

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:



Treball de Fi de Grau en Comunicació Audiovisual

La crítica gastronòmica en els mitjans digitals

Clara Cardona Bosch | Tutor: Jacint Niqui Espinosa | Juny de 2015

ÍNDEX

| | |
|--|----|
| 1. Introducció | 1 |
| 2. Marc teòric | 3 |
| 2.1. Definicions | 3 |
| 2.2. Història de la gastronomia i la crítica gastronòmica | 4 |
| 2.2.1. Primera etapa: segle XVII. Cuina vs. Gastronomia | 4 |
| 2.2.2. Segona etapa: segle XVIII. El segle de les Il·lums | 5 |
| 2.2.3. Tercera etapa: segle XIX. Naixement de la crítica gastronòmica | 6 |
| 2.2.4. Quarta etapa: segle XX. La Guia Michelin i la <i>nouvelle cuisine</i> | 9 |
| 2.2.5. Cinquena etapa: segle XXI. Era 2.0 | 14 |
| 2.3. Sobre el gènere de la Crítica Gastronòmica | 17 |
| 2.3.1. Funcions de la crítica gastronòmica | 17 |
| 2.3.2. Estructura textual de la crítica gastronòmica | 18 |
| 2.3.3. Llenguatge de la crítica gastronòmica | 20 |
| 2.4. Procés d'elaboració d'una crítica gastronòmica | 20 |
| 3. Metodologia | 24 |
| 4. Resultats | 27 |
| 5. Conclusions | 39 |
| Bibliografia | |
| Annex | |

1. INTRODUCCIÓ

Actualment, el món de la gastronomia, l'enologia i, més en particular, el de la crítica gastronòmica estan en auge. En el món occidental, sobretot, es parla cada vegada més de què es menja, com i on es fa i què és el que agrada o desagrada. Es tracta d'una experiència vinculada a una necessitat bàsica que, per a molts, proporciona un gra plaer per als cinc sentits. Per això és un tema que, en general, crida l'atenció.

La crítica gastronòmica arriba al segle XIX, de la mà del primer periodista i crític gastronòmic de la història, Grimod de la Reynière. Aquesta idea ve molt determinada per les condicions socials, polítiques i culturals del moment, que s'han anat cultivant amb el transcurs de la història.

Amb l'arribada del web 2.0, neixen els mitjans de comunicació digitals i les xarxes socials. Gràcies a la seva expansió es produeix un *boom* de pàgines web i blogs de gastronomia i crítica. Les seves avantatges proporcionen un apropament del crític gastronòmic amb el lector i faciliten la relació entre els consumidors i els establiments de restauració. Arran d'això, sorgeixen figures com la del *blogger* i el *prosumer*.

D'aquí, tant la crítica com el periodisme es dilueixen en certa manera i es "democratitzen" amb el que té de positiu i negatiu, com la pèrdua d'una metodologia de treball basada en el coneixement. Ara ja és suficient viure l'experiència, però segueix sent crítica gastronòmica o simplement són converses de xarxes socials?

OBJECTIU DEL TREBALL

L'objectiu que defineix aquest treball és conèixer el procés d'elaboració d'una crítica gastronòmica i fer una revisió del tractament del tema en els diversos mitjans de comunicació, especialment els digitals.

ESQUELLET DEL TREBALL

Aquest estudi es divideix en quatre apartats. El primer és el marc teòric, format per un recull de recensions extretes de fonts bibliogràfiques. El segon bloc està compost per la metodologia, que consta d'una sèrie d'entrevistes i una anàlisi de

continguts dels mitjans digitals. En tercer lloc, es desenvolupa l'anàlisi de resultats a partir de la metodologia i, finalment, es dóna pas a les conclusions.

PER QUÈ HE ESCOLLIT AQUEST TEMA?

El motiu principal pel qual he decidit fer un treball sobre la crítica gastronòmica és perquè sento una gran passió pel món de la gastronomia en general des de gairebé sempre i he vist l'oportunitat de relacionar-ho amb el que estudio.

Penso que els meus pares m'han influenciat força en aquest sentit, perquè han procurat educar-me de manera que pogués experimentar i viure el màxim d'experiències possibles. Em refereixo, en gran mesura, a tots els viatges que he tingut l'oportunitat de fer, on, entre d'altres coses, he après la importància que té la gastronomia a cada país.

Personalment, crec que la gastronomia té el poder de transportar-nos a llocs que ni tan sols hem visitat i ajuda a familiaritzar-nos i apropar-nos a cultures que desconecem. Té la capacitat de sumar-li al caràcter purament físic o gustatiu una part emocional que humanitza la visió de la gastronomia més enllà de la pura alimentació.

En una ocasió vaig conèixer l'Alicia, que es dedica al món del turisme i l'enoturisme. Em va passar uns articles i em va passar informació sobre un màster de comunicació, gastronomia i enologia que em va semblar molt interessant. Em va descobrir que podia estudiar una cosa que engloba tot allò que m'agrada i em desperta curiositat, que podia arribar a dedicar-me a la crítica gastronòmica o, si més no, aprendre'n.

2. MARC TEÒRIC

El marc teòric està estructurat cronològicament d'acord amb el context en què sorgeix la gastronomia. Abans d'introduir el tema de la crítica gastronòmica, cal saber en quin moment es pot començar a parlar pròpiament de gastronomia i en què es diferencia de l'alimentació i la cuina.

La referència històrica, que va del segle XVII fins l'actualitat, permet comprendre la crítica gastronòmica tal com l'entenem avui dia. Els canvis polítics, econòmics, socials i culturals que s'han anat operant al llarg de la història són condicionants del seu naixement i la seva evolució.

Un cop marcat el recorregut de la crítica gastronòmica, ja es pot parlar de la seva ubicació en els mitjans de comunicació, de la prevalença de la tecnologia 2.0 i de la relació entre el productor de continguts i el consumidor amb la conseqüent aparició del *prosumer*. Finalment, es dedica un apartat per explicar el procés d'elaboració d'una crítica.

Aquest apartat s'ha realitzat a partir de diverses fonts bibliogràfiques, que apareixen referenciades al llarg del text. Ara bé, els dos últims (2.3 i 2.4) s'han basat en l'obra de Fernando Sánchez Gómez, *La cocina de la crítica* (2013), la primera tesi doctoral sobre Periodisme Gastronòmic defensada a Espanya que presenta un estudi sobre el tema molt complet, i per aquest motiu la referència bibliogràfica es troba al costat dels títols de tals apartats.

2.1 Definicions

A continuació es descriuen els conceptes clau d'aquest treball:

- Cuina: “Art o manera especial de guisar de cada país i de cada cuiner” (Salvat Editores, 2003: 3420).
- Alimentació: “[...] es l'etapa prèvia al procés nutritiu i consisteix en la selecció i ingestió dels aliments. En els humans avarca un conjunt de pautes de conducta complexes, edificades sobre condicionants fisiològics bàsics (gana i set) al llarg d'un procés d'aprenentatge i educació” (Salvat Editores, 2003: 433).
- Gastronomia: «Del gr. Gastronomía; gáster, gastrós, estómac, i némo, governar, arreglar». «[...] f. Terme [...] que es refereix al coneixement especialitzat

dels aliments i productes afins, i a la seva respectiva elaboració, especialment en la indústria hotelera. Afició a menjar regaladament» (Sánchez, 2013: 56).

- Gastrònom: «És la persona entesa en gastronomia [...] i aficionada als menjars exquisits». Segons el *DRAE* «tan gastrònom és qui domina l'art de preparar un bon àpat com aquell que és capaç de gaudir-lo» (Sánchez, 2013: 57).
- Crítica gastronòmica:
 1. «[...] text primordial, entre tots els gèneres periodístics (dins la premsa gastronòmica), la funció de la qual és la de valorar i orientar al públic sobre la qualitat culinària dels productes», segons Emy Armañanzas (Sánchez, 2013: 31).
 2. “[...] gènere d’opinió signat per un especialista que, tenint en compte els valors gastronòmics i el gust dominant de la seva època, enjudicia i valora l’oferta culinària/gastronòmica (matèries primes i la manera de preparar-les i servir-les) ofertes per bars de tapes, restaurants; així com també dels productes *delicatessen* que existeixen en el mercat *gourmet*” (Sánchez, 2013: 246)
- Crític gastronòmic: “El crític, ja sigui periodista amb formació universitària o no, és sempre una veu experta. Una opinió especialitzada en un àmbit determinat del coneixement. La crítica és per això la parcel·la per a periodistes especialitzats i que, en general, no són periodistes sinó escriptors i intel·lectuals que la desenvolupen professionalment (Armañanzas, 1996)”.
- Golós: “[...] ser a qui la naturalesa ha dotat d’un excel·lent estómac i d’un bon apetit [...], té un gust refinat, l’origen del qual resideix en un paladar exquisidament delicat, aconseguit després de llarga experiència. En ell, tots els sentits s’han d’acoblar al del gust, doncs ha d’assaborir cada bocí inclús abans d’endur-se’l a la boca” (Reynière, 1980: 29-30).

2.2 Història de la gastronomia i de la crítica gastronòmica

2.2.1 Primera etapa: segle XVII. Cuina vs. Gastronomia

A finals del segle XVII, durant l'Antic Règim, segueix havent-hi molta desigualtat social. De tota manera, es van operant petits canvis ideològics en la societat que també afecten en l'àmbit gastronòmic. D'entrada, la cuina passa de ser una activitat col·lectiva i repetitiva a individual, convertint-se en gastronomia (Revel, 1980).

Tot i així, la paraula gastrònom apareix a principis del segle XIX, quan Tallemant des Réaux escriu que la Marquesa de Sablé –escriptora francesa del segle XVII– era més golosa i refinada que ningú i es dedicava a criticar a les grans eminències de la cuina francesa. (Revel, 1980).

Aquest nou esperit descrit per Réaux es comença a desenvolupar a meitats del segle XVII. Té un caràcter individualista i investigador, permet opinar i innovar. Es construeix així un ideal molt clar de com hauria de ser la cuina moderna, que pretén desfer-se del passat (Revel, 1980).

Tot i haver una predisposició a canviar, cuiners i gastrònoms estan massa arrelats a la tradició i per això no experimenten gaire al llarg d'aquest segle. Sorgeix així una controvèrsia entre el que es considera nou i vell, la qual cosa és definitòria del concepte de gastronomia, ja que marca l'inici de les tendències gastronòmiques (Revel, 1980).

2.2.2 Segona etapa: segle XVIII. El naixement dels restaurants

El segle XVIII s'inicia sota el regnat de Lluís XIV i finalitza amb la revocació de l'Antic Règim i el triomf de la Revolució Francesa (1789). És un moment de transició en què es dona una reestructuració del sistema de classes amb el naixement de la nova burgesia (Salvat Editores, 2003).

En efecte, també es hi ha una revolució gastronòmica quan l'Assemblea Nacional aboleix les corporacions, l'any 1776. Perquè fins aquest moment les lleis de gremis impedeixen al forner o al xarcuter oferir els seus productes pel consum en el seu propi local. Amb la desaparició de les cases nobles, molts cuiners marxen a l'exili o es queden sense feina, però gràcies al suport financer dels nous rics, comencen a aparèixer els primers restaurants (Poulain i Neirinck, 2007; Revel, 1980).

En relació a aquest canvi sorgeixen dues transformacions. La primera, l'esnobisme gastronòmic, que converteix la gastronomia en una "expressió d'estatus social" (Gázquez, 2013). La segona, el descobriment d'artistes d'aquest àmbit: el xef és artista, patró i supervisor de la cuina (Revel, 1980).

L'eliminació dels gremis produeix el naixement i un augment molt ràpid del nombre de restaurants, que s'alimenten del judici i els diners dels clients i de la corporació de crítics, que es fonamentarà a principis del XIX (Revel, 1980).

Altrament, l'any 1745 es publica *La cuisinière burgeoise* de Menon, encetant una branca de la literatura gastronòmica a l'abast de tothom i que ràpidament es popularitza: el manual (Revel, 1980).

2.2.3 Tercera etapa: segle XIX. La crítica gastronòmica

La Revolució té un gran impacte a la resta d'Europa i França és el centre d'atenció durant un llarg període, però se li dóna importància a la seva cuina perquè és la mare de la cuina clàssica. Amb la globalització del comerç, París es torna la ciutat més cosmopolita, la icona de moda per excel·lència i la capital gastronòmica mundial (Poulain i Neirinck, 2007).

Acabada la Revolució, les classes més altes de la burgesia demanden entorns similars als de la cort desapareguda i d'això sorgeix el principi de la indústria hotelera. Amb la introducció del ferrocarril, els centres d'interès de la burgesia també s'estenen a la Costa Blava: sorgeixen grans hotels amb aigües termals, casinos i grans restaurants. D'aquesta manera, França rep clientela de tot arreu, estenent un nou estil de vida pel continent (Poulain i Neirinck, 2007).

La literatura gastronòmica com a gènere

El segle XIX és quan hi ha més productivitat de literatura gastronòmica (Poulain i Neirinck, 2007). Dins d'aquest gènere, Revel (1980) fa tres grans classificacions: literatura professional, el manual per a aficionats i famílies i la crítica gastronòmica.

- Literatura professional: aquest primer gènere, escrit per i per a professionals, es considera literatura culta i el seu gran protagonista és Carême. Aquest personatge va ser, junt amb Escoffier, el capdavanter de la cuina clàssica i un dels autors més prolífics d'aquesta categoria. Per a ell, la cuina moderna és tota una disciplina artística i introdueix els valors gustatius del menjar (Revel, 1980).
- Manuals: el manual és, probablement, el gènere més abundant. Contempla la necessitat d'incorporar lliçons a la cuina quotidiana de manera fàcil i original.

Sorgeix així la premsa femenina, que combina gastronomia i economia domèstica i apareix la figura del cronista gastronòmic (Revel, 1980).

- Periodisme gastronòmic: aquest gènere ja es comença a manifestar a finals del segle XVIII. És hora de que els aficionats brillin amb la seva pròpia llum i ho fan, simplement, donant un punt de vista filosòfic i personal. Hi ha tres personatges cultivadors d'aquest gènere a destacar: Brillat-Savarin, Grimod de la Reynière i Monselet (Poulain i Neirinck, 2007).

Jean Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826) és conegut per ser el “primer teòric de l'art de menjar” (Domingo, 1980: 7). A part de ser un gourmet de cap a peus, és filòsof, músic i jurista, partidari de l'Antic Règim. Evidentment, les seves preferències polítiques l'obliguen a marxar a l'exili (Poulain i Neirinck, 2007).

Al tornar, escriu *La fisiologia del gust* (1825), on fa un retrat de la gastronomia i la societat de la seva època. En aquest llibre explica anècdotes i records sobre com menjar bé, amb un aire filosòfic i científic (Domingo, 1980; Poulain i Neirinck, 2007).

