

PARDELLAS DE BLAS, Xulio X. (Dir.) (2009): *Turismo gastronómico: recursos e itinerarios*. Vigo, Universidade de Vigo, 168 pp.

La obra reseñada recopila las ponencias de un curso de verano organizado por la Universidad de Vigo en 2008 para constatar el notable atractivo del turismo gastronómico, consolidado en Galicia, Comunidad en la que algunas fiestas gastronómicas (albariño en Cambados y marisco en O Grove) se celebran desde hace medio siglo aproximadamente. A lo largo de los ocho capítulos se analizan las posibilidades de diversas Autonomías de revalorizar recursos gastronómicos propios y, paralelamente, dar a conocer otros aspectos culturales, históricos, paisajísticos, etc., a los visitantes de cada zona.

En el capítulo primero, María del Mar Torres y Juan Ignacio Pulido analizan las pautas para la creación de itinerarios turísticos de base gastronómica en Andalucía. Parten de los abundantes cambios del turismo, especialmente del comportamiento de la demanda, y de las ventajas de las rutas turísticas programadas para diversificar las ofertas variadas de cada territorio turístico siempre que sea una ruta realizable, atractiva y comercializable y que ofrezca un amplio volumen de recursos susceptibles de uso turístico y demandado por los visitantes. Torres y Pulido no dudan en afirmar que «la gastronomía es un hecho sustancial de la cultura de los pueblos y, como tal, un aspecto diferencial de cada sociedad que, por supuesto, da mucho juego en cualquier proceso de producción turística en la medida en que aporta el grado de autenticidad y diferenciación que todo destino va buscando. Incluso, cuando hay una apuesta decidida por la gastronomía por parte de los agentes implicados en el proceso de desarrollo turístico, ésta puede llegar a convertirse en un elemento de excelencia de la oferta turística de dicho territorio». Siguiendo a Barrera, Torres y Pulido diferencian entre rutas gastronómicas por producto, por plato y étnico-gastronómicas. Centrándose en el rico y variado patrimonio gastronómico andaluz proponen tres rutas de alto interés para conocer productos de las zonas a visitar: ruta del aceite de oliva por Baeza y Parque Natural de Sierra Mágina (Jaén), del vino Montilla Moriles (Córdoba) y del jamón ibérico (Huelva).

Antonio J. Campesino analiza, en el capítulo segundo, la identificación de las raíces etnográficas de la dureza extremeña a través de su cocina. Tras una síntesis del medio rural extremeño, sus usos de suelo y formas de vida, Campesino estudia los productos gastronómicos con Denominación de Origen (jamón ibérico de bellota, cordero, ternera, quesos, aceites, miel, pimentón, vino) para constatar que la cocina extremeña es un crisol de culturas por la influencia de romanos, musulmanes, judíos, cristianos y portugueses, que se traduce en gastronomía sencilla y con pervivencia de recetas centenarias, especialmente en zonas rurales. La potenciación del turismo de interior en los últimos años ha dado a conocer la variedad alimenticia conjuntamente con algunas fiestas gastronómicas de interés turístico regional como la chanfaina de Fuente de Cantos, la tenca de la Mancomunidad del Tajo-Salor (ocho municipios de Cáceres) y la de la vendimia en Villafranca de los Barros.

En el capítulo tercero, Daniela Araújo estudia los procesos de patrimonialización de la cultura alimentaria en Chaves (Portugal) y el papel de las mujeres con negocios de comida en dicha localidad. Hace hincapié en la diversificación culinaria en Portugal tras su entrada en 1986 en la Unión Europea que favoreció la liberalización del comercio de alimentos y culinaria para atender la variada demanda de inmigrantes que se sumó a la diversidad preexistente. Tras analizar los productos típicos de Chaves, Araújo estudia las ferias gastronómicas y los establecimientos gastronómicos dirigidos por mujeres en dicha localidad portuguesa.

Francisco Calo Lourido, en el capítulo cuarto, realiza una aproximación a la gastronomía gallega, sus recursos endógenos, cultura e historia, contrastando la alimentación atlántica de la mediterránea y el papel de la Geografía como condicionante gastronómico. Hace hincapié en la cultura alimenticia como forma de identidad y de memoria colectiva al tiempo que crea lazos interpersonales e interparroquiales, evidentes en las ferias, fiestas patronales y en las jornadas gastronómicas.

Jordi Tresserras estudia, en el capítulo quinto, las distintas etapas del turismo de sol y playa en el litoral español peninsular e insular y su impacto en las cocinas litorales. En la primera fase, entre mediados del XIX y del XX, el turismo era reducido, de élite, en el litoral cantábrico y con cocina a base de productos de la zona y métodos culinarios innovadores, especialmente de la cocina francesa. La masificación turística del litoral mediterráneo español desde mediados del siglo XX implicó un incremento de productos como paella, sangría y tapas pero también de otros menús más rápidos pero menos valorados que incitaron a potenciar la gastronomía, como también hicieron otros países, como un valor cultural más, potenciando los menús con productos de cada zona, con rutas y jornadas gastronómicas, elaboración de guías especializadas, etc.

En el capítulo sexto, Xulio Pardellas analiza las relaciones entre gastronomía, enología y economía local, constatando que la gastronomía fue poco valorada hasta finales de los años ochenta en que se empieza a difundir en televisión y a valorar más con la expansión del turismo rural. La potenciación del desarrollo endógeno y la valoración de alimentos de calidad (Denominación de Origen) han contribuido a reorientar los destinos turísticos que, en regiones como Galicia, han sido potenciados por las numerosas fiestas gastronómicas con el consiguiente impacto económico en las zonas que las organizan.

Carmen Padín hace un estudio, en el capítulo séptimo, de las fiestas gastronómicas gallegas partiendo de la base de que uno de los productos turísticos de mayor impacto en la cultura y la identidad de un destino turístico es su gastronomía. Para Padín, «Galicia posee una tradición culinaria que se conserva a pesar del tiempo, basada primordialmente en una materia prima de alta calidad y apreciada dentro y fuera de España. Prueba del valor gastronómico es la gran cantidad de fiestas gastronómicas repartidas por toda la geografía gallega, en las que se exaltan los productos típicos del lugar, como el vino, el pulpo, los pimientos, el cocido, etc.». Padín diferencia entre fiestas universales de ciclo anual, romerías, fiestas patronales y fiestas laicas, constatando la existencia de 59 fiestas de interés turístico en Galicia, entre las que se incluyen diversas gastronómicas de las Rías Baixas.

Guillermo Campos analiza algunas fiestas gastronómicas gallegas como producto turístico pero también como forma de comer grandes cantidades de los alimentos que se

tratan de promocionar con ofertas de calidad, bien elaborados, etc., para atraer visitantes de zonas próximas y de otras cada vez más alejadas.

En conclusión, los distintos autores han realizado un interesante análisis sobre un sector, como es el turismo gastronómico, en clara expansión en España y otros países.

**Francisco Feo Parrondo**

Universidad Autónoma de Madrid