

Reseñas de publicaciones

Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo

Jordi Tresserras y F. Xavier Medina (eds.).

IBERTUR-Universidad de Barcelona/Instituto Europeo del Mediterráneo, Barcelona, 2007

ISBN-13: 978-84-612-2429-6

Elisenda Loscos Presculí

Universitat Rovira i Virgili (España)

Asistimos recientemente a un creciente interés a nivel internacional por la difusión y la promoción de la gastronomía y sus productos, tanto por parte de instituciones públicas como privadas. En este contexto se enmarca la obra "Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo", a cargo de Jordi Tresserras y F. Xavier Medina.

Esta publicación pretende servir como herramienta para la reflexión en el actual debate sobre el auge de la gastronomía en el turismo cultural, en concreto en el área mediterránea. Así, el libro recoge gran parte de las aportaciones que reconocidos especialistas hicieron en el *Simposio Internacional sobre Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*, organizado conjuntamente por el mismo Instituto Europeo del Mediterráneo (IEMed) y la Universidad de Barcelona, con la colaboración de la *Fundació Viure el Mediterrani*, en 2005.

De manera formal, el libro está constituido por veinte artículos, algunos de carácter más teórico y otros centrados en experiencias prácticas e iniciativas, en los cuales se debaten temáticas que van desde las estrategias de protección y promoción de

las gastronomías locales, hasta los riesgos indirectos que puede suponer la incorporación de la gastronomía en el mundo del turismo. Los artículos están organizados en cinco apartados temáticos distintos, mezclando en ellos (menos en el último bloque, que trata únicamente sobre casos y experiencias concretos) la teoría y el debate intelectual con ejemplos e iniciativas reales. De esta manera, encontramos un primer bloque de artículos (Jean-Pierre Poulain, Marcelo Álvarez, Jesús Contreras) en los que se debate desde una clara perspectiva antropológica el interés de la gastronomía en el turismo cultural, su relación con el conocimiento de otras culturas, y la dicotomía misma *identidad-alteridad*. Dos ejemplos cierran el bloque: el desarrollo de la hostelería en España a partir de mediados del siglo XX con el inicio del turismo (Isabel González Turmo), y la importancia de la gastronomía en el patrimonio cultural de Marruecos y como esto converge con el reciente desarrollo del turismo en este país (Mimoun Hillali).

Los diferentes espacios turísticos en los que se puede entrar en contacto con el patrimonio gastronómico de un país, o una región, se analizan en el segundo bloque,

encabezado con el artículo de la antropóloga Elena Espeitx. Para seguir también con dos ejemplos, el del turismo de naturaleza y los Ecomuseos (Maria-Manuel Valagão y Joana Gomes da Silva) y el del mercado *Porta Palazzo* de Turín como atractivo turístico de carácter cultural (Rachel Black).

El tercer bloque se desarrolla también íntimamente ligado al estudio de casos concretos, esta vez de distintos proyectos empresariales internacionales en el campo de la gastronomía y el desarrollo socioeconómico a nivel local (Isabelle Téchoueyres, Alberto Capatti, Carlos Fernandes y Alexandra Correia, Silvia Otero). Para seguir en el cuarto bloque con el análisis del papel de las instituciones, tanto internacionales como nacionales, o de ámbitos regionales (Bernard Morucci, Angela Barusi, Leo Bertozzi). Diferentes casos ligados a la Europa del sur son analizados también en este bloque por Jordi Tresserras, F. Xavier Medina y Juan C. Matamala, y por Frédéric Duhart.

Finalmente, se recogen tres análisis concretos desde diferentes perspectivas sobre turismo y gastronomía en el Mediterráneo; desde una perspectiva más analítica, los de la costa amalfitana de Italia (Maura Cetti-Serbelloni) o la de la Istria croata (Tanja Kockovic), y desde una perspectiva más descriptiva, el del Líbano (Raghida Abillamaa).