Naixement de la Crítica Gastronòmica

Alexander Balthazar Grimod de la Reynière (1758-1838) és el primer periodista gastronòmic de la història i fundador del gènere. Després d'estudiar Dret, es dedica a escriure articles i crítiques de teatre, però finalment es decanta per la gastronomia. Es reuneix amb intel·lectuals per parlar de les últimes tendències gastronòmiques (Domingo, 1980).

L'any 1786, és desterrat de París per criticar el sistema jurídic i enviat a un convent de Donèvre, on transforma els seus ideals gastronòmics. Quan torna a París es mostra contrari a la Revolució i ha d'exiliar-se a Ginebra fins que s'acaba (Domingo, 1980).

La caiguda de la noblesa i el consegüent ascens de la nova burgesia suposen la pèrdua de les bones costums socials i gastronòmiques d'abans de la Revolució. Però amb això, Grimod impulsa un projecte que pretén educar i inculcar els valors d'un bon amfitrió a la novinguda classe (Poulain i Neirinck, 2007).

Des d'aquest moment, els diaris es converteixen en una eina educativa fonamental amb la qual es manifesta l'ambició d'ascendir de classe social a través de la bona taula. D'altra banda, els restaurants i comerços alimentaris creixen sense ordre ni concert (Sánchez, 2013).

Així doncs, Grimod escriu *Manual d'amfitrions i guia de golosos*, obra amb la qual ofereix les pautes necessàries per ser un bon amfitrió i itineraris gastronòmics, on dona a conèixer botigues selectes i restaurants. Descobreix així la publicitat a la premsa (Domingo, 1980).

Amb Grimod neix la primera corporació de crítics gastronòmics al restaurant parisenc més luxós del segle XIX, el *Rocher de Cancale*. Els seus judicis es recullen a *Almanacs dels Golosos i de les Guapes*, que a més, és la primera revista de tendències i cuina mundial. Es converteix en un símbol de referència del bon gust i en segell de marca (Domingo, 1980).

A continuació, un extracte de la seva primera crítica gastronòmica (Domingo, 1980: 24):

«L'home que va concebre i realitzar aquest festí, [...] en el que les troballes de la més amable sensualitat acompanyen al luxe dels bons menjars, justifica plenament la reputació que en nostra publicació li hem fet. Avui, Balaine pot aconsellar a la major part dels restauradors i amb raó el 'Rocher de Cancale' és avui contemplat com el Pic de Tenerife de l'Univers».

La figura del crític gastronòmic avarca diverses funcions. La primera consisteix en aconsellar al lector sobre l'oferta d'establiments segons la seva valoració. La segona, en preservar el patrimoni culinari i però també en explotar les possibilitats de futur. El crític es converteix en el vincle entre cuiners i comensals, el qual gira entorn de la creativitat gastronòmica (Poulain i Neirinck, 2007; Sánchez, 2013).

Al llarg de la seva trajectòria, és capaç de crear un estil personal de caire informatiu i d'entreteniment i introdueix un "metallenguatge culinari" amb el qual popularitza productes comuns i econòmics, que va conèixer durant la seva estada al convent de Donèvre (Domingo, 1980: 24).

Pierre Charles Monselet (1825-1888), hereu de l'obra de Grimod de la Reynière, crític, poeta i amant de la gastronomia, escriu en el diari gastronòmic

mic *Le Gourmet* amb el qual aconsegueix iniciar un nou estil periodístic que segueix patent en l'actualitat. Finalment, publica les seves pròpies obres, *La Cuisine poétique* i *Gastronomie* (Poulain i Neirinck, 2007).

2.2.4 Quarta etapa: segle XX. Les primeres guies, la *nouvelle cuisine* i la crítica gastronòmica a Espanya

Durant el primer quart de segle neix la Guia Michelin i posant en valor molt especialment la cuina regional francesa. Entre la I i la II Guerra Mundial es produeix un estancament en cuina i turisme i és durant la post-guerra que s'obre un nou període de revolució culinària amb la *nouvelle cuisine* (Poulain i Neirinck, 2007). L'any 1969 es publica a Espanya la primera crítica gastronòmica (Sánchez, 2013).

2.2.4.1 El naixement de les guies gastronòmiques

Els avenços produïts en la indústria hotelera i en la Gran Cuina permeten que al segle XX turisme i gastronomia uneixin les seves forces per treballar en consonància. La incorporació de les vacances pagades fa que viatjar sigui més assequible, així que es produeix una democratització en hostaleria i restauració (Poulain i Neirinck, 2007).

Fins ara semblava que París ho tenia gairebé tot, però la seva cuina no té el caràcter ni l'autenticitat que ofereix la cuina de terrer. És aquí quan entra en joc la famosa Guia Michelin. Simultàniament, aquests dos factors impliquen l'expansió de les empreses familiars (Poulain i Neirinck, 2007).

- [La Guia Michelin](#)

Al 1900 els germans Michelin, responsables de l'empresa de neumàtics, es proposen expandir el negoci en el món automobilístic. Així que comencen lliurant un llibret gratuït als seus clients, per tal de facilitar el turisme per carretera. Conté mapes i indicacions, instruccions pràctiques per l'automòbil, contactes d'emergència i recomanacions d'hotels (Via Michelin, 2009; Poulain i Neirinck, 2007).

Al cap de vint anys, André Michelin veu un venedor utilitzant les guies per calçar els neumàtics. A partir d'aleshores, la guia es torna més independent i democràtica, ja que es fa de pagament i es deslliura de la publicitat. Com a novetat, inclou una llista de restaurants de tot França i una d'hotels i en conseqüència es popula-

ritzen la cuina i el turisme regionals, el que suposa una renovació de la cuina francesa (Via Michelin, 2009).

Durant els anys vint, aquesta idea es converteix en un símbol d'eminència. Al 1926 sorgeixen les famoses estrelles, que incrementen la competitivitat entre restaurants. L'any 1929, Michelin agrega un element destacable a les guies: un formulari pels lectors, en el qual poden donar la seva opinió respecte la selecció d'establiments (Via Michelin, 2009).

Des de la seva primera edició, la Guia Michelin s'ha anat actualitzant i s'ha passat a altres formats, com internet. La idea ha sigut copiada per altres empreses i editorials, com ara la Guia Repsol (Espanya) o la Gault Millau (França). Actualment, segueix sent una guia molt pràctica, que gaudeix amb el prestigi de les estrelles (Via Michelin, 2009).

- [Maurice Edmond Saillant o Curnonsky \(1882-1956\)](#)

Curnonsky és un escriptor i cronista culinari molt popular, que està molt vinculat a la Guia Michelin. Escriu a *Le Journal* i *Le Matin* i publica la seva pròpia obra, *France Gastronomique*. Es tracta del promotor de la cuina de terrer que ajuda en la seva expansió a través de les seves crítiques. A més, és el fundador de la primera acadèmia gastronòmica del món (Poulain i Neirinck, 2007).

- [Guia Gault & Millau](#)

Henri Gault i Christian Millau funden la guia *Gault & Millau* l'any 1965. Són dos joves que inicialment busquen restaurants que tinguin un abona relació qualitat preu, que siguin bons però poc coneguts, que acaben recolzant els que serien els revolucionaris de la *nouvelle cuisine*. Inclouen un sistema de puntuació que va de l'1 al 20, encara que els establiments amb menys de 10 punts no acostumen a aparèixer a la guia (VelSid, 2008).

2.2.4.2 [La nouvelle cuisine](#)

Als anys 1960 hi ha un creixement econòmic continu i es busca la innovació en la gastronomia, no en les grans cuines clàssiques sinó en les cuines regionals. Prima una dietètica racionalitzada i es torna al neocarcaisme, es descobreix la cuina sana i ecològica i es busca la creativitat en el plat. La *nouvelle cuisine* "Imposa

una cuina engalavernada de sabors on el més important passa a la boca” (Poulain i Neirinck, 2007: 160).

A partir de la crisi de 1974 s’obre un procés de renovació culinària. Es fonamenten els pilars de la *nouvelle cuisine*, que engloben: el nou model d’estètica corporal, un replantejament de la piràmide alimentària en pro d’una vida sana i l’actualització de receptes tradicionals amb noves tècniques culinàries. En aquesta època la cuina evolutiva s’internacionalitza (Poulain i Neirinck, 2007).

2.2.4.3 Les primeres guies gastronòmiques a Espanya

A principis dels anys setanta, Gonzalo Sol estrena les anomenades *Guías Sol*, les primeres guies gastronòmiques que s’editen al país. Gonzalo Sol és un periodista gastronòmic especialitzat en Turisme Gastronòmic i amb la seva labor obre pas a altres guies importants d’Espanya, com *La Guía Repsol*, *La Gourmetour*, *La Guía Julliard*, etc. (Sánchez, 2013).

2.2.4.4 La crítica gastronòmica a Espanya (segle XX)

Anys 1960-1970

A Espanya, el creixement de restaurants es dóna dos segles més tard que a França, per això el gènere de crítica gastronòmica apareix arriba amb posterioritat. La primera secció fixa de crítica gastronòmica en un diari és de 1969, en el suplement *Los domingos de ABC* de la mà de Francisco Moreno Herrera, Conde de los Andes (Sánchez, 2013).

Una de les principals qüestions que provoquen aquest retard és la Guerra Civil. Tot i així, tal i com passa a França, a Madrid es comencen a estrenar restaurants i botigues de productes selectes durant els anys setanta. D’aquesta manera, es genera una demanda de coneixement sobre aquest aspecte per part de la societat (Sánchez, 2013).

Moreno, conegut com El Conde de los Andes o Savarin, és el precursor de la crítica gastronòmica a Espanya i té com a referent a Jovellanos (1744-1811), qui en la seva literatura comentava amb detall cada àpat dels seus viatges (Sánchez, 2013).

La seva intenció és parlar tant de restaurants coneguts com desconeguts, en els quals es mengi bé per un preu assequible. El contingut de la secció de crítica gastronòmica inclourà també comentaris i descripcions de tot allò que es serveix als restaurants (Sánchez, 2013).

Quan *ABC* tanca la secció de Crítica Gastronòmica de Moreno, obre la de Gastronomía y Turismo, dirigida per Antonio Obregón. Aquest escriptor i crític de cinema i teatre s'especialitza en crítica gastronòmica, però a més inclou informació turística, mantenint les funcions i els criteris de les crítiques de Moreno (Sánchez, 2013).

A part de Francisco Moreno i Antonio Obregón, també hi ha altres cronistes i crítics que publiquen per altres editorials, com Víctor de la Serna a *Informaciones y Gentleman*, Néstor Luján a la revista *Destino*, Luis Beltonica a *La Vanguardia* i José María Busca Isusi a *Diario Vasco* (Sánchez, 2013).

Anys 1970-1980

Durant aquest període es creen les comunitats autònomes a Espanya, la qual cosa tindrà certes repercussions que afectaran en l'àmbit gastronòmic. Amb el retorn de la cuina regional i la recuperació i actualització de receptes, sorgeix la Nova Cuina Basca, que es difon per tot el país, gràcies al suport dels mitjans i a la militància de certs crítics gastronòmics que la recolzen des del principi (Sánchez, 2013).

Pel que fa als mitjans de comunicació, tots compten amb una secció de gastronomia, que passa a professionalitzar-se ja que es du a terme per periodistes especialitzats. Tal evolució es veu marcada amb la publicació del *Club de gourmets*, la primera revista gastronòmica tècnica, creada per Paco López Canís i Fernando Jover. Es tracta de la impulsora de la gastronomia a Espanya (Sánchez, 2013).

Anys 1980-1990

Als anys vuitanta comença la postmodernitat, "un moviment artístic i cultural caracteritzat per la seva oposició al racionalisme i pel seu culte predominant de les formes, l'individualisme i la manca de compromís social (DRAE, edic. *online*).

A partir d'aquest moment, la crítica gastronòmica “alcanza” un nivell de difusió social que no deixa de créixer, ja que es converteix en un element de cultura mediàtica i, a més, acaba de completar-se com a gènere periodístic (Sánchez, 2013: 157):

“S’incorporen noves característiques textuais i paratextuals. Es generalitza l’ús de la fitxa tècnica, on s’amplien les dades informatives: direcció i telèfon del restaurant, tipus de cuina, preu mig, targetes que admet, aparcament, puntuació si n’hi ha, especialitats, etc. A mesura que es va modernitzant l’autoedició i el disseny periodístic, trobem nous elements icònics que enriqueixen visual i informativament la fitxa de la Crítica Gastronòmica.”

Anys 1990-2000

A França es produeix un estancament en gastronomia, ja que persisteix la *nouvelle cuisine*, i en crítica gastronòmica. Així, Barcelona es posiciona com a capital gastronòmica per excel·lència, gràcies a les aportacions de Ferran Adrià. Amb l’aplicació de la ciència i la tecnologia en la gastronomia, es desenvolupen nous conceptes que suposen una revolució culinària (Poulain i Neirinck, 2007).

Així, apareixen la cuina creativa, la molecular, la tecnoemocional –“cuina extremadament tècnica que emociona a la vegada”–, la técnico-conceptual i la de recreació, entre d’altres. Molts d’aquests termes els han imposat els crítics contemporanis, per fer una segmentació més clara dels diferents estils amb noves tècniques culinàries (Sánchez, 2013: 157).

La crítica gastronòmica a Espanya es veu empesa pels cuiners de referència de la segona meitat del segle XX, que són Otto Horcher, Clodoaldo Cortés, Jesús María Oyarbide, Juan Mari Arzak i Ferran Adrià. Els seus restaurants i les seves personalitats marcaran les noves tendències del XXI (Sánchez, 2013).

Segons Miquel Sen, la crítica gastronòmica d’aquesta dècada es caracteritza per la *normosis*, referint-se a la cuina de Ferran Adrià amb la qual tota la crítica semblava estar d’acord. Aquest terme, bàsicament, vol dir que la opinió de tothom coincideix (Sánchez, 2013).

Per la seva banda, la convergència digital i l’evolució dels mitjans de comunicació, que comença a finals del segle XX, signifiquen un gran impuls per la producció i difusió de la crítica gastronòmica (Sánchez, 2013; Suárez, 2015).

2.2.5 Cinquena etapa: segle XXI. Era 2.0 a Espanya

Context: La digitalització

Des de fa vint anys s'està produint una transició entre els mitjans convencionals i els digitals. Aquest fet ha suposat un canvi tan significatiu que s'han hagut de crear noves formes de produir i consumir material audiovisual (Suárez, 2015).

Aquest nou ecosistema permet i possibilita l'intercanvi d'arxius visuals, sonors i de text; la seva reproducció on, quan i com es vulgui (instantaneïtat), així com la seva producció i distribució. Aquest aspecte s'ha vist afavorit pel gran creixement del nombre de dispositius de consum audiovisual i el conseqüent augment de consumidors (Suárez, 2015).

