



NAVARTUR VIAJA POR EL MUNDO A TRAVÉS DE 150 EXPOSITORES

Navartur propone acercarse a más de 500 destinos nacionales y del resto del mundo propuestos en los 150 expositores participantes. La Feria Internacional de Turismo Reyno de Navarra se inauguró ayer con una gran afluencia de público, que hizo cola en la plaza hasta la apertura de puertas, y con la pretensión de superar los 28.000 visitantes del año pasado. Será un escaparate de destinos locales, nacionales e internacionales que abarcarán desde el turismo de costa o naturaleza, hasta el turismo interior, rural, cultural o eno-gastronómico. La cocina estará presente en distintas catas y degustaciones, además de la preparación de platos en directo que ofrecerán, entre otros, los stand de Aragón, Junta de Castilla y León y Comunidad Valenciana.

Fabio Parasecoli, profesor de Estudios Alimentarios en la Universidad de Nueva York, participó en el Congreso de Turismo Gastronómico y destacó la importancia que el entorno y los agentes productores tienen en una gastronomía globalizada

APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD

CRISTINA ALTUNA
 Pamplona

TURISMO, gastronomía y sostenibilidad fueron los pilares que sustentaron el congreso que comenzó ayer en Baluarte, en el marco de Navartur, que contó con las voces de veinte expertos procedentes de nueve países que participaron en las distintas conferencias y mesas redondas celebradas en Baluarte. El Congreso Internacional de Turismo Gastronómico, que cumple su quinta edición, se adentró en la importancia de la sostenibilidad, no solo desde el punto de vista económico y medioambiental, sino también sociocultural debido al tránsito que vive la gastronomía entre lo tradicional y la globalización.

La apuesta por los ingredientes locales en la cocina o el diseño de unos bares o restaurantes que evocan locales antiguos son dos tendencias que crecen en el ámbito gastronómico y que han generado "Global Brooklyn", un nuevo régimen estético de consumo urbano. Así lo explicó Fabio Parasecoli, profesor de Estudios Alimentarios en la Universidad de Nueva York, quien consideró que el turismo gastronómico se enfrenta a nuevos retos. "Trabajar sobre el campo y repercutir sobre la sociedad es un hecho a tener en cuenta, dada la investigación que genera".

Identificación

El trabajo académico de Fabio Parasecoli explora la comida, la cultura popular y la política, particu-



Fabio Parasecoli, durante su intervención en el congreso. ARITZ SOLA

larmente en el diseño de alimentos. Y es por ello que sus líneas de investigación van encaminadas a ahondar en el fenómeno "Global Brooklyn" que se muestra a través de los locales, el tratamiento de los productos, su etiquetado y

presentación. "El nombre puede sorprender, pero lo llamamos así porque muchas personas relacionan Brooklyn con uno de los distritos más antiguos de Nueva York y tiene peso en el imaginario colectivo occidental". El experto

añadió que, tanto en la gastronomía como el turismo, este fenómeno es reconocible desde un punto de vista visual, además de fusionar dos intereses actuales. "Es el deseo de destacar productos locales junto con el de acercarse a las tendencias contemporáneas para hacerse más atractivos a través de la comida".

Parasecoli planteó un escenario que bien puede ocurrir en España, Japón, Polonia, Italia o Brasil. Consiste en acceder a un bar o restaurante que sorprende por una decoración con objetos antiguos, materiales reciclados e interiores poindustriales que quieren evocar lo auténtico y hacen un guiño a la territorialidad. Sin embargo, esta tendencia, lejos de personalizar y atraer al consumidor, entraña sus riesgos. "Puedes encontrar una panadería en Roma y una cervecería en Río de Janeiro con unos locales iguales, pero no es lo adecuado. Los turistas quieren ir a un sitio familiar, que se sientan cómodos, pero esos luga-

res tienen que tener algo propio que los identifique".

Entorno rural

La conexión entre la alimentación y el territorio, los mercados de productos locales, el interés creciente por las zonas rurales o las experiencias turísticas basadas en el paisaje, el patrimonio o la historia fueron algunos retos que planteó para alcanzar la sostenibilidad. "Todo se disemina por el mundo y nos convertimos en corresponsables corporativos. Hay un enfoque global, pero también hay que reconectar con los lugares, también con los entornos y los productos. No hay que intervenir demasiado en los procesos alimentarios, hay dejar hablar a las uvas, los granos de café, también a los peces".

Fabio Parasecoli añadió que el mundo globalizado no debe terminar con las diferencias culturales y consideró que las experiencias que buscan los turistas tienen que ver con el conocimiento. "Los productores tienen ahora un papel importante porque el consumidor quiere aprender, conocer detalles de los pescadores o las granjas, sentirse diferente".

El catedrático agregó que la sostenibilidad económica implica tener en cuenta a los productores locales, una territorialidad a la que también apeló para la sostenibilidad medioambiental. "Debe existir una respetuosa elaboración con los agentes locales. Recrear entornos propios aunque no se viva allí, evocar a la historia es una tendencia, pero no se debe convertir la realidad en algo falso para atraer turistas".

Productos locales y estacionales para una gastronomía saludable

El congreso fue el marco elegido para presentar el Manifiesto por la Gastronomía Sostenible de Navarra, que surge como una iniciativa del sector agroalimentario y gastronómico, con el apoyo del Gobierno de Navarra. El texto trata temas como la diversidad, las prácticas agroganaderas sostenibles, el valor de la cultura del vino navarro, la cocina de aprovechamiento y el concepto de gastronomía saludable. "La gastronomía es clave en el desarrollo sostenible de Navarra, parte fundamental

de nuestro patrimonio cultural y culinario", explica el texto, que aboga por utilizar ingredientes y productos locales (carne, lácteos, setas, huerta y bebidas) y por la estacionalidad para el consumo. "Defenderemos el calendario del campo y las técnicas tradicionales como el embotado. Entendemos el hecho gastronómico vinculado a la salud y a la calidad de vida relacionada con el consumo de producto fresco, de temporada y poco procesado", recoge el manifiesto.