El debate que se desarrolla a través de todos estas aportaciones es claro: el desarrollo del turismo cultural y rural en el Mediterráneo ha supuesto un creciente interés por la gastronomía tradicional de las diferentes regiones. Las razones de este fenómeno son expuestas y debatidas en los primeros artículos del libro, en los que se afirma de distintas formas que las prácticas gastronómicas son una materialización de la cultura de un país, de una región. Es decir, en ellas se reflejan valores, imaginarios, pautas socioculturales, relaciones de poder... De esta forma, las cocinas, las comidas, son vías activas a través de las cuales los turistas pueden entrar en contacto directo con otra cultura. O, como dice J. P. Poulain, vías a través de las cuales el turista cambia del rol de espectador al de actor.

En la dinámica de intentar evitar los espacios, las actividades que son artificial-

mente organizadas para el turismo, M. Álvarez considera que la alimentación es una realidad alternativa que permite al turista un conocimiento y un acercamiento a la cultura que visita. Así, por ejemplo, el artículo de R. E. Black destaca la atracción turística que tienen los mercados de alimentos, escenario principal también de la vida cotidiana de la población residente. Pero no podemos olvidar tampoco que esta inicialmente alternativa al "turismo de masas" o, mejor dicho, al "turismo de sol y playa", se ha ido incorporando paulatinamente a las ofertas y al marketing del turismo cultural, con diferentes consecuencias a nivel económico, social, político y, por supuesto, también turístico.

La primera consecuencia a este proceso, también muy analizada en los primeros artículos del libro, es la incorporación de la gastronomía como parte de todo patrimonio cultural. Esta *patrimonialización* también cabe entenderla, como exponen M. Álvarez y J. Contreras, dentro de un contexto de globalización en el que dinámicas de homogeneización y heterogeneización cultural convergen. Esto requiere una gestión institucional que permita el mantenimiento y a veces la recuperación de elementos históricamente importantes de la identidad cultural de un pueblo. Por esta razón, instituciones como la UNESCO han definido la gastronomía como parte integrante del patrimonio cultural inmaterial de un país, a la vez que se ha incorporado cada vez más activamente en las políticas culturales y de promoción del turismo.

Sin embargo, el debate principal se sitúa en las consecuencias no deseadas de estos procesos de recuperación, difusión y promoción de los diferentes patrimonios gastronómicos en el Mediterráneo. Como todo aquello que se mercantiliza actualmente, la lógica económica puede llevar a contradicciones como la que analiza J. Contreras, es decir, la asimilación de categorías como "tradicional", "rural" o "típico" en el mercado, creando así estereotipos vacíos de un verdadero significado. De la misma forma, existe el riesgo de que se introduzcan en el mercado internacional productos alimentarios que, bajo una denominación gastronómica regional existente, sean copias de las producciones locales auténticas (como señala L. Bertozzi).

Son efectos indirectos que están muy relacionados con el punto más débil de la patrimonialización gastronómica y su entrada en la oferta turística cultural, la pluralidad de agentes (públicos y privados) que intervienen y participan en esta dinamización a nivel local con el turismo y a nivel internacional con la comercialización. En este sentido afirma E. Espeitx que la gran diversidad de intereses que se ponen en juego hace difícil el control y el respeto tanto a los productores, como a su economía y a la misma calidad del producto (así como, por supuesto, al derecho del turista de conocer el grado de *autenticidad*—si el uso de esta palabra se permite— del producto que consume).

Es necesario resaltar como hace M. Cetti-Serbelloni, que a menudo la comercialización de productos gastronómicos locales se limita a lógica económica, olvidando el interés cultural de mantener y difundir la herencia gastronómica de un territorio concreto. Y es en este sentido que las instituciones públicas juegan un rol esencial. La comunicadora A. Barusi, por ejemplo, incide en el papel de las normativas y los acuerdos que se pueden establecer a distintos niveles, como herramienta imprescindible para regular la lógica mercantil, y así proteger aquellos productos gastronómicos menos competitivos pero de igual interés como patrimonio cultural local. Hay que tener en cuenta que una parte de la patrimonialización gastronómica está vinculada a regiones rurales, las cuales han sido en las últimas décadas objeto de un creciente atractivo turístico debido a su multifuncionalidad, como indican M. M. Valagao y J. Gomes da Silva. En relación a esto, la antropóloga aquitana I. Téhoueyes expone el caso del sur oeste de Francia, donde el turismo cultural y gastronómico se pone —o se intenta poner— también desde el punto de vista de las políticas públicas al servicio desarrollo de la región.