Un efecte important, fruit dels canvis tecnològics de la digitalització i afavorit pel naixement de les xarxes socials (com Facebook, Twitter, Youtube o el Blog), és que sorgeixen nous tipus d'empreses (*start-ups*, filials, etc.), noves oportunitats de mercat –sobretot a internet– i nous perfils professionals (*blogger*, *community manager*, etc.) (Suárez, 2015; Fernández i Aldaz, 2010).

Tots aquests canvis han comportat una multiplicació dels canals de difusió i més varietat de formats audiovisuals, amb els quals els mitjans han pogut aprofitar la capacitat d'explotació i difusió del tema de la gastronomia. Per això durant aquesta última dècada hi ha hagut un boom de productes de contingut gastronòmic en diverses plataformes (programes televisius, reality-shows, blogs, sèries, etc.) (Suárez, 2015; Sánchez, 2013).

En aquest aspecte, els mitjans digitals presenten unes característiques molt positives pel que fa a les preferències dels usuaris. Per començar, produir i consumir a la xarxa és còmode, econòmic i immediat. A més, la comunicació deixa de ser unidireccional i passa a ser interactiva, convertint al consumidor en productor, és a dir, el *prosumer* (Fernández i Aldaz, 2010; Mühlenberg i Olmos, 2013; Suárez, 2015).

El Prosumer

Aquest nou agent i generador de continguts no està compromès professionalment, ja que no té prou "confiança en la comunicació de marca" i uns coneixements

bàsics de màrqueting. Tot i així, participa en els fòrums i discussions d'altres marques activament, donant la seva opinió i/o coneixements, que acaben sent transcendents per a tots els mitjans digitals (Fernández i Aldaz, 2010: 4).

L'avantatge que presenten els *prosumers* és que donen informació sobre algun producte o marca des de la seva experiència, de manera que altres consumidors tenen una visió més àmplia del que es trobaran a l'hora de comprar-ho, a banda de la imatge que volen donar les empreses per tal de vendre. Això pot ser molt positiu o molt negatiu per a les empreses –en aquest cas, restaurants, productors, botigues especialitzades, etc.–, ja que una mala opinió pot fer molt mal i donar mala imatge, mentre que les bones sempre són un bon mitjà de difusió i publicitat (Fernández i Aldaz 2010).

Fernández i Aldaz (2010: 5) anomenen un estudi sobre l'ús xarxes socials, publicat a The Cocktail l'any 2010, que mostra el tipus de confiança dels usuaris a l'hora de cercar productes per Internet, demostrant la rellevància del *prosumer*, entès com a aficionat i com a professional. Es veu que un 69% es basa en opinions de familiars i coneguts a través de les xarxes socials, un 60% en comentaris d'experts a blogs i fòrums i entre un 40% i 34% en els mitjans de comunicació i la publicitat.

En conjunt, gràcies a la prevalença de la comunicació de la Web 2.0, el consumidor es converteix en l'actor principal de la cadena, mentre que la marca es queda en un segon pla (Fernández i Aldaz, 2010).

La gastronomia s'ha popularitzat gràcies a la creació de blogs i de les xarxes socials, de manera que s'ha creat un espai on l'aficionat a la gastronomia pot produir contingut que abans estava només en mans de crítics i periodistes, tot i que a un altre nivell, és clar. Ara bé, tant la gastronomia com les xarxes socials tenen un caràcter identitari i social, el qual ajuda en el seu imparable desenvolupament (Fernández i Aldaz, 2010).

[La Crítica Gastronòmica en l'actualitat](#)

Davant d'aquesta situació i des de l'inici de la crisi econòmica, la premsa està en perill d'extinció i això ha donat peu a la creació d'infinat de blogs i pàgines web. I encara que es segueixen publicant revistes i seccions de gastronomia i crítica gastronòmica en els diaris, gairebé tots presenten una versió digital i, en alguns

casos, neixen directament d'internet. Actualment, podem trobar les següents tipologies (Sánchez, 2013):

- Guies gastronòmiques: tenen un ús més aviat pràctic, enfocat al turisme gastronòmic. El seu llenguatge no és tan literari i acostuma a presentar-se en forma de llistat. Un exemple interessant seria la *Guía mABEs* de Elite Gourmet 2013, especialitzada en els restaurants i boutiques més exclusius d'Espanya (Sánchez, 2013).
- Suplements i revistes especialitzades: en alguns diaris i revistes, la secció de gastronomia es trobava a l'apartat de Cultura i Societat, però cada vegada és més freqüent que els diaris vinguin acompanyats d'un suplement setmanal sobre Oci i Cultura, on s'inclou més material gastronòmic (*Metrópoli*, de *El Mundo*) (Sánchez, 2013).
- Publicacions especialitzades: revistes que es dediquen exclusivament a parlar sobre gastronomia i crítica. Una de les més importants i la pionera a Espanya és *Club de Gourmets* (www.clubdegourmets.com), tot i que hi ha infinitat de revistes digitals de l'estil i una competència molt forta en aquest sector (Sánchez, 2013).

Si bé en els quioscos seguim trobant revistes de gastronomia, en el cas dels vins, les revistes en paper han desaparegut totalment, com *Sibaritas* dirigida pel guru de la crítica del vi, José Peñín, o només existeixen aquelles sense cost que viuen de la publicitat. (Estrada, 2015).

- Gastroblogs: els crítics dels mitjans esmentats anteriorment acostumen a tenir un blog propi sobre gastronomia i crítica online. El primer en crear-ne un va ser Carlos Maribona d'*ABC* amb *Salsa de Chiles*, amb la intenció de tenir una relació més directe amb el lector, per tal de que aquest també pugui opinar i interactuar amb altres aficionats. Els gastroblogs (i els blogs en general) han d'actualitzar-se diàriament i la interacció amb els consumidors, que solen ser entesos en gastronomia i viatgers, és primordial pel seu desenvolupament. Philippe Regol argumenta que escriure en el seu espai gastronòmic té com a avantatges la immediatesa, l'extensió il·limitada del text i la no dependència de

la publicitat. En molts casos els gastroblogs s'acaben convertint en guies gastronòmiques online (Sánchez, 2013).

D'altra banda, apareix l'anomenada figura del *media xef* o cuiner mediàtic, que també crea contingut de temàtica gastronòmica en revistes i altres plataformes digitals i s'ha convertit en la competència crític gastronòmic. De la mateixa manera que ho han fet els *bloggers* aficionats o *foodies*, que tot i no ser professionals, els agrada escriure sobre les seves experiències gastronòmiques (Sánchez, 2013).

Per tal d'estimular el creixement de la gastronomia i la crítica gastronòmica a Espanya, López Canís crea esdeveniments periodístics gastronòmics, on es parla de les últimes corrents gastronòmiques i on s'acaben formant alguns crítics (Sánchez, 2013).

Segons Xavier Agulló, aquests congressos permeten compartir idees, coneixements i opinions (Sánchez, 2013: 166):

«Per a poder "criticar" és necessari "conèixer" i poder establir comparacions, històrics, paral·lelismes, ramificacions, taxonomies, etc. [...] Així doncs, concloem que els congressos (han) dut a crear un nou territori de crítica gastronòmica més informada, "crítica" i evolutiva.»

2.3 La Crítica Gastronòmica com a gènere (Sánchez, 2013)

Tal i com s'ha vist reflectit en el transcurs de la història de la crítica gastronòmica, aquesta ha partit de la voluntat d'ordenar l'univers culinari per donar-li significat a la relació entre la necessitat i el plaer de menjar. Com a gènere periodístic presenta unes característiques que unifiquen el text, el doten de coherència i que relaciona la forma amb el contingut, utilitzant recursos formals.

2.3.1 Funcions de la crítica gastronòmica

Hi ha cinc elements a tenir en compte a l'hora de realitzar una crítica gastronòmica:

- a) Empatitzar amb el lector sense tenir en compte l'opinió del cuiner.
- b) Escriure amb honestedat, prenent certs riscos.
- c) Procurar ser imparcial.

- d) Valorar amb objectivitat. Per això cal tenir coneixements tècnics i formació culinària, per tal de tenir més arguments a l'hora de valorar.
- e) Practicar rutines professionals (per exemple: fer fotografies i comentar els plats, l'ambient, l'estil, el target...)

Com a gènere d'opinió, la crítica gastronòmica té les següents funcions, segons Armañanzas (Sánchez, 2013: 193-199):

- Funció valorativa: la valoració d'un restaurant ha de basar-se en la formació gastronòmica del crític, amb la qual és capaç d'enumerar els aspectes positius i negatius. Ha de ser de caràcter constructiu, analític i sintètic, conclouent amb una perspectiva general.
- Funció informativa: la informació que es dona en una crítica ha de ser breu i concisa per facilitar la contextualització del subjecte. Aquesta funció queda sintetitzada en la fitxa tècnica dels restaurants –amb horaris, preu, ubicació, etc.–.
- Funció orientadora: la crítica gastronòmica proporciona una aproximació al procés creatiu d'obres, així com als seus creadors. Relaciona i compara amb altres plats i altres cuiners, així com els procediments i les tècniques que utilitzen.
- Funció formativa: és important incloure informació didàctica que transmeti nous coneixements gastronòmics al lector. Per això cal entrar en detalls a l'hora de descriure els elements d'un plat –per exemple, el tipus de peix o carn i els seus valors nutritius–, així com els de la seva composició, etc.

2.3.2 Estructura textual de la crítica gastronòmica

Les crítiques gastronòmiques s'estructuren de manera que el text tingui coherència i cohesió. Normalment segueixen un mateix patró de format, que consta de les parts següents, però que és variable segons les preferències del crític i del mitjà (Annex 1):

- 1) Elements de titulació: donen una idea del tema, però sense entrar en detalls
 - Avantítol: s'escriu sobre el títol i acostuma a ser el nom del local / restaurant analitzat

- Títol: essència de l'opinió del crític. Tipologies:
 - *Titulars expressius*: acostumen a ser temàtics i solen prescindir de predicat.
 - *Titulars informatius*: responen a les preguntes què? i qui?
 - *Titulars informatiu-explicatiu*: conté informació i una explicació.
- Subtítol: afegeix informació i complementa al títol.
- Títols interiors: d'extensió curta que serveixen per classificar els diferents apartats del text.
- Sumari: semblant al subtítol, però es col·loca a un altre lloc.
- Epígrafs: l'apartat o secció de la revista o diari on es publica la crítica (secció: *Menjar / Cuina*)

2) Fitxa tècnica i valoració: element paratextual que comprèn les dades informatives principals:

- Nom del restaurant
- Direcció: es sol acompanyar amb un mapa
- Localitat
- Telèfon, correu electrònic, pàgina web
- Horaris
- Preu mig (s'admet targeta o no)
- Facilitats d'aparcament
- Valoració: en alguns casos s'inclou en la fitxa i en altres no. Pot ser numèrica, alfabètica o alfanumèrica i, a vegades, amb símbols (estrelles, triangles, etc.)

3) Cos de la crítica: es divideix en dues parts:

- Primer paràgraf: presentar la idea central del text i informació anterior sobre l'obra i l'autor (edat, carrera, trajectòria, creativitat, experiència vital). L'inici és totalment lliure.

- Nucli: desenvolupament de “l’anàlisi de l’estructura de l’obra culinària, els seus mètodes creatius i procediments gastronòmics, el seu valor gastronòmic i la seva posada en escena” (Sánchez, 2013: 209). És la part més important, ja que és on es troba l’argumentació de les observacions del crític.
- 4) Veredict final: després d’enumerar les argumentacions i reflexions, en el paràgraf final es fa la conclusió definitiva que engloba tot el contingut del text de manera breu i concisa.

2.3.3 Llenguatge de la crítica gastronòmica

La realització d’una crítica demanda un alt coneixement i domini del llenguatge literari i gastronòmic. S’han d’utilitzar nombrosos recursos literaris i expressius i s’ha de ser capaç de crear nous termes per tal de crear un contingut creatiu, entretingut i ric en lèxic i gramàtica.

Cada crític té un estil propi amb el qual genera el text i, segons la seva formació, *background* i interessos, el lèxic utilitzat varia depenent d’aquests factors i pot provenir de diversos àmbits. Això permet fer comparatives, semblances i al·lusions amb les quals s’enriqueix la recensió. La diversitat de camps contempla el món de l’art, el de l’esport, del cinegètic, del cinematogràfic o del musical.

D’altra banda, és important que la crítica contingui una àmplia varietat d’adjectius (determinant del gènere). S’aprecia l’ús de neologismes, ja siguin verbs, noms o adjectius, així com l’ús de la retòrica.

El llenguatge ha abandonat una mica la cuina francesa i amb ella la llengua francesa com a llengua de la gastronomia per a veure en cuines internacionals, especialment, anglosaxones i asiàtiques i amb elles el llenguatge de la gastronomia, que s’ha omplert de termes anglesos, segons Alicia Estrada (2015) en l’entrevista realitzada.

2.4 Criteris de valoració durant el procés d’elaboració d’una crítica gastronòmica (Sánchez, 2013)

Al llarg d’aquest recull bibliogràfic, s’han anat veient alguns dels elements necessaris que ha de posseir un crític gastronòmic: tenir un alt coneixement cultural so-

bre gastronomia, així com tenir un alt domini del llenguatge, imaginació, interès i passió pel tema (Sánchez, 2013).

A banda d'això, hi ha una sèrie de criteris de valoració universals a tenir en compte a l'hora de realitzar una crítica, fora de l'estil personal de cada crític.

- matèria prima: qualitat gastronòmica i dietètica del producte. És la qualitat més valorada i potser de les més importants.
- tècnica culinària: no ha d'emascarar la matèria prima, sinó acompanyar-la i realçar-la, segons la fórmula d'elaboració que requereix cada producte. Contempla també el punt de cocció i la lleugeresa de les salses. Aquest aspecte té un pes molt important pel que fa al resultat final del plat.
- tipus de cuina del restaurant: cal analitzar l'estil i la política gastronòmica del restaurant i la formació del cuiner, entrant en detalls com la seva tècnica, el receptari o la creativitat.

Tot i així, cada crític prioritza uns factors o uns altres. Però en general, el que s'ha de tenir en compte són elements com: la posada en escena o els contrastos que pugui oferir un establiment, la qualitat-preu, el tracte del servei, l'ambient, la decoració, l'oferta de vins, etc.

A partir d'aquests criteris es desenvolupa la puntuació que se li assignarà a l'establiment. Cadascú aplica els percentatges d'acord amb les seves preferències, però per exemple la *Guía Gourmetour* dedica el 55% de la nota a la cuina, el 25% al servei i l'acollida a la sala, el 15% a la bodega i el 5% a la decoració.

