octavos*, *Monasterio de Corias Tres Octavos*, *Corias Guilfa* (*Vinos Cangas SL*). Nestos compuestos, ye posible destremar tres tendencias: una, más o menos descriptiva del orixe, les propiedaes o'l formatu del productu (*Pesgos Roble*, *Pesgos Viñas Viejas*, *Monasterio de Corias Seis Octavos*, *Tres Octavos*); otra, magnificadora de la so calidá (*Pesgos Selección*, *Penderuyos Selección*, *Castro de Limés Orocantábrico*); y una última, suxeridora de connotaciones (*Corias Guilfa*)³².

3.4. La llingua asturiana y el vinu

Anque'l vinu tien tamién n'asturianu un bayurosu ya interesante léxicu (Rodríguez Rodríguez 1979; Feito Calzón 2004; Llano Membiela 2004), nel ámbitu industrial de producción la presencia de la llingua asturiana ye muncho menos vi-

³¹ Bien ye verdá qu'a esa mención nun-y falta fundamentu, pues la bodega propietaria d'esta marca ta asitiada nes dependencias del antiguu monesteriu.

³² *Guilfa* designa, nel occidente asturianu, un 'vientecillo frío, muy penetrante' (García Arias 2002-2004: s.v.). Na so páxina web, los responsables de la bodega xustifican mui poéticamente la escoyeta del nome diciendo que «la Guilfa es, en el Asturiano ancestral, el viento gélido que precede la nevada que sana el suelo al que se aferran, retorcidas, las cepas de Verdejo negro y Carrasquín de las que nace este vino» (<http://91.126.223.13/monasterio/coriasguilfa.html>).

sible que nel casu de la sidra, tanto no que se refier a los nomes de les empreses vinateres como a los productos que comercialicen.

Per un llau, l'asturianidá de los nomes de les bodegues ye mui tenue, debío a: 1) la escoyeta de términos léxicos de morfoloxía común col castellanu (*bodegas*, *vinos*) o bien castellanos dafechu (*dominio*, *urogallo*); 2) l'emplegu de topónimos sin diferencia ente forma tradicional y castellanizada (*Narcea*, *Cangas*) o bien «depuraos» a la castellana (*Obanca*, *La Muriella*); y 3) la presencia d'antropónimos poco característicos d'Asturies (*Chacón*, *Chicote*).

Otro tanto asocede coles marques de productu, onde volvemos a alcontrar topónimos castellanizaos como *Obanca*, *Muriella*, *Castro de Limés* o *Corias* y elementos léxicos de forma castellana como *monasterio*, *orocantábrico* o *viñas viejas*, asina como términos de morfoloxía indiferente o non marcada: *descarga*, *tres octavos*, *seis octavos*. Solo rescampa un ciertu «fechu diferencial» nel sustantivu *guilfa* y nos topónimos *Nibias*, *Penderuyos* y, particularmente, *L.lumés*, vinu esti últimu que protagonizó nel 2010 una polémica col Conseyu Regulador del Vinu de Cangas y cola Consejería de Mediu Rural precisamente por tar etiquetáu solo n'asturianu.

4. CONCLUSIONES

La sidra y el vinu son dos ámbitos del sector de producción agroalimentaria que tienen n'Asturies unes característiques y una dinámica bastante diferentes ente sí. Los datos más relevantes abúltennos los siguientes:

- a) la gran importancia de la industria sidrera dentro del conxuntu de la economía asturiana frente al pesu más modestu del vinu;
- b) la mocedá de les empreses vinateres actuales frente a la llarga tradición industrial non interrumpida de la sidra;
- c) el papel protagonista que tien Asturias a nivel nacional ya internacional como productor de sidra frente al papel secundariu que representa como productor de vinu;
- d) el llargu alcance simbólicu de la sidra como sinónimu d'asturianía frente a la dimensión más local del vinu como signu identitariu del occidente astur.

Como yera d'esperar, tamién se dan diferencies ente la onimia empresarial de dambos sectores. La más significativa ye, al nuestro paecer, el marcáu enclín de la sidra haza les denominaciones d'orixe antropónimicu frente a la preferencia, entá más intensa, del vinu poles marques d'aniciu toponímicu. Esti fechu interpretámoslu nel sentíu de que, pa les empreses vinateres asturianas, ye importante sobremanera marcar la procedencia xeográfica de los sos productos como estratexa de diferenciación nel mercáu, dau'l desconocimientu bastante xeneral de que

n' Asturias tamién se produz vinu. Esta necesidá de localización nun la tienen los llagares, de manera que l'elementu toponímicu asítiase en segunda posición bastante perbaxo de los antropónimos de fundadores, otra fonte típica de la onimia empresarial (Olamendi 2000²: 65).

No que cinca a la rellación cola llingua asturiana, el comportamientu de llagares y bodegueros ye tamién bien destremáu. Les empreses dedicaes a la sidra son muncho más receptives pa col asturianu que los productores de vinu, lo que se dexa ver tanto nes marques d'empresa como de productos. Nun pue descartase que la tímida presencia del asturianu nel mundu del vinu de Cangas tenga que ver en parte cola tradicional rocea de los falantes occidentales haza l'asturianu estándar de base central. De cualquier mou, nosotros pensamos que los productores de vinu d' Asturias habríen d'entender que la llingua asturiana pue ser un escelente elementu de singularización de los sos productos nun mercáu difícil onde la oferta ye estraordinariamente bayurosa. Nun mundu cada vez más niveláu y homoxeneu, el resaltamientu de les señes d'identidá locales y rexonales pue ser una estratexa eficaz pa llegar tanto al consumidor más cercanu como al últimu requexu de l'*aldea global*.

REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

- A.C. EL DUERNU (1997): *Llagares de sidra natural de Nava y Villaviciosa*. Xixón, A.C. El Duernu.
- ANDRÉS, Ramón d' (2002): «L'asturianu mínimu urbanu. Delles hipótesis», en *Lletres Asturianas* 81: 21-38.
- CONDE, Óscar (2004): *Diccionario etimológico del lunfardo*. Buenos Aires, Taurus.
- CORTIZO ÁLVAREZ, Tomás & José M^a GONZÁLEZ AZCÁRATE & Jorge GONZÁLEZ DÍEZ & Francis VEGA (2008): *El vino de la tierra de Cangas, Asturias*. Oviedo, Tragaluz Fotografía SL.
- CRABIFOSSE CUESTA, Manuel (2005): «Asturias y la sidra», en *Los Asturianos. Raíces culturales y sociales de una identidad*. Oviedo, Editorial Prensa Asturiana / *La Nueva España*: 462-470.
- FEITO CALZÓN, Jesús (2004): «El cultivu de la vid ya la uva nel concechu de Cangas del Narcea», en *Cultures* 13: 349-362.
- FERNÁNDEZ AVELLO, Manuel (1964): «Vocabulario del lagar de sidra», en *BIDEA* 52: 377-381.
- GALKOWSKI, Artur (2008): *Chrematonimy w funkcji kulturowo-uzytkowej. Onomatyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*. Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- GARCÍA ARIAS, Xosé Lluis (2002-2004): *Diccionario general de la lengua asturiana*. Oviedo, Editorial Prensa Asturiana & *La Nueva España*.
- GONZÁLEZ-QUEVEDO, Roberto (2004): «Sidra y vinu n' Asturias», en *Cultures* 13: 11-28.
- GONZALI LLECHOSA, Fernán (2009): *Diccionariu sidreru*. [Xixón], La Sidra-Ensime Sidreru.
- HUETZ DE LEMPS, Alain (1967): *Vignobles et vins du nord-ouest de l'Espagne*, 2 vols. Bordeaux, Institut de Géographie-Faculté des Lettres.

- LLANO MEMBIELA, M^a del Mar (2004): «El cultivu del vinu nel conceyu de Tinéu», en *Culturas* 13: 367-371.
- LÓPEZ ÁLVAREZ, Juaco (2005): «El viñedo y la elaboración de vino en Asturias», en *Los Asturianos. Raíces culturales y sociales de una identidad*. Oviedo, Editorial Prensa Asturiana / *La Nueva España*: 454-461.
- OLAMENDI, Gabriel (2000²): *Marcas y nombres*. Bilbao.
- PLATEN, Christoph (1997): «Ökonomie». *Zur Produktamen-Linguistik im Europäischen Binnenmarkt*. Tübingen, Niemeyer.
- RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, Perfecto (1983): «El léxico de la sidra y el vino en la diplomática medieval asturiana en latín (siglos VIII-XIII)», en *BIDEA* 109-110: 681-714.
- RODRÍGUEZ MUÑOZ, Javier & Ana M^a ROZA IGLESIAS (dirs.) (2004): *Diccionario enciclopédico del Principado de Asturias*, 15 vols. Oviedo, Nobel.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Antonio Vespertino (1979): «El léxico de la vid en el occidente de Asturias», n^o *Estudios ofrecidos a Emilio Alarcos Llorach (con motivo de sus xxv años de docencia en la Universidad de Oviedo)*. Universidad de Oviedo. Vol. 4: 295-318.
- SÁNCHEZ VICENTE, Xuan Xosé (1993): «Vocabulario de la manzana y de la sidra», en José Antonio Fidalgo (dir.), *Sidra y manzana de Asturias*. Oviedo, Editorial Prensa Asturiana-*La Nueva España*: 177-196.
- SCHMITT, Christian (2002): «Globalización y regionalización. Anotaciones a dos principios de la onomástica empresarial en la Rumania», en *Actas do XX Congreso Internacional de Ciencias Onomásticas. Santiago 1999*. A Coruña, Fundación «Pedro Barrié de la Maza»: 1099-1109.
- WEYERS, Christian (2002): «Economía europea: algunas observaciones históricas», en *Actas do XX Congreso Internacional de Ciencias Onomásticas. Santiago 1999*. A Coruña, Fundación «Pedro Barrié de la Maza»: 1121-1126.

NA REDE

- Conseyu Regulador de la Denomación d'Orixe Protexida *Sidra de Asturias*: <http://www.sidradeasturias.es/> [consulta 25-09-2011].
- Esame Sidreru: <http://www.lasidra.as/> [consulta 24-09-2011].
- Muérغانu Xestor de la Indicación Xeográfica *Vino de la Tierra de Cangas*: <http://www.vino-tierracangas.com/> [consulta 19-09-2011].
- Portal Oficial de Turismu del Principáu d' Asturias: <http://www.asturias.es/portal/site/infoAsturias/> [consulta 23-10-2011].
- Portal Sidrero Asturiano: <http://sidrerias.com/> [consulta 25-09-2011].
- SidraNatAsturias: <http://sites.google.com/site/sidranatasturias/home> [consulta 30-09-2011].
- Tapadai: <http://www.tapadai.com/> [consulta 27-09-2011].