

La pesca a través del turisme

La revaloració turística de la pesca ens mostra, i ens demostra, que el turisme ha de ser un altaveu per a la protecció i promoció del nostre coneixement del mar, dels seus actors i pràctiques, i de la relació amb el patrimoni cultural i natural que es manifesta, per exemple, a la cuina.

Text i fotos > **FRANCESC FUSTÉ FORNÉ**, professor, investigador i director de la Càtedra d'Estudis Marítics de la Universitat de Girona

Som a taula. Arriba un espet (*Sphyræna sphyræna*) al forn amb patates i moniato, acompanyat d'una salsa d'anxoves, avellanes i nyores. Aquest plat és un exemple de la diversitat i de l'estacionalitat dels ingredients del territori. D'una banda, ens parla d'espècies que no són gaire populars a la nostra cuina, que són menys comercials, però que igualment estan presents a les nostres costes. De l'altra, la salsa, elaborada amb productes tradicionals del litoral mediterrani, com l'anxova, l'avellana i la nyora, és una mostra del saber culinari sobre ingredients locals que reforcen el vincle amb el territori. Aquest plat és, també, una invitació a conèixer i valorar la feina de qui fa possible que els productes arribin a la nostra taula com a resultat d'una cadena de valor del peix, basada en el coneixement, la sostenibilitat i la cooperació entre actors locals, per tal que el mosaic d'espècies del mar tingui presència en la distribució i comercialització del producte pesquer i en la configuració de les experiències gastronòmiques i turístiques.

Amb el pas del temps, les activitats del sector primari com la pesca han vist reduït el pes econòmic a molts municipis del litoral, no només de la costa gironina, sinó també del conjunt de la costa catalana i altres zones del Mediterrani. A poc a poc, el desenvolupament turístic ha anat guanyant terreny a l'activitat pesquera, que a més s'enfronta amb reptes demogràfics, com la falta de relleu generacio-



>> *Espet al forn.*

nal, i mediambientals, com el canvi climàtic. En aquest sentit, en els últims anys, les tendències al voltant de la planificació i la gestió turística s'han desenvolupat amb el guiatge del turisme conscient i regeneratiu, que accentua el pes del turisme lent, o *slow*, i que busca una connexió autèntica amb el territori. L'objectiu d'aquest enfocament turístic és que els visitants s'adaptin, i entenguin, el ritme de les persones i dels llocs que visiten com a

mostra de respecte envers la seva cultura, el seu entorn natural i el paper de les comunitats locals en la preservació del patrimoni i les tradicions, que han passat de generació en generació des de fa segles i que configuren la nostra identitat.

El moviment Slow Food ('menjar lent') va aparèixer per preservar el coneixement de les cultures i tradicions alimentàries locals davant del ritme accelerat de les societats contemporà-



>> Un mural al port de Palamós.

nies, una idea que s'ha consolidat també en el context d'un turisme ecològic i sostenible. En aquest sentit, el turisme esdevé un espai d'educació i de divulgació per promoure el coneixement al voltant de la pesca, entesa en un sentit ampli, on puguem conèixer i explicar, per exemple, quines espècies viuen a les nostres costes (algunes hi són a l'estiu, d'altres l'hivern i d'altres tot l'any), el conjunt del patrimoni pesquer i les arts vinculades a la pesca (per exemple, l'ofici de reparar xarxes, que inclou tant els materials com la tècnica, i les històries orals), i, també, l'entorn natural, un espai dinàmic i influït pel clima que configura i modifica l'alimentació, el comportament i la presència de les espècies de peixos i mariscs. Aquest coneixement ha de ser l'arrel del turisme regeneratiu, que ens permet entendre el sistema turístic com una xarxa de connexions —que té l'origen en la relació genuïna entre les persones i la naturalesa— que, de manera col·lectiva, fomenten experiències conscients i responsables.

La relació en lloc de la transacció

La cultura alimentària, i gastronòmica, basada en el respecte pel medi marí i la valoració del producte local, és un exemple d'aquesta realitat. Hi ha tota mena d'experiències turístiques que ens acosten al coneixement del mar i als vincles entre les persones que pesquen, que cuinen i que consumeixen. Tal com diu Anna Pollock, pionera i experta en el turisme regeneratiu, «cada aspecte del turisme tracta de persones que es troben amb altres persones mentre es desplacen des de casa seva fins a un altre lloc amb la finalitat de viure una experiència. Com que tot gira al voltant de persones que es troben, que serveixen, que cuiden i que entretenen altres persones, la unitat principal d'activitat és una relació, no una transacció».

Aquest aspecte és fonamental per entendre com la cadena de valor del peix inclou totes les persones, i pràctiques, que, en un territori concret, la Costa Brava, fan possible que el producte del mar arribi des de les aigües fins a la taula, parafrasejant la famosa frase de Josep Pla, «la cuina és el paisatge posat a la cassola». Aquesta afirmació resumeix la filosofia de la cuina marinera, que és una manera d'entendre i transformar l'entorn (el

mar i les estacions) en aliment, on els plats tradicionals són una representació del paisatge i una expressió de la relació entre les persones i el medi que les envolta. Aquesta cadena de valor inclou diverses etapes fonamentals: la pesca, la distribució, la transformació, la comercialització i, finalment, el consum, tant en l'àmbit domèstic com en el sector de la restauració. Cadascuna d'aquestes baules és clau des d'un punt de vista econòmic, però també ambiental, cultural i social.

Per tant, quan tastem un suquet de peix o un arròs no només mengem literalment un plat tradicional, sinó que també incorporem un coneixement (per exemple, el dels pescadors i les confraries), que es manifesta a través del plat i permet als visitants establir una connexió emocional (per exemple, l'olor que desprèn el plat acabat de cuinar) tant amb els espais que visiten com amb les comunitats que els habiten. La professora de geografia i turisme de la Universitat d'Islàndia Katrín Anna Lund destaca que els productes del mar «nodreixen, proporcionen plaer i, sobretot, connecten persones, activitats i llocs», en una referència a com el turisme, tal com revelen altres articles d'aquest dossier, té la capacitat de ser portaveu del coneixement que reflecteix la identitat de les comunitats costaneres, és a dir, de ser una expressió de la relació que tenen amb el mar i

de les característiques que han configurat i configuren la seva manera de viure. La cuina marinera és paisatge, i memòria, a través de la pràctica quotidiana, per exemple, dels pescadors a bord de les barques.

Una identitat a preservar

Com dèiem al principi, un dels aspectes més rellevants de la revaloració turística de l'activitat pesquera és la revaloració d'espècies locals poc conegudes. Primer, conèixer, i després, aprendre a cuinar peixos poc utilitzats ens permet descobrir la riquesa de la biodiversitat marina i entendre els cicles estacionals de la pesca. Com a consumidors, desconexim molt més els cicles dels productes pesquers que no pas els cicles dels productes agrícoles.

El futur del turisme, com assegura el doctor Asif Hussain, fundador i director de l'Institut de Sostenibilitat i Resiliència de Nova Zelanda, «se centrarà en el que és local més que no pas en el que és global», i això ens obliga a tenir cura dels sistemes naturals i de les formes de coneixement locals, que són les que ens han de permetre consolidar una xarxa de coneixement turístic que es pugui adaptar als reptes actuals, que posi en valor la pesca com un sistema únic de la nostra identitat i que les nostres decisions i accions puguin preservar durant moltes generacions.



>> Arròs caldós de caps de llobregant.