La inventiva i la creativitat també és molt valorada per la majoria de crítics, però no només a nivell culinari, sinó a nivell general, ja que els restaurants han de procurar oferir un conjunt de propostes originals que els diferenciïn dels altres. L'èxit queda garantit quan èxit, segons Pepe Barrena, quan una tècnica culinària és imitada per altres professionals. A més, les presentacions han de ser especials i remarcables, han d'impregnar-se en la memòria dels clients. També es valora el tractament del maridatge en relació als plats seleccionats.

Altrament, el consumidor aprecia la diferenciació que es dóna entre un restaurant de luxe i el luxe en la cuina, això va en funció de la decoració, el servei i l'ambientació en el primer cas i en la qualitat, tècnica i presentació en el segon.

D'altra banda, també és positiu que un crític gastronòmic realitzi una recerca de restaurants totalment desconeguts, que ell mateix doni a conèixer a partir de la seva crítica.

Per al crític també és important que les cartes i menús siguin el màxim breus possibles, ja que es considera que quants menys plats s'ofereixin, millor es podran preparar i presentar.

Quant a la figura del xef, si es tracta d'una personalitat molt important i coneguda, és vital que la crítica comenci fent-ne referència: parlar sobre la seva formació, la seva carrera professional, la seva tècnica, etc. D'aquí es valora la seva creativitat, en relació a les últimes tendències i a les noves tècniques culinàries que es van donant en cada moment.

A banda d'aquests criteris, n'hi ha d'altres que van canviant segons el transcurs del temps, amb la imposició de noves cuines. Així com, per exemple, a la *nouvelle cuisine* es fomenta l'estètica de la simplicitat i es retorna a la cuina regional, mentre que en els temps de Ferran Adrià es busca la creativitat, la bellesa, l'harmonia, la provocació, etc. Cada crític, cada cuiner i cada etapa presenta un decàleg propi de criteris rellevants a tenir en compte, que va variant amb el temps.

En definitiva, és vital "tenir un ampli criteri, capacitat d'anàlisi i una vasta cultura culinària" (Sánchez, 2013: 317). L'examen ha de ser rigorós, ha de servir com a eina orientativa per al consumidor, així com aportar-li coneixements –i no tant sols a ell, sinó també als cuiners–. Actualment, la situació que hi ha a Espanya és que els periodistes gastronòmics no estan ben formats i moltes vegades opinen sense tenir cap mena de criteri. És una professió que s'ha de treballar dia a dia, que necessita actualitzar-se periòdicament i cuidar-se per tal de ser apreciada.

Finalment, cal fer especial menció a codis ètics i deontològics de la professió del crític gastronòmic (Sánchez, 2013: 242):

- mantenir l'anonimat en els restaurants
- visitar el restaurant dues vegades com a mínim (entre setmana i els caps de setmana) per elaborar la crítica
- provar tants plats de la carta com sigui possible
- pagar el compte íntegrament (sense descomptes ni invitacions)

- escriure sobre tot tipus de restaurants, sense basar-se en un tipus de cuina concret
- visitar els nous restaurants un cop hagi passat un mes des de la inauguració
- explicar les bases de la puntuació
- les crítiques negatives s'han de basar en múltiples visites
- confirmar totes les dades que apareixen a la crítica
- evitar presenciar esdeveniments on hi pugui haver xefs, per mantenir l'anonimat

3. METODOLOGIA

En aquest capítol es descriuen els mètodes i les tècniques utilitzats per a l'assoliment de l'objectiu del treball.

Per tal de donar resposta als objectius del treball, es podria haver fet un abordatge quantitatiu sobre la presència de la crítica gastronòmica en els mitjans de comunicació digitals (nombre de webs, blogs, nombre d'entrades, tendències, actualitzacions, etc.). No obstant, s'ha optat per l'entrevista a professionals i l'anàlisi de continguts de blogs i webs, per tal d'obtenir una informació que pugui donar una resposta més qualitativa i relacionada amb els aspectes tractats al marc teòric.

L'anàlisi qualitativa consisteix a ordenar, classificar, reduir, comparar i donar significat a les dades obtingudes. En definitiva, es tracta d'un volum de dades considerable, en format textual, que s'han de processar (Vázquez *et al.*, 2006).

La metodologia emprada consta d'una revisió bibliogràfica, basada en la lectura i recensió de diversos textos d'autors experts en el tema del treball, i d'una anàlisi qualitativa de continguts de diversos mitjans de comunicació digital i d'entrevistes a una sèrie de professionals.

Anàlisi de mitjans de comunicació digitals

Tant en els mitjans de comunicació convencionals com en els digitals hi ha una sobreproducció de continguts relacionats amb el món de la gastronomia.

A la televisió hi trobem diversos formats que tracten aquest tema, com ara programes de cuina (de caràcter instructiu), com *El menú de cada día* de Karlos Arguiñano, o reality-shows (d'entreteniment) com *Master Chef* o *Pesadilla en la Cocina*, així com documentals i reportatges més especialitzats en temes determinats. Però pocs d'ells contempnen la crítica gastronòmica d'una manera més o menys seriosa. Encara que *Master Chef* és probablement el que més s'hi acostava al tenir un jurat professional que jutja els plats de cada participant, argumentant les raons.

A la ràdio no hi ha tanta varietat de programes de contingut gastronòmic, però per exemple, a Catalunya Ràdio hi ha *Tàpies variades*, que té una relació més interactiva amb l'oient (a partir de trucades, l'oient pot opinar sobre el tema que s'està parlant). Ara bé, també es dona algun programa de crítica gastronòmica

vinculada al turisme gastronòmic amb un enfoc molt informatiu i una gran càrrega publicitària, com *Gente Viajera* d'Estther Eirós.

Al tractar-se de mitjans convencionals, depenen d'una graella horària condicionada per les dades d'audiència i amb la sobreproducció de programes n'han hagut de cancel·lar alguns.

Pel que fa a la premsa, hi ha molta més presència de crítica gastronòmica pròpiament dita. L'inconvenient que presenten és que no hi ha interacció amb el lector i és d'accés restringit. De totes maneres, la majoria de diaris i revistes tenen una versió digitalitzada, on es volca el mateix text que la versió impresa i s'editen altres continguts més amplis o complementaris.

D'altra banda, els mitjans digitals disposen d'un espai i un accés il·limitats i permeten una interacció directa amb el consumidor. En aquest sentit tenen més llibertat i flexibilitat, es poden abordar més temes en relació a la gastronomia, que no només es cenyeixin a la crítica gastronòmica, per tant, tenen una oferta més àmplia i variada. Per aquests motius, s'ha seleccionat una mostra de mitjans digitals per dur a terme l'anàlisi de continguts.

Atesa la gran proliferació d'aquests mitjans, s'ha hagut de limitar la cerca i s'ha procurat escollir webs, blogs, etc. que fossin representatius d'algunes de les tipologies existents. Així doncs, després de desenvolupar una àmplia recerca de mitjans, s'ha optat per la revisió els següents:

7 caníbales ([enllaç](#)) Una de les revistes de tendències gastronòmiques digital més importants de l'Estat espanyol, amb grans crítics que també tenen presència als mitjans convencionals.

Gastroactitud ([enllaç](#)) La revista digital per excel·lència (o "Foodies-Club") de crítica gastronòmica i últimes tendències gastronòmiques d'Espanya, que també ofereix màsters i postgraus de crítica gastronòmica i altres. Dirigida per José Carlos Capel i Júlia Pérez Lozano.

Observación gastronómica ([enllaç](#)) Blog de Philippe Regol, cuiner retirat i crític gastronòmic aficionat, guanyador del Premi Nacio-

nal de Gastronomia 2012.

Time Out Barcelona
([enllaç](#))

Guia d'oci i cultura de Barcelona, referent d'abast mundial amb una àmplia oferta d'establiments gastronòmics.

Los restaurantes de Pau Arenós ([enllaç](#))

Blog de crítica gastronòmica accessible a través d'un mitjà convencional, com és El Periódico dins la secció Gourmet's, dirigit per Pau Arenós.

Entrevistes a professionals

Per tal de conèixer les percepcions, actituds, opinions i valors sobre el tema d'estudi es va contactar amb 10 crítics gastronòmics, però cap d'ells tenia disponibilitat per dur a terme l'entrevista (Annex 2). Per aquest motiu, s'ha realitzat una entrevista en profunditat, semiestructurada, a cinc professionals de diversos perfils directament relacionats amb el món de la gastronomia, valorant l'enriquiment que suposa tenir visions des de diferents perspectives. Quatre de les entrevistes s'han realitzat via correu electrònic, mentre que la de l'Alicia Estrada s'ha fet personalment, de manera que és la més extensa.

Joan Losantos *[El càtering de la comunicació](#)* – agència de publicitat i consultoria especialitzada en el sector de l'alimentació i la restauració.

Ana Manresa *[Ana&Pitu](#)* – assessoria gastronòmica i producció d'esdeveniments.

Alicia Estrada *[Vinoturismo](#)* – especialista en comunicació i comercialització del vi i en enoturisme

Aleix Dotú Mâitre del Restaurant Alkimia

[La cuisine del sur](#) Blog d'aficionats sobre recomanació de tapes a Sevilla

L'instrument de recollida de dades és un qüestionari amb set preguntes amb un nucli comú a tots els entrevistats i algunes especificitats més relacionades amb l'àmbit de treball de cada professional (Annex 3).

4. RESULTATS

L'anàlisi dels continguts dels diferents mitjans i de les entrevistes als professionals mostra característiques comunes entre ells i d'altres específiques, depenent de la finalitat de cada mitjà o de l'especialitat de cada professional.

A la taula 1 es presenta el resum de l'anàlisi dels diversos mitjans examinats.

Pel que fa als continguts, les revistes digitals dedicades a la crítica gastronòmiques també inclouen notícies i tendències gastronòmiques d'actualitat, així com articles sobre xefs. En canvi, els gastroblogs de crítica gastronòmica i les guies gastronòmiques es centren exclusivament en la crítica i recomanació de restaurants.

Quant als autors, en les revistes digitals i a les guies acostumen a ser equips multidisciplinaris amb professionals procedents de diversos camps, a més del gastronòmic (periodistes, escriptors, cuiners, etc.) Als gastroblogs són blogs personals d'un cuiner, en un cas, i d'un crític gastronòmic en l'altre.

Les revistes digitals i la guia tenen presència a Twitter, Facebook i *Gastroactitud* i *Time Out* també en altres xarxes com Youtube, Pinterest, etc. Tots els mitjans analitzats ofereixen l'opció de compartir a Twitter i Facebook, i alguns d'ells a Google+ i Foursquare, i entrades per comentaris del lector.

Pel que fa a la publicitat, *7caníbales* i *Gastroactitud* mostren les marques que patrocinen el web; en el cas de *Time Out* sembla que hi ha un suport institucional, atès que apareix el logotip de la Generalitat de Catalunya a la part inferior; *Los restaurantes de Pau Arenós* està subjecte a la publicitat de el Periódico i *Observación Gastronómica* no fa esment de cap tipus de publicitat.

Pel que fa al disseny, tots els mitjans analitzats presenten una navegació fàcil i àgil. Els colors utilitzats, en general són sobris amb un predomini del fons blanc, excepte *Observación Gastronómica*, que té un fons negre però que fa ressaltar els colors vius de les imatges. Tots ells disposen de fotografies dels plats, excepte *Los Restaurantes de Pau Arenós*, en el que apareixen fotografies dels propietaris i dels cuiners, però no dels plats.

El tractament que donen els quatre mitjans de la crítica gastronòmica és diferent depenent de la seva funció i per tal de valorar quin és aquest tractament, a la taula 2 es presenten els resultats de l'anàlisi de la crítica des del punt de vista d'estructura, funcions i continguts en aquests mitjans.

S'ha exclòs d'aquesta anàlisi el web de *7caníbales*, atès que és un espai dedicat a notícies i opinions respecte les últimes tendències gastronòmiques, etc. i no inclou cap apartat de crítica pròpiament dita. De totes maneres, conté una secció de recomanació de productes selectes amb informació rellevant.

Tots els mitjans comparteixen les funcions valorativa, informativa i orientadora. A part d'aquestes tres funcions, **Gastroactitud**, **Observación Gastronómica** i **Los Restaurantes de Pau Arenós** també presenten la funció formativa, encara que **Observación Gastronómica** ho fa en menys mesura (a l'hora de descriure els plats explica alguna tècnica o característiques d'un producte, però no va més enllà). En tots els casos, incloent *7caníbales*, es manté la finalitat de la prescripció.

Quant a l'estructura textual, **Gastroactitud** i **Los Restaurantes de Pau Arenós** mantenen més o menys la clàssica, amb algunes variacions en els elements de titulació, i en relació al contingut de la fitxa tècnica i del cos de la crítica segueixen els patrons estàndard. **Observación Gastronómica** presenta alguns dels fonaments bàsics, com la introducció i la descripció dels plats junt amb una reflexió personal, però s'exposa amb un ordre diferent (breu fitxa tècnica al final sense valoració numèrica) i destaca el gran nombre de fotografies (del local i dels plats) acompanyades dels seus respectius comentaris. **Time Out** disposa la crítica / recomanació en dos apartats o pestanyes: en el primer, fa una descripció i una valoració més general dels establiments, sense entrar tant en detall com la resta de mitjans, i en el segon, la fitxa tècnica (amb ubicació, contacte, etc.) Tots quatre fan referència al preu mig dels restaurants en relació al contingut exposat, però **Time Out** ho presenta d'una manera més visual. Tant **Gastroactitud** com **Time Out** tenen l'opció de cercar contingut per filtres, cosa que no tenen els gastro-blogs.

Observación Gastronómica i **Time Out** utilitzen una terminologia adequada i un llenguatge estàndard, mentre que **Gastroactitud** i **Los Restaurantes de Pau Arenós** fan servir més tecnicismes, neologismes, utilitzen més la retòrica i un llenguatge més especialitzat. Aquesta observació reflecteix l'adaptació del llenguatge en relació a l'usuari final.

A la taula 3 recull el resum del contingut de les entrevistes als professionals seleccionats. Els entrevistats desenvolupen diferents activitats en el sector de la restauració, que aporten una visió a la crítica gastronòmica en els mitjans digitals des de diferents perspectives. D'una banda, els assessors de comunicació gastronòmica necessiten de la crítica per oferir els seus serveis. D'altra banda, els màitres, per la seva funció a sala, sovint tenen més relació amb els crítics que els propis cuiners. En el cas l'enòloga, es veu el paral·lelisme existent entre la crítica gastronòmica i la de vins. Finalment, pel que fa al blog la crítica és un element fonamental per la recomanació d'establiments gastronòmics.