Pero en cualquier caso las instituciones juegan un rol principal. En este sentido, B. Morucci destaca el papel de la UNESCO en la definición de patrimonio cultural material e inmaterial y destaca también el proyecto *Alliance*, o red de pueblos "creativos" en gastronomía que reciben ayuda económica para mantener su producción, com-

partir conocimientos y técnicas entre ellos, formación, etc. Igualmente, la etiqueta de "Indicación Geográfica" es expuesta y analizada por L. Bertozzi, como institución que permiten asegurar la autenticidad de un producto local prestigioso, a la vez que proteger su elaboración tradicional y su calidad gastronómica.

Se ha avanzado mucho en el reconocimiento del patrimonio gastronómico local, y existen iniciativas institucionales o privadas que trabajan para promocionar productos alimentarios y platos tradicionales como vía para dar a conocer también la cultura de un país o una región. En algunos casos, como en el de España —y más concretamente de Cataluña— que exponen J. Tresserras, F. X. Medina y J. C. Matamala, estas iniciativas se han producido en reacción a platos estereotipados y desvirtuados por el marketing turístico (como la paella, la sangría o las tapas). Estos estereotipos dominantes tienen que ver con el riesgo antes comentado de la mercantilización y canalización del patrimonio gastronómico y, en este caso, están relacionados con la importante influencia del turismo en el desarrollo de la hostelería en un Estado como el español, como afirma I. González Turmo. Otras veces, las iniciativas y las acciones se pueden producir para recuperar un antiguo patrimonio gastronómico olvidado, como es el caso del chocolate en la ciudad francesa de Bayona (F. Duhart). Pero, como decíamos anteriormente, las iniciativas pueden ser debidas también a estrategias de marketing privadas para integrar un producto en el mercado turístico, como el caso del vino de Porto del que hablan C. Fernandes i A. Correia (perteneciente, por otro lado, a un paisaje que ha sido declarado patrimonio de la humanidad por parte de la UNESCO).

En definitiva, las distintas experiencias o proyectos concretos que el libro recoge permiten ver la diversidad de procesos que requiere y supone la patrimonialización de la gastronomía. Seleccionar productos y platos, caracterizarlos, preservarlos, difundirlos, promocionarlos, comercializarlos, protegerlos e incluso recuperarlos. Todas estas acciones sirven para destacar que se trata, en definitiva, de un proceso social de construcción de la gastronomía como pa-

rimonio cultural. Porque a partir de criterios contemporáneos se reinterpreta la tradición cultural y gastronómica de un territorio concreto (J. Contreras).

Todo ello pone nuevamente en valor el trabajo que se lleva a cabo desde hace años en relación con el patrimonio gastronómico. Porque, como dice el marroquí M. Hillali, la estandarización de las culturas supondría inevitablemente un empobrecimiento socio-cultural que no podemos permitirnos. Los artículos de M. Cetti-Serbelloni, T. Kockovic y R. Abillamaa son ejemplos de la diversidad de productos, sabores, recetas y tradiciones que hay en las distintas regiones del Mediterráneo, y como éstas dan identidad y forman parte –de manera más o menos reciente, como podemos observar en el artículo de T. Kockovic) de las diferentes tradiciones. Por eso, aunque la alimentación sea cultura viva (como lo son en realidad todos los elementos que constituyen las culturas), preservar su especificidad y diversidad en el Mediterráneo significa también proteger la diversidad y la riqueza cultural que históricamente ha caracterizado esta región.

Recibido: 21 de noviembre de 2005

Aceptado: 15 de diciembre de 2005