Pel que fa al tractament informatiu de la gastronomia en els mitjans, tots els entrevistats coincideixen en què el protagonisme dels xefs i dels establiments eclipsa els altres agents de la cadena, que no tenen tant reconeixement mediàtic. També es comenta la importància que se li dóna als restaurants de renom, oblidant-ne d'altres més senzills però de bona qualitat. A nivell *online* hi ha molta activitat, de vegades en excés, la qual cosa dificulta la garantia de prestigi i fiabilitat (els aficionats). Altres mitjans com la televisió, on els programes de gastronomia són bàsicament d'entreteniment i de vegades donen una visió poc real de la gastronomia. En general, es dóna molta informació sobre gastronomia i poca prescripció crítica.

Quant al paper del consumidor / prosumer, es considera que és fonamental per la interacció entre creadors de continguts i usuaris, que sovint s'acaben convertint en generadors d'opinió. El web 2.0 i, concretament, les xarxes socials han facilitat l'activitat d'aquests grups, ja que es poden obtenir continguts i deixar opinions amb un clic.

En relació a la convivència de la crítica professional amb la d'aficionats, en tots els casos s'està d'acord en que és positiva. La crítica de professionals té un públic més específic i fidel, mentre que el públic dels blogs o webs d'aficionats és més

general, ocasional i canviant. Cadascun manté el seu espai donant resposta a les necessitats del públic general o dels gourmets pròpiament dits.

Observación Gastronómica és un dels blogs que segueixen dos dels entrevistats i coincideixen en el seguiment de tendències a partir dels mitjans nacionals. En canvi, pel que fa al seguiment de tendències de vins, el seguiment es fa en blogs (De vinis) de periodistes especialistes en el tema i en revistes digitals de gastronomia franceses. En els tres casos se segueixen les tendències gastronòmiques en mitjans digitals i en un cas també a través de programes televisius.

Quant a la diferència entre la crítica dels mitjans convencionals i els digitals, es posa de relleu la major accessibilitat al format digital per part del públic general, encara que la televisió i la premsa escrita continuen sent referents en determinats sectors de la població. En general, els crítics acostumen a tenir presència tant en els mitjans digitals com en els tradicionals, els continguts del model 2.0 es basen, sobretot, en recomanacions de restaurants, productes selectes i la crítica clàssica s'adreça fonamentalment de tendències amb un cert fons pedagògic i dinamitzador de productes gourmet.

El món de la gastronomia i del vi estan íntimament lligats, tot i que la gastronomia s'ha traslladat amb èxit al camp de les experiències, amb el vi segueix prevalent l'enfoc tècnic, és a dir, segueix mancant la part emocional.

Pel que fa als criteris de valoració dels restaurants, sembla evident que la presentació del plat, el gust, l'elaboració, l'aparença, el tracte amb el client i el local, entre d'altres, són elements fonamentals. Tanmateix, es poden tenir en compte altres aspectes més relacionats amb l'autenticitat de les elaboracions tradicionals, el context cultural i la part emocional.

En referència a les vivències de l'activitat professional dels diferents entrevistats, coincideixen en què un dels aspectes positius és compartir tant amb el client, com amb l'usuari, com amb el productor, la passió per la gastronomia i el món del vi, la interacció amb tots ells i la capacitat de gaudir de l'experiència de menjar i beure en companyia. Com a punts negatius, un dels que destaca és la manca de criteri a l'hora de valorar. Per exemple, en el cas del vi, entenent que la cata a cegues és la tècnica per excel·lència de valoració d'un vi, sense tenir en compte el

punt de vista humà. En el cas de la gastronomia, la manca de la qualitat i la utilitat del contingut d'alguns blogs. Pel que fa a la feina dels professionals de la cadena que no acostumen a aparèixer en els mitjans, s'apunten com aspectes negatius la poca valoració i remuneració d'una feina que sovint comporta una gran dedicació.

En relació a la qualitat i aptituds que hauria de tenir un professional de la crítica gastronòmica, s'aconsella l'elaboració de continguts de qualitat, ser tant objectiu com es pugui, preservar l'anonimat, tenir una gran capacitat de comunicació i fer efectives les factures com un client més. El crític hauria de traslladar al xef el que percep un client amb coneixements acreditats, que el client estàndard no té.

Tenint en compte que el crític acostuma a preservar l'anonimat, és difícil saber quina és la seva relació amb el cuiner. Si es coneixen pot ser molt dolenta, amb menyspreu, o molt bona, amb respecte, confiança i admiració, amb aportacions sobre gastronomia, filosofia culinària, etc.

TAULA 1. CONTINGUT DELS MITJANS ANALITZATS (ANNEX 2)

| | 7 caníbales | Gastroactitud | Observación Gastronómica | Time Out Barcelona | Los Restaurantes de Pau Arenós |
|--------------------------|---|---|--|---|--|
| Tipus de mitjà | Revista gastronòmica digital | Revista de crítica i gastronomia digital | Gastroblog | Guia de restaurants digital | Gastroblog de la secció Gourmet's de El Periódico |
| Descripció del contingut | Opinió, Actualitat, articles curts (Snacks), espai dedicat al vi (De Narices), espai dedicat a l'alcohol (On The Rocks), receptes de xefs, recomanacions de llibres (BiblioCaníbal), entrevistes (Un cafè con...), recomanació de productes delicatessen (Despensa) | Crítiques de restaurants amb puntuació escrites per diversos autors; apartat dedicat a xefs espanyols de reconeixement mundial i ordenats alfabèticament; secció de receptes ordenades per tipus de plats; departament dedicat a vins, alcohol i begudes en general; secció d'altres entrades que inclou notícies, reportatges, entrevistes, recomanació de llibres i de regals relacionats amb el món de la gastronomia. | Crítica gastronòmica amb entrades de l'autor i comentaris dels lectors amb respostes de l'autor. | Crítica amb puntuació de TimeOut i de l'usuari, últimes entrades, restaurants recomanats, últimes crítiques, els millors restaurants classificats per diferents tipus de cuina, escapades gastronòmiques, "Llamaradas de Pau Arenós" i reserva de restaurants online. | Crítica gastronòmica: entrades de restaurants |
| Autors | <u>Cristina Jolonch</u> : periodista La Vanguardia. <u>Tana Collados</u> : periodista, Directora <i>Cuines</i> (TV3). <u>Bosa Rives</u> : periodista a El País. <u>Roser Torras</u> : Directora Grup Gsr. <u>Salvador Garcia-Arbós</u> : enginyer tècnic agrícola i periodista a Gourmetour i Lo Mejor de la Gastronomía. <u>Toni Massanés</u> : cuiner i investigador de l'Observatori de l'Alimentació del Parc Científic de Barcelona. <u>Xavier Agulló</u> : periodista en diversos mitjans i crític gastronòmic. <u>Carmen Alcaraz del</u> | <u>José Carlos Capel</u> : crític gastronòmic a El País i president de la Cumbre Internacional Madrid Fusión. <u>Júlia Pérez Lozano</u> : periodista gastronòmica a El Mundo i a Traveler. <u>Federico Oldenburg</u> : periodista especialitzat en vins i destil·lats. <u>Cristina Soriano</u> : periodista experta en periodisme gastronòmic 2.0 i xarxes socials. Altres col·laboradors. | <u>Philippe Regol</u> , cuiner retirat i crític gastronòmic aficionat. | <u>Ricard Martí</u> : editor de la secció Menjar i Beure i Clubs <u>Laura Conde</u> : periodista del TimeOut <u>Marcelo Aparicio</u> : periodista del TimeOut Altres | <u>Pau Arenós</u> : crític gastronòmic i escriptor |

| | 7 caníbales | Gastroactitud | Observación Gastronómica | Time Out Barcelona | Los Restaurantes de Pau Arenós |
|--------------------------------------|---|--|---|---|--|
| | <u>Blanco</u> : periodista gastronòmica. I altres col·laboradors de les diferents seccions. | | | | |
| Utilització xarxes socials | Presència a Twitter, Facebook Compartir a Twitter, Facebook i comentar al Blog. | Presència a Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest i G+. Compartir a Facebook, Twitter, G+ i Foursquare | Compartir a Facebook i Twitter. | Presència a: Facebook, Twitter, Instagram, Spotify, Pinterest i Youtube. Compartir a G+, Facebook i Twitter. | Compartir a Facebook, Twitter, G+ i altres. Per fer comentaris a les entrades requereix registrar-se a elPeriódico. |
| Tipus de publicitat | Guzmán Gastronomía, Triticum, illycaffè, Vinos de Navarra, Grup Balfegó, Fever Tree i Le Creuset. | Toque Especial, Silestone, Lavini, Tú & Makro. | Cap. | Patrocinat per Generalitat de Catalunya. | elPeriódico |
| Estètica, funcionalitat de navegació | Disseny simple i clar, colors clars i discrets, funcional i de fàcil navegació, bona organització, fotografies dels plats, establiments, notícies, entrevistats, etc. | Disseny elegant, organitzat i de fàcil navegació. Crida l'atenció la meticulositat amb la que està classificat el contingut (secció de xefs ordenat per ordre alfabètic, secció de receptes amb dibuixos gràfics i títol, etc.). Els colors són simples, i la seva combinació fa que es destaquin uns i altres, diferenciant les diverses seccions (títol en franja negra i fons blanc). Combina imatges de qualitat de plats, xefs, establiments, notícies, etc. Presenta limitacions: per veure la fitxa tècnica completa d'un restaurant s'ha d'accedir com a soci. | Colors foscos, bona funcionalitat, cercador, entrades recents, blogroll, llistat de categories d'entrades, enllaços dels restaurants. Arxius (ordenats per dates i ciutats). Fotografies dels plats i els establiments. | Aparença clara, colors identificatius de les diferents seccions, navegació fàcil, organització clara i atractiva, fotografies de qualitat i estètica cuidada dels plats i els establiments. | Presentació clara i senzilla, navegació fàcil, colors sobris, mapa funcional dels restaurants, fotografies dels propietaris dels establiments o cuiners, però no dels plats. |

TAULA 2. CARACTERÍSTIQUES FORMALS DE LA CRÍTICA GASTRONÒMICA EN ELS MITJANS ANALITZATS (ANNEX 3)

| | Gastroactitud | Observación Gastronómica | Time Out Barcelona | Los Restaurantes de Pau Arenós |
|--------------------|---|--|--|---|
| Funció | Valorativa, informativa, orientadora i formativa. | Valorativa i orientadora, sobretot i informativa i formativa en menys mesura | Valorativa, informativa i orientadora (en menys mesura). La secció de Pau Arenós: valorativa, informativa, orientadora i formativa. | Valorativa, informativa, orientadora i formativa. |
| Estructura textual | Manté bastant l'estructura clàssica. Part superior: galeria d'imatges del local i dels plats i elements de titulació. Fitxa tècnica a continuació (per veure-la completa s'ha de ser soci) amb la valoració numèrica. El cos de la crítica i el veredict final, de manera endreçada i en alguns casos amb títols interiors. | Varia una mica de la principal, ja que només posa el nom del restaurant com a títol de cada entrada i no té fitxa tècnica, encara que anomena el preu i el barri on s'ubica el restaurant. Pel que fa al cos de la crítica, entra en matèria directament, escrivint i opinant sobre els plats que tasta. Inclou moltíssimes fotografies, tant del local com de tots els plats. | De tipus pràctic, ja que mostra la galeria de fotos del local i d'alguns plats; a continuació, la localització del restaurant i el preu mig. Sota hi ha tres pestanyes: la primera és l'opinió de Time Out, la segona una petita fitxa tècnica i la tercera un espai perquè els lectors deixin comentaris. Es dedica més a recomanar que a fer crítica, atès que es tracta d'una guia. La secció de Pau Arenós segueix la línia de treball del crític. | Presenta l'estructura bàsica d'una crítica gastronòmica (elements de titulació, fitxa tècnica amb el preu orientatiu i la valoració dels lectors, cos de la crítica i veredict final). |
| Llenguatge | Estil literari, llenguatge ric i especialitzat, ús de tecnicismes i neologismes. | El llenguatge que utilitza Regol és força planer, però és evident que és un expert de la gastronomia, ja que dóna uns arguments sòlids a l'hora de justificar-se i sap de què parla en tot moment. | Utilitza una terminologia adequada, però amb un llenguatge estàndard adreçat a tots els públics. | Llenguatge ric, irònic, molt variat, ús de retòrica. El lector ha de tenir un cert nivell intel·lectual i bagatge cultural gastronòmic i ha de conèixer la ciutat de Barcelona i el tipus de gent que hi viu. No és adreçat a tots als públics. |

TAULA 3. CONTINGUT DE LES ENTREVISTES (ANNEX 4)

| | Joan Losantos | Ana Manresa | Alicia Estrada | Aleix Dotú | Iacuisinedelsur |
|---|--|--|---|---|--|
| Activitat professional | Assessor i consultor especialitzat en el sector de la restauració. | Assessora de comunicació gastronòmica i organitzadora d'esdeveniments del sector de la restauració. Serveis a restaurants i hotels per projectar-se tant al públic general com als mitjans, identificant les seves necessitats i filosofia. | Consultora de turisme per al sector de congressos, convencions i incentius i enòloga. Divulgadora entorn al vi i la gastronomia i escriptora de la guia anual <i>Los 100 mejores vinos por menos de diez euros</i> . | Funcions pròpies de màitre (obertura i misenplace, atenció al client, gestió d'stocks i serveis, etc.) al restaurant Alkimia, de Jordi Vilà, amb una Estrella Michelin. | Bloggers de selecció i recomanació d'establiments gastronòmics a Sevilla. |
| Tractament informatiu de la gastronomia als mitjans | Restaurants i xefs són les estrelles, deixant de banda els altres actors | A nivell online: hi ha molta activitat en blogs, potser sobreesaturada, de vegades falta de garantia prestigi i fiabilitat. Protagonisme d'un grup reduït de professionals i oblit d'altres cuiners de restaurants senzills, però de qualitat. | Impacte important de la gastronomia a les graelles de TV. Canvi en la finalitat narrativa: enfoc instructiu a entreteniment. Mitjans socials donen paper actiu a l'opinió dels aficionats (alguns s'han professionalitzat). Gastronomia passa a ser mostra de marques i la independència del crític es posa en qüestió al ser les marques qui manté els mitjans per comprar tràfic. Hi ha molta informació de gastronomia i poca prescripció crítica. | Presència contínua de xefs en els mitjans de comunicació. A la TV es dóna una visió poc real de la gastronomia, però és positiu que es parli de gastronomia. | Es parla més de noms de professionals i restaurants que de tendències |
| Paper consumidor/prosumer | Grup reduït molt actiu en les xarxes socials amb moltíssima influència. | Vital pel funcionament d'un blog. En les pàgines o revistes digitals és més difícil la comunicació si no és a través de xarxes socials. | El web 2.0 converteix als bloggers en fonts d'autoritat per als seus grups. La crítica gastronòmica ortodoxa s'allunya de l'usuari actual i gràcies a les xarxes socials neix i es fa possible la ne- | - | Fonamental. Interactivitat, poder d'accedir i oferir informació pel consumidor, que s'ha convertit en un agent més rellevant que les pròpies empreses. |

| | Joan Losantos | Ana Manresa | Alicia Estrada | Aleix Dotú | Iacuisinedelsur |
|--|--|---|--|--|--|
| | | | cessitat d'opinar sobre coses més properes i les marques s'han aprofitat d'això. Aquest risc suposa perdre la independència i banalitzar la gastronomia i el vi o reduir-los a formats excessivament comercials. | | |
| Diferències entre blogs de gastronomia d'aficionats i de crítics professionals. Convivència. | La convivència és positiva, perquè el públic general té en compte els blogs d'aficionats i els gourmets segueixen confiant en els professionals. | És positiva, perquè hi ha més oferta per un públic més variat. Els crítics professionals tindran un públic més fidel, mentre que els aficionats en tindran un de més ocasional. | Gran hibridació de formats i una convergència entre ells. El que es necessita en ambdós casos és qualitat de continguts, capacitat i coneixement per conversar en mitjans socials. | - | Els blogs d'aficionats no tenen coneixements tant tècnics, però arriben al gran públic, donant una opinió generalitzada de les coses. Els professionals donen un punt de vista més tècnic i especialitzat. |
| Seguiment de tendències gastronòmiques. | - | Diaris, blogs nacionals i internacionals: El Comidista, Observación Gastronómica, Lisi Limón, Plates Selector, Qué seduce en Barcelona i ja està. | Tendències de vins en blogs <i>Devinis</i> , de periodistes de vins, no d'aficionats. Programes d'entreteniment sobre gastronomia i resvistes digitals franceses de gastronomia, perquè crec que la revolució d'ara de la cuina s'està madurant a França, on s'està donant protagonisme al restaurador enlloc del xef. | A través dels blogs Observación Gastronómica i Abel Valverde, principalment. | - |
| Diferència entre la crítica dels mitjans convencionals i dels digitals. | Els crítics professionals dels mitjans digitals segueixen col·laborant en mitjans tradicionals. | - | En general en els models 2.0 predominen recomanacions de restaurants, xefs o productes que venen de fora. En la crítica clàssica prevalen els caçadors de tendències amb un cert | El format digital és més accessible per la gent que domina les TICs, però la TV i premsa escrita tenen la seva funció en sectors de població no avesats a aquestes tecnologies | Els digitals es centra més en els interessos del consumidor genèric i els tradicionals ho tracten des d'un punt de vista social i més tècnic. |

| | Joan Losantos | Ana Manresa | Alicia Estrada | Aleix Dotú | Iacuisinedelsur |
|--|---------------|-------------|---|---|--|
| Barreres existents entre el món de la crítica gastronòmica i la crítica de vins. | - | - | fons pedagògic i dinamitzador de productes gourmet. La gastronomia ha passat al camp de les experiències (gaudir) però amb el vi segueix prevalent l'enfoc tècnic. A la crítica del vi li falta la part emocional. | - | Són dos mons que formen part d'un tot, però sí que el tema del maridatge està molt de moda. |
| Criteris a l'hora de puntuar un restaurant. | - | - | Els mateixos que en el vi. Un restaurant ha d'oferir més que joies succulentes, per això prefereixo els restaurants i xefs que expliquen històries autèntiques i ofereixen elaboracions simples, tradicionals o que miren al futur des de la innovació. Alguns es limiten a copiar plats i difícilment poden provocar emocions (els falta ànima). | Fer com a mínim dues visites per valorar bé el menjar (presentació, gust, elaboració, tècniques, etc.), el tracte (relació amb el client, idiomes, etc.) i el local (decoració, il·luminació, soroll ambiental, intimitat, etc.). | Es fa una avaluació general on prima el menjar i es té molt en compte l'apariència sempre que vagi d'acord amb la qualitat del que s'ofereix. |
| Punts positius i negatius de la teva feina | - | - | Positius: el valor emocional del vi; compartir amb el viticultor els seus somnis, la seva passió per la feina i els seus coneixements, sense els quals els coneixements tècnics no tindrien cap valor. Negatius: la visió que té la gent del vi com a producte únicament i la cata a cegues com una santificació del vi. Per gaudir del vi se | Positius: viure el present; relació i interacció amb els clients; capacitat de millora, reciclatge i aprenentatge constants pels canvis constants en el sector; bon ambient i relació amb els companys de feina. Negatius: horaris; feina poc valorada i mal pagada en relació a les hores i sacrifici dedicats. | Positius: no ens considerem crítics, perquè no tenim tants coneixements tècnics i el que ens agrada és viure i escriure l'experiència del menjar i la companyia i que sigui útil per als consumidors. Negatius: el tipus de competència, hi ha altres blogs de qualitat, però altres que no tenen criteri i tampoc són útils o de qualitat. |

| | Joan Losantos | Ana Manresa | Alicia Estrada | Aleix Dotú | Iacuisinedelsur |
|---|--|-------------|---|--|-----------------|
| Consells a seguir per dedicar-se professionalment a la crítica i fer-se visible i obtenir èxit. | Per ser un professional: stages a bons restaurants i degustacions, preservant l'anonimat i fent efectives les factures com un client més. Defensar determinades tendències, polemitzar i criticar negativament la resta, pot donar un nom, però és poc professional. | - | l'ha de poder valorar, des del punt de vista humà. Contingut de qualitat, coneixements i capacitat de comunicació. | Valorar amb respecte el restaurant intentant ser el màxim objectiu possible. Permet traslladar al xef el que percep un client amb coneixements acreditats, que el client estàndard no té. | - |
| Relació entre el cuiner i el crític | - | - | - | Si es coneixen, ja que molts bons crítics són anònims, la relació pot ser o molt bona (respecte, confiança, admiració, etc.) o molt dolenta (menyspreu...), però amb una dependència mútua. Relació positiva amb aportacions interessants sobre gastronomia, filosofia culinària, etc. | - |

5. CONCLUSIONS

La crítica gastronòmica, des del seu naixement fins l'actualitat, ha sofert canvis considerables. Havent sorgit arran d'una necessitat social, s'ha hagut d'anar adaptant al procés evolutiu de la societat i, amb ell, al dels mitjans de comunicació. En aquest sentit, els mitjans tradicionals han hagut de reinventar-se i adaptar-se a les avantatges dels digitals, de manera que tant la gastronomia com la crítica gastronòmica s'han pogut abordar des d'altres punts de vista i en diversos formats, segons les possibilitats de cada mitjà.

La necessitat d'interacció per part del públic queda resolta amb l'arribada del web 2.0 i les xarxes socials, on tothom pot crear blogs i pàgines sense que ningú quedi exclòs de participar en converses. El prosumer, doncs, ha adquirit un paper decisiu i l'aficionat de la crítica gastronòmica és lliure d'escriure les seves pròpies crítiques, sovint, sense tenir uns coneixements gaire elevats sobre el tema.

Els resultats d'aquest treball apunten que a causa d'aquests fets hi ha una sobreproducció de blogs i espais dedicats a la gastronomia, però que no sempre es poden considerar crítica gastronòmica, sinó que més aviat són opinions personals amb uns criteris que s'allunyen dels de la crítica professional.

Ara bé, tot plegat s'ha vist condicionat per la diversificació dels tipus de *target*. Hi ha molts factors del públic a tenir en compte a l'hora de crear contingut (com la franja d'edat, gènere, classe social, etc.), però en general cada vegada hi ha més demanda de productes d'entreteniment, tal i com passa a la televisió. Amb la gastronomia i la crítica passa el mateix i, per això, sembla que la crítica ortodoxa, sigui en el suport que sigui, té un públic més culturitzat, reduït i concret, que busca formar-se, orientar-se i informar-se. En canvi, les guies gastronòmiques, com el Time Out, ofereixen una informació més pràctica i no tant exclusiva, que s'apropa més a un públic general amb un diversos nivells adquisitius, que el que busca és la immediatesa i la comoditat. És a dir, s'adapta més a la necessitat del lector d'identificar-se amb el que llegeix.

Entre els mitjans de comunicació tradicionals, la televisió segueix sent el que ofereix més diversitat de continguts, tot i que prevalen els programes de gastronomia d'entreteniment (sovint reality-shows). Aquests programes divulgatius si es miren

des d'un punt de vista crític poden aportar informació, si no es té en compte únicament la part del show. De totes maneres, el gran èxit d'aquests programes, visualitzats per un ampli sector de la població, posa de relleu l'interès generalitzat d'aquest tema.

Una altra de les conclusions d'aquest treball és que cal estar atent a la relació o a la influència que poden exercir les marques, que donen suport als diferents mitjans, en la independència que hauria de tenir un crític professional. Atès que actualment la font de manteniment dels mitjans digitals és la publicitat, i segurament ho seguirà sent en el futur, la independència del crític serà una font de garantia i credibilitat del mitjà. En aquest aspecte es posa en dubte l'anonimat del crític, ja que els mitjans digitals dificulten en certa manera la seva preservació al tractar-se d'autors que sovint es converteixen en personatges públics fàcilment identificables per tothom.

Per tal de millorar i completar l'espectre de la gastronomia i la crítica gastronòmica en els mitjans digitals, seria bo tenir en compte la resta d'actors de la cadena, com ara els màitres, restauradors, sommeliers, etc., ja que actualment només es parla de noms de xefs i restaurants. En els programes televisius sobre gastronomia, per exemple, no es parla d'aspectes del producte, ni com s'elabora una carta amb els preus ni la labor dels restauradors o altres que no siguin el xef. En relació a això, França està intentant recuperar el protagonisme que havia tingut abans del segle XX en el camp de la gastronomia en el sentit de donar més valor als restauradors, donant-los a conèixer.

Després d'aquesta aproximació qualitativa al món de la gastronomia, en general, i de la crítica gastronòmica, en particular, tant de l'examen de continguts de mitjans digitals com de la percepció, actituds, valors i opinions de les persones entrevistades, s'obren una sèrie de preguntes i aspectes a analitzar que podrien ser objecte d'un major aprofundiment en treballs posteriors.

Bibliografia i webgrafia

DOMINGO, Xavier (1980). *Pròleg: Grimod de la Reynière o la gastronomia militant*. Dins Tusquets Editores (ed.), *Manual d'amfitrions i guia de golosos*. (p. 11-28). Barcelona: Tusquets Editores.

FERNÁNDEZ CARRACEDO, Montse i ALDAZ MEZCUA, Elvira (2010): *Comunicación de contenidos gastronómicos a través de las Redes Sociales: la figura del Community Manager*, Madrid: Agencia 101 http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/comgstro.pdf [Data de consulta: 28 de febrer de 2015]

GÁZQUEZ, Antonio (2013). *El esnobismo en cocina*, El Periódico Extremadura, http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/extremadura/esnobismo-cocina_726281.html [Data de consulta: 10 de gener 2015]

MÜHLENBERG, Ignacio i OLMOS, Elena (2013). *El proceso de digitalización en los medios de comunicación*, Periodismo de hoy, <https://periodismodehoy2013.wordpress.com/2013/04/29/el-proceso-de-digitalizacion-en-los-medios-de-comunicacion/> [Data de consulta: 26 de febrer de 2015]

POULAIN, J-P. i NEIRINCK, E. (2007). *Historia de la cocina y de los cocineros, Técnicas Culinarias y Prácticas de Mesa en Francia, de la Edad Media a nuestros días*, Barcelona: editorial Zendrera Zariquiey.

REVEL, Jean-François (1980). *Un festín en palabras. Historia literaria de la sensibilidad gastronómica desde la Antigüedad hasta nuestros días*, Barcelona: Tusquets Editores.

SÁNCHEZ GÓMEZ, Fernando (2013): *La cocina de la crítica: Historia, Teoría y Práctica de la Crítica Gastronómica como Género Periodístico* (Autoedición)

SUÁREZ, Santiago (2015): *Planificació, Gestió i Realització d'una Obra Audiovisual* (apunts). Universitat Autònoma de Barcelona

VÁZQUEZ, M.L., FERREIRA, M.R., MOGOLLÓN, A.S, FERNÁNDEZ DE SANMAMED, M.J., DELGADO, M.E., VARGAS, I. (2006): *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*, Bellaterra: Servei de Publicacions Universitat Autònoma de Barcelona

VelSid (2008). *Guía Gault Millau*, Gastronomía & Cía <http://www.gastronomiaycia.com/2008/11/07/guia-gault-millau/> [Data de consulta: 17 de febrer 2015]

Via Michelin (2009): *La Guía MICHELIN: 100 ediciones y más de un siglo de historia*. Via Michelin <http://www.viamichelin.es/tpl/mag6/art200903/htm/tour-saga-michelin.htm> [Data de consulta: 20 de febrer 2015]

Cerques enciclopèdiques

Diccionaris.cat: www.diccionaris.cat

DRAE: <http://lema.rae.es/drae/?val=posmodernidad>

Salvat Editores (2003): *La Enciclopedia* (1a ed.). Madrid: Salvat Editores.

ANNEXOS

Annex 1 Estructura, funció i llenguatge de les crítiques gastronòmiques

Clasificados : 11870.com | Vivienda | Empleo | Coches | mujerhoy.com

Miércoles, 22 octubre 2014 | Hoy 10 20 | Mañana 11 20 +

elcorreo.com
Edición: Bizkaia | Ir a Edición Araba/Álava Personalizar

COLECCIONA ESTAS TAZAS te encantarán Descárgate la cartilla

Iniciar sesión con | Regístrate

Portada Local Deportes Economía Más Actualidad Gente y TV **Ocio** Participa Blogs Servicios Hemeroteca

Agenda Cartelera Cine Guía de restaurantes **Gastronomía** Planes Montaña Excursiones Televisión Moda Videojuegos Viajes **elcorreo.tv**

Estás en: Bizkaia - El Correo.com > Noticias Ocio > Noticias Gastronomía

GPS Gastronomía

SASTRONOMÍA. EL GOURMET

Restaurante Zuberoa (Oiartzun):
Un menú romántico

David de Jorge

22.09.11 - David de Jorge

Twitter 0 | G+ 0 | Compartir | Recommend 2

Comentarios | ☆☆☆☆☆ 0 votos

Restaurante Zuberoa Oiartzun

- Dirección: Barrio Iturriotz.
- Teléfono: 943 491 228.
- Cocina: Nivelón.
- Ambiente: Campestre / Lujo.
- ¿Con quién?: Siempre.
- Precio: 100 euros.
- Email: zuberoa@zuberoa.com
- Página web: www.zuberoa.com

Pichón asado. / Foto: Arizmendi.

Ficha del restaurante>>
Guía de críticas gastronómicas por provincia>>

«Si vives muchos años fuera de casa, pierdes el idioma, olvidas a los amigos y adoptas nuevas costumbres», escribió Manuel Vicent, apostillando que nunca te abandonan las especias que sazonaron los alimentos de tu niñez, ya que la verdad cabalga sobre la pimienta, el azafrán o un grano de comino.

Así las cosas, peinas canas y un día cuando estás desprevenido, después de mucho tiempo, te plantas ante un potaje y todo vuelve a comenzar. A la primera cucharada te ves de crío en la puerta del jardín y el fondo de tu memoria se ilumina con la sonrisa de tu madre, los tragos de vino de tu padre, la barra de pan en mitad de la mesa y la imagen de tus hermanos zampando a dos carrillos, el verdadero sentido de la sobremesa más feliz: otra cucharada más y estás salvado por siempre jamás.

Esto que acá les cuento ocurre en muy pocos lugares y uno de ellos sigue siendo el Zuberoa, donde se debe entrar de puntillas con el propósito de no distraer a los Arbelaitz, quienes trabajan para que uno se sienta como un rey.

Hilarío sabe mejor que nadie en este país que una sopa de pescado, unas pochas, un estofado de tórtolas, una merluza en salsa verde con almejas o unos chipirones en su tinta aguantan perfectamente el tipo, máxime si se les aplica el conocimiento y el avance técnico del que hoy dispone un maestro que enseñó a guisar a media España.

Si la materia prima no desaparece, las futuras generaciones seguirán disfrutando con los platos clásicos y podrá perpetuarse el espíritu de Zuberoa, que no es otro que hacer vanguardia con la cocina de toda la vida, doble salto mortal difícil de hacer hoy día. Esta culinaria es harina de otro costal, así que agarren a su partenaire y vuelen hasta la terraza. ¿Listos? ¡Ya! Un hombre y una mujer sentados uno frente al otro con una preciosa luz tenue, junto a unos lirios blancos endulzando el ambiente con un vago aroma a canela.

Compartir un aperitivo

Pasan Eusebio y Arantza con un delicioso aperitivo de limón con huevas de salmón y un atún marinado vestido con helado de mostaza, dashi y finas hierbas en ensalada. En la mesa vecina, cierran los ojos ante una tarta de queso y en otra, más lejos, un plato de ostras reluce como el oro. Ahora huevos escalfados con puré de apio y patatas y un risotto de trufas. Un foie gras salteado con caldo de pochas, berza y panes fritos vuela hacia el fondo, ¡quién lo pillara!

Las manos de ambos comensales se rozan, pero antes dan cuenta de un trozo de atún con pomelo y pistachos y unos salmonetes con calabaza, naranjas y endivias. ¡Acabamos! Morros de ternera con puré para ella y pichón asado con romero y setas para él, ¡gracias! Están nerviosos, ¡tengo tanta hambre!, le confiesa la muchacha al oído, mientras rematan una minestrone de fruta y su fina tarta de manzana con helado. Entonces él susurra, «'Lo-li-ta', luz de mi vida, fuego de mis entrañas, pecado mío».

Twitter 0 | G+ 0 | Compartir | Recommend 2

Comentarios | ☆☆☆☆☆ 0 votos

Epígraf

Avantítol

Títol

Fitxa tècnica

Cos de la crítica

Títol interior

RESTAURANTE SYMPOSIUM

La cocina peruana también se expresa en italiano.

DIRECCIÓN: Santa Luisa 122. , San Isidro, Lima
 CONTACTO: (51-1) 2213397 symposium_ristorante@yahoo.es

PRECIO MEDIO: De 60 € a 70 € DÍAS DE CIERRE: Domingo Cena, Domingo
 TIPO DE COCINA: Italiana Comida

[ver ficha completa](#)

Si quieres acceder a la ficha completa con las valoraciones del autor, has de acceder como socio o registrarte.

Registro Acceso socios

Ignacio Medina Publicado 16/04/2014

Me gusta 20 Twitter 27 Save

VALORACIÓN 8/10

Avantítol

Títol

Fitxa tècnica bàsica

Valoració

Cos de la crítica

Me nadian del peso de la colonia italiana llegada al Perú a finales del XIX y algunos explican así la notable presencia de **restaurantes** dedicados a la pasta -más que a la propia cocina italiana- en el mercado limeño, pero no tengo la sensación de estar ante la consecuencia de una corriente migratoria, como la que tradujo el japonés en nikkei y lo chino en chifa. Más parece la muestra de una cocina importada siguiendo caminos repletos de giros.

Suelo acercarme a los italianos limeños con una cierta prevención. El primer motivo es, precisamente, la extraña crisis de identidad que percibo en sus comedores. Me siento en un restaurante italiano, pero llegada la hora de enfrentarme al plato me asalta la sensación de estar sentado en un comedor porteño: pastas que no parecen saber de la existencia de la sémola de grano duro, cocciones exacerbadas, tratamientos empalagosos y resultados cuestionables. Son los riesgos de cocina mostrada a través de intermediarios. Lo italiano paga peaje: llega transformado en su paso por Argentina.

He encontrado tres excepciones: Valentino (un clásico que cultiva un **recetario** a veces hermoso, aunque necesitado de renovación), Bachiche (la creación de Acurio **Restaurantes**, impulsada por el genovés Roberto Rebello; lástima que el tamaño de las porciones sea tal que acaben abriendo la puerta al aburrimiento) y Symposium, donde se definen los ritmos de la alta cocina italiana a través del trabajo de Marco Antino.

Symposium es uno de esos **restaurantes** que planean la cocina como un objeto de lujo: ambiente sobrio y elegante -¡milagro! sin ruidos- y una atención muy especial a la calidad del producto: pastas de primera, espléndidos aceites, vinagres de Módena de los de verdad, y algún producto de nombre más bien equívoco, como esos aceites de trufa -blanca o negra, da igual- que jamás vieron pasar una trufa cerca suyo. El resto lo hace una cocina que cuida los puntos de cocción de la pasta, los tratamientos y el tamaño de las porciones.

Me gustan las pastas de Symposium. La textura, las formas y las elaboraciones dejan claro que son importadas, muestran hechuras dignas de alguna marca destacada y me ayudan a justificar el precio que se paga por ellas. Los puntos de cocción se ajustan milimétricamente a la perfección -ni blandas ni duras, en ese preciso punto que algunos etiquetan como "al dente"- y las formas se ajustan a los retos presentados por cada salsa: tagliatelle, tagliolini, spaguetti, ghitarrine... Algunos fuera de carta, como unas gloriosas tagliatelle con setas, casi una versión de la carbonara clásica: yema de huevo, pimienta y setas salteadas. Hubiese cambiado las setas por unos cortes de tocino y estaría navegando entre los sabores de los Abruzzi. Los espaguetti con erizos nos traen de vuelta a la costa del Pacífico con un plato que navega entre dos aguas: la de la calidad de la pasta y la de la poca claridad de la carta: anuncian espaguetti con erizos, pero en su lugar llega una salsa -una crema suave y ligera- que sabe a erizo, en vez de mostrar el radiante esplendor del erizo fresco.

Cuando te adentras en el universo de la alta cocina los detalles cuentan. El del erizo es uno de ellos. El otro está en el salmón al azafrán. El corte del pez y la propia salsa de azafrán muestran conceptos culinarios del pasado: pescados cortados en medallones y una salsa densa y pesada que tiende a ocultar el sabor del salmón.

A partir de ahí todo toma parece más redondo. Buen steak tartare que ganaría sin la miel de trufa blanca, una tagliata de muy buena factura, justa de punto, instalada sobre un lecho de arugula condimentado con vinagre balsámico que aportan contrapuntos ácidos y amargos al bife, y un impecable ossobuco con polenta y setas. Para acabar, bien puede ser un buen zabaione.

Annex 2 Anàlisi de continguts de mitjans digitals

7caníbales (<http://www.7canibales.com/>)

grup gsr PRODUCCIONS DE GASTRONOMIA

Síguenos en: [Twitter] [Facebook] [RSS]

Inicio Opinión Actualidad Snacks De narices On the Rocks Receta Express BiblioCanibal Un café con... La Despensa Nosotros Patrocinios

11, 12, 13 y 14 de junio en Barcelona - / - David Robledo, premio Mejor Sumiller 2014 por la Real Academia de Gastronomía - / - Corea-Esp

OPINIÓN ACTUALIDAD

Redacción 30/5/2015

“Tast a la Rambla”: 11, 12, 13 y 14 de junio en Barcelona

Más de 50 establecimientos representativos de la culinaria barcelonesa ofrecerán a pie de calle una muestra de su cocina

La segunda edición de “Tast a la Rambla” está a la vuelta de la

DE NARICES Patrocinado por:

Cristina Alcalá 22/5/2015

Uno de los nuestros: Jeannie Cho Lee

Nacida en Corea, Jeannie Cho Lee es la primera Master of Wine asiática, título que obtuvo en el año 2008. Crítica de vinos, jurado de cata, escritora y educadora, su trayectoria y formación refleja su profesionalidad y personalidad. (más...)

1 Comentario »

SNACKS Patrocinado por:

Redacción | 31/5/2015
José Polo (Atrio), Premio Nacional de Gastronomía al mejor Director de Sala 2014

Redacción | 29/5/2015
David Robledo, premio Mejor Sumiller 2014 por la Real Academia de Gastronomía

Redacción | 28/5/2015
The Walt Disney Company y Ferran Adrià unen sus fuerzas en pro de la cocina saludable en el ámbito doméstico

Redacción | 28/5/2015
María Marte, Premio Nacional de Gastronomía al Mejor Jefe de Cocina

RECETA EXPRESS Patrocinado por:

Marc Gascons 13/5/2015

Guisantes de Sant Feliu con bacalao y trufa negra

Redacción | 31/5/2015
José Polo (Atrio), Premio Nacional de Gastronomía al mejor Director de Sala 2014

Redacción | 29/5/2015
David Robledo, premio Mejor Sumiller 2014 por la Real Academia de Gastronomía

Redacción | 28/5/2015
The Walt Disney Company y Ferran Adrià unen sus fuerzas en pro de la cocina saludable en el ámbito doméstico

Redacción | 28/5/2015
María Marte, Premio Nacional de Gastronomía al Mejor Jefe de Cocina

RECETA EXPRESS Patrocinado por:

Marc Gascons 13/5/2015

Guisantes de Sant Feliu con bacalao y trufa negra

GUISANTES/ TRIPA DE BACALAO/ TRUFA NEGRA MELANOSPORUM Elaboración pensada para cuatro personas: 400 g guisantes tiernos de Sant Feliu 6,5 kg cebolla tierna (2 ud.) 4 kg menta 40 gr majorana 70 gr aceite oliva virgen 40 gr zumo de guisantes 20 gr zumo de trufa 80 gr caldo de [...]

(Más...)

ACTUALIDAD OPINIÓN

Pilar Salas 29/5/2015

Corea-España, fusión a cuatro manos

Oscar Velasco y Yim Jung Sik offician una cena en Santceloni (Madrid) por encargo del Centro Cultural Coreano en España

Poco tienen en común las cocinas española y coreana (de la tortilla de patatas a los bibimbab), pero sus sabores se pueden armonizar en una cena inédita si el menú corre a cargo de uno de los chefs más elegantes de España, **Oscar Velasco (Santceloni)**, y quien está considerado padre de la nueva cocina coreana, **Jim Jung Sik**, ambos con dos estrellas Michelin, coordinados por la también cocinera **Maitte Partido**. Los reunió en los fogones el **Centro Cultural Coreano en España** ante “el creciente interés en Corea por la cocina española, que está contribuyendo al éxito de sus restaurantes, y en España por la cocina coreana”, en palabras de su directora, **Suhhee Chae**. El principal reto era casar los ingredientes y los sabores de ambos países para lograr un menú armonioso, que se cifró en 190 euros, pero tras muchas horas de preparación y de intercambio de mails hasta el encuentro definitivo, lo consiguieron.

No es la primera vez que **Jung Sik** cocina en España. De hecho, aquí tuvo parte fundamental de su formación en **Zuberoa** y **Akelarre**, y participó en la edición 2012 de **Madrid Fusión**, dedicada a su país. Tampoco era la primera vez que pisaba **Santceloni**: en su etapa de “stagier” y con poco dinero en el bolsillo, quiso comer en el restaurante, pero se le denegó la entrada por calzar deportivos; tal era su interés que fue a comprarse unos zapatos pese a su precaria economía, recuerda hoy riendo. “Era pobre y tenía una pinta cutre. Pero tengo un recuerdo grande, fue mi primera experiencia en la gran cultura gastronómica española y por eso me emociona mucho esta cena”, dice. Años después ha regresado con chaquetilla y zuecos.

Este treintaero ha conseguido erigirse como uno de los cocineros coreanos más reconocidos a nivel internacional después de debutar en el Ejército surcoreano, donde el oficial al mando de su cuartel lo sacó de las cocinas generales para convertirlo en su chef personal. Todo un “hunter” culinario. En el prestigioso **Culinary Institute of America** aprendió sobre cocina occidental, gracias a lo que definió su propio estilo de cocina: aplicar técnicas contemporáneas occidentales, como las cociones al vacío, a ingredientes coreanos. Es lo que hace en **Jung Sik**

Artículos relacionados:

- David Robledo, premio Mejor Sumiller 2014 por la Real Academia de Gastronomía Redacción | 29/5/2015
- La alta gastronomía madrileña se muestra en Nueva York Redacción | 13/10/2014
- Santceloni, favorito a lograr la tercera estrella Michelin Redacción | 20/11/2012

Compartir: [Twitter] [Facebook]

No hay etiquetas para esta entrada.

Publicado el Viernes, 20 mayo 2015 a las 17:30 bajo la categoría Actualidad, Opinión. Puedes seguir todos los comentarios a través de RSS 2.0 feed. Deja un comentario, o trackback desde tu sitio.

Deja tu comentario

Nombre (requerido) _____

Mail (no será mostrado) (requerido) _____

Website _____

Enviar Comentario

LA DESPENSA Patrocinado por:

Redacción 4/5/2015 La Despensa

Anchoas M. Sureda

Verdaderamente “Premium” La “m” es por Magdalena, hija del fundador de la marca (marca) Anchoas de Escalca. Y también lo es por la letra final de “Premium”, puesto que estas filetes son, para entendernos, la selección obsesiva de los mejores lotes llegados a la elaboración. En aceite oliva.

(Más...)

No hay comentarios »

Redacción 29/5/2015 La Despensa

Chocolates Sweet Theatre de Sally Wood

La mujer del guantito de los Rolling Stones presentó su línea de chocolates en Barcelona. Sally Wood, mujer del Rolling Stone Ronnie Wood, presentó hace unas semanas sus chocolates Sweet Theatre en Jaime Barriestán Concept Store de Barcelona, un espacio donde se puede ir y encontrarnos en exclusiva a partir [...]

(Más...)

No hay comentarios »

Redacción 11/5/2015 La Despensa

Mediterránea Chips Experience

Papas Fries de edición limitada con cuatro aromas sabores: sal de [...]

ENMOCO Patrocinado por:

Redacción | 18/5/2015
Los Hermanos Roca presentan oficialmente La Masía

Redacción | 31/5/2015
José Polo (Atrio), Premio Nacional de Gastronomía al mejor Director de Sala 2014

Redacción | 29/5/2015
David Robledo, premio Mejor Sumiller 2014 por la Real Academia de Gastronomía

Redacción | 28/5/2015
The Walt Disney Company y Ferran Adrià unen sus fuerzas en pro de la cocina saludable en el ámbito doméstico

RECETA EXPRESS Patrocinado por:

Marc Gascons 13/5/2015

Guisantes de Sant Feliu con bacalao y trufa negra

GUISANTES/ TRIPA DE BACALAO/ TRUFA NEGRA MELANOSPORUM Elaboración pensada para cuatro personas: 400 g guisantes tiernos de Sant Feliu 6,5 kg cebolla tierna (2 ud.) 4 kg menta 40 gr majorana 70 gr aceite oliva virgen 40 gr zumo de guisantes 20 gr zumo de trufa 80 gr caldo de [...]

(Más...)

Gastroactitud HAZTE SOCIO | ACCESO SOCIOS
FOODIES CLUB
 Pasión por la comida

THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS
 sponsored by **S.Pellegrino**

Nerua entra en la lista 50 Best 2015.

NOS UNE UNA PASIÓN, LA COMIDA.

CHEFS

En esta sección encontrarás los perfiles profesionales de los mejores cocineros del mundo, vinculados a la actualidad que ellos mismos generan.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



ADRIÀ, FERRÁN

Icono mundial de la cocina de vanguardia, aún después de haber cerrado elBulli, su restaurante. Lúcido, vibrante e intuitivo camina siempre un paso por delante. Ahora su gran reto es poner en marcha la BullFoundation y echar a andar Bullpedia la gran...



ADRIÀ, ALBERT

No es el pastelero de elBulli, ni sólo es el hermano de Ferran Adrià. Albert es mucho más. Es uno de los mejores cocineros del mundo, que ha trabajado...

TRAINING EN **CRÍTICA GASTRONÓMICA**
 ÚLTIMAS PLAZAS
 DESCUENTOS ESPECIALES
 HASTA FIN DE MES !!

ACCESO AULA VIRTUAL

PUNTO DE ENCUENTRO

BUSCAR

SUSCRÍBETE

AGENDA

| | | | | | | |
|-----------|----|----|----|----|----|----|
| MAYO 2015 | | | | | | |
| L | M | X | J | V | S | D |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

- HOME
- RESTAURANTES
- CHEFS
- RECETAS
- EL BAR
- PISTAS
- EXPERIENCIAS
- ESCUELA
- EMPLEO

Training en crítica gastronómica
 07/06/2014

» Leer más FORMACIÓN

Sopa de bacalao, cebolla de Figueras, berenjena y pimiento rojo
 31/05/2015

Dos estrellas Michelin avalan el trabajo de Óscar Velasco en el madrileño Santceloni y un recetario que se define, como esta sopa, por la perfecta arquitectura de sus platos

» Leer más RECETAS

Carme Rusalleda y Angel León cocinan al alimón en el Mandarin Oriental
 30/05/2015

La chef catalana inaugura el próximo día 3 las cenas "a cuatro manos" en el hotel barcelonés. El mar como telón de fondo será el leitmotiv de un...

» Leer más PISTA

TRAINING EN **CRÍTICA GASTRONÓMICA**
 ÚLTIMAS PLAZAS
 DESCUENTOS ESPECIALES
 HASTA FIN DE MES !!

ACCESO AULA VIRTUAL

PUNTO DE ENCUENTRO

BUSCAR

SUSCRÍBETE

AGENDA

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|----|
| MAYO 2015 | | | | | | |
| L | M | X | J | V | S | D |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

Ferran Adrià pone a

Grant Achatz abrirá pop up en Madrid en 2016

Llegan las primeras cerezas del Jerte
 28/05/2015

Dulces y refrescantes, en el

GUÍA DE RESTAURANTES

RESTAURANTE BISTRÒ TABERNA SALÓN DE TÉ Y CAFÉ BARES DE TAPAS

ENCUENTRA EL RESTAURANTE QUE BUSCAS

Texto Tipo de cocina

Ciudad Precio medio

BUSQUEDA AVANZADA

TATEL NUEVO RESTAURANTE
 Madrid, MADRID **Nino Redruello**

Es la novedad de Madrid en esta primavera 2015. Gente guapa, mucho ambiente, gran música y ¡sorpresal! Buena comida firmada por Nino Redruello

ELS TINARS
 Llagostera, GERONA **Marc Gascons**

CRÍTICA GASTRONÓMICA

ACCESO AULA VIRTUAL

PUNTO DE ENCUENTRO

BUSCAR

SUSCRÍBETE

AGENDA

| | | | | | | |
|-----------|----|----|----|----|----|----|
| MAYO 2015 | | | | | | |
| L | M | X | J | V | S | D |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

RECETAS

Ponemos a tu alcance un recetario on-line compuesto por especialidades de cocineros de renombre mundial junto a otro creado por los socios de Foodies Club. Diferentes conceptos y distintos grados de complejidad, para que todos encontremos la receta que necesitamos según el momento.

BUSQUEDA POR INGREDIENTE CLAVE:

Sopas Verduras Pasta Arroz Huevos Pescado

Aves Carne Postres Zumos Celiacos Vegetariana

SOPA DE BACALAO, CEBOLLA DE FIGUERAS, BERENJENA Y PIMIENTO ROJO
 NUEVA RECETA

» Sopas » Media » 60 minutos » 4 platos

TRAINING EN **CRÍTICA GASTRONÓMICA**
 ÚLTIMAS PLAZAS
 DESCUENTOS ESPECIALES
 HASTA FIN DE MES !!

ACCESO AULA VIRTUAL

PUNTO DE ENCUENTRO

BUSCAR

SUSCRÍBETE

AGENDA

| | | | | | | |
|-----------|----|----|----|----|----|----|
| MAYO 2015 | | | | | | |
| L | M | X | J | V | S | D |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

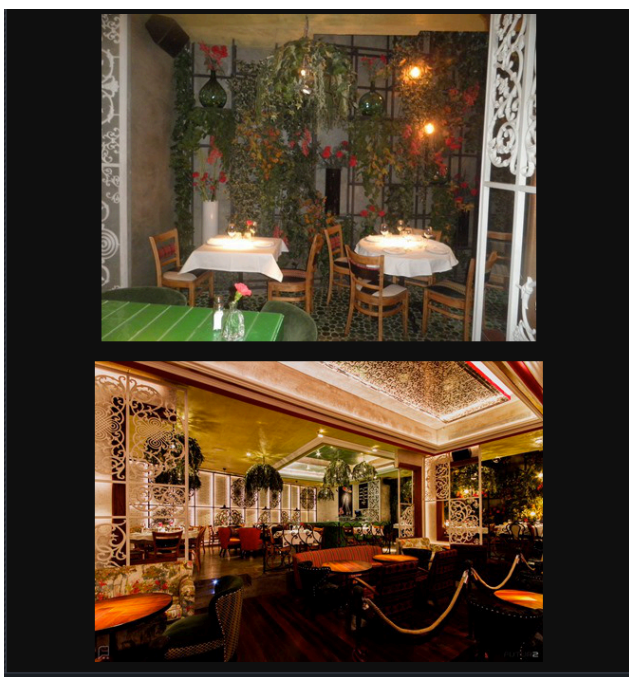
Publicado por *Philippe Regal* el 01/04/2015

ALKIMIA abril 2015 .(Barcelona)

Publicado en: BARCELONA, CATALUÑA, ESPAÑA. 9 comentarios

Por pocos cocineros siento tanto respeto como por **Jordi Vilà**. He escrito varios post y fichas para alguna guía sobre su cocina y no entra en mis intenciones repetirme hoy aquí. Los motivos por los cuales me gusta su cocina son claros. No cocina para la galería sino para satisfacer al gourmet (si es que esta palabra tiene un significado). Ni al snob ni al simple glotón. Su cocina plasma en sus platos un equilibrio perfecto entre lo **goloso y lo interesante** . **No busca sorprender por sorprender, pero nunca es banal**. Para este tipo de cocina , hace tiempo que he renunciado a las etiquetas. Jordi lleva más de quince años (he perdido la cuenta) cocinando y está ahora en su mejor momento. Fuera del fatuo mundillo tuitero, bloguero y mediático, su cocina está ahí esperando que de vez en cuando un "Juan Echanove" (por dar un nombre reciente) se acerque y se sorprenda. También hoy, de casualidad veo que **Alkimia** se ha colado en el número 3 de una lista anglosajona de *fine dining* .Lista un poco estrambótica y poco actualizada pero ahí está...o en los primeros puestos de la lista Los 100 mejores de la Gastronomía , en la sección **Nueva Alta Cocina**.


Tal vez habrá que esperar que Jordi se mude al primer piso de la antigua Fábrica Moritz para adquirir más visibilidad, pero yo , de vosotros, iría dar una vuelta al menos una última vez por el nº 79 de la calle Industria. Y a los que aun no han ido, éste tal vez sería el momento. Algunos platos como la "sopa de cebolla" me llegaron al alma. **La emoción llega cuando plato tras plato la excelencia "llama a la puerta" de tu paladar, disfrazada de sencillez.**



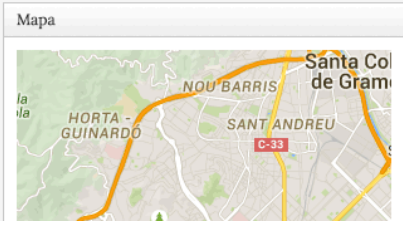
Sopa de "ajo verde" con albahaca (sugiero también una hierba que no se encuentra mucho aquí : el ajo del oso), **bonito marinado y gelatina de vinagre**. Untuosa y fresca.



El autor



Pau Arenós escribe sobre cultura gastronómica desde mediados de los años 90 del siglo pasado. La biografía periodística no se reduce a las esquinas de una mesa. Ha publicado cientos de crónicas, columnas, entrevistas y reportajes en los que nadie come. El libro La cocina de los valientes también da nombre a su blog. Ha publicado un recetario gamberro y rompedor, Hecho en casa. El último libro gatro es Los Once.



ÚLTIMOS ARTÍCULOS



La Laia
Posted on 30 abril, 2015 | No hay comentarios
De guardar el azucarero, La Laia podría entrar en el circuito de restaurantes audaces, ese bien escaso en la ciudad asustadiza.
[Continuar leyendo...](#)

Poncelet Cheese Bar
Posted on 23 abril, 2015 | No hay comentarios
Entre una vulgar tabla de queso y Poncelet existe la misma distancia que entre un coche a pedales y un Ferrari. Poncelet es el queso.
[Continuar leyendo...](#)

Manairó
Posted on 16 abril, 2015 | No hay comentarios
El Manairó del chef Jordi Herrera vive su mejor momento. El cliente es recibido en la oscuridad y acompañado a la mesa con una lámpara.
[Continuar leyendo...](#)

Lando
Posted on 9 abril, 2015 | No hay comentarios
Lando es un personaje de 'La guerra de las galaxias', el galán de una revista erótica italiana y el nombre de un restaurante.
[Continuar leyendo...](#)

Bar Bas

Mapa
LA COCINA DE LOS VALIENTES
La cocina de los valientes

Sitios recomendados

Login
Username
Password
 Remember Me
[Login](#)

La dispensa **Huerto Urbano** **De Temporada**
gastronomía y vinos

Erótico y galáctico

Los socios de Lando tenían claro el modelo de negocio: trabajar en una productora de publicidad, Mamma Team, obliga a planificar con precisión.

Un menú de mediodía (18 euros) y otro de noche (35 euros), sin carta; pocos platos para garantizar frescura y temporalidad y la asesoría y magisterio de Bernard Benbassat, profesor y chef especializado en macrobiótica.

No es Lando un restaurante macrobiótico, se adelanta Albert Soler, uno de los dueños junto con Toni Schulz, Vanesa Virumbrales y Óscar Gómez. De los cuatro, Óscar es el que está en la sala de Lando.

"Hay platos macrobióticos, por supuesto, otros, no; pero siempre ofrecemos una cocina rigurosa, respetuosa, evitando productos que hayan sido refinados. Queremos que la comida sienta bien, que la digestión sea buena".

En un espacio industrial, una cocina desindustrializada. Lando fue un taller mecánico, vecino de una fábrica de anchoas, que acaba de dejar la ciudad. Ignoraba que aún se preparaban salazones en un lugar céntrico.

Una barra para el tapeo y un comedor amplio con madera, azulejos y suelos pulidos. Cocina Daniel Viejo, que pasó tres años con Josean Aluja en Nerea (Guggenheim). Una de las cosas que más celebre de esta comida aún no contada serán los fondos, a lo que el chef responderá: "Otra cosa no, ¡pero caldos! Aprendí bien con Josean".

He decidido tomar un poco de todo: plato de barra, de mediodía y de noche. Ni la macrobiótica podrá salvarme. Recuerdo una comida con Bernard y el maestro francés Michel Remondino en el taller de la cocina de la casa de Tullio Pericoli.

Sitios de interés
LA COCINA DE LOS VALIENTES
La cocina de los valientes

Sitios recomendados

1830 2011 **7 años** **175 años**

Login
Username
Password
 Remember Me
[Login](#)

La dispensa **Huerto Urbano** **De Temporada**

Time Out (www.timeout.es/barcelona/restaurantes)

Restaurantes









Desde la cocina más tradicional hasta las recetas más exóticas. Los mejores restaurantes de Barcelona seleccionados por nuestros críticos



RESTAURANTES

Brunch madrugador





TimeOut Barcelona CATALÀ ESPAÑOL ENGLISH

SÍGUENOS        CAMBIAR CIUDAD  REGÍSTRATE

QUÉ HACER CON NIÑOS RESTAURANTES BARES TEATRO Y DANZA ARTE Y MUSEOS CONCIERTOS TIENDAS TIME OUT SHOP MÁS

italiano de importación de primerí... nocturno del Born redefine lo kitsch

Restaurantes recomendados

| | | | |
|--|---|---|---|
|  <p>Bohèmic Es bueno encontrar un lugar donde la cocina aporte algo más que el placer y evoque recuerdos y sabores... TIME OUT DICE ★★★★★</p> |  <p>Mano Rota En este restaurante con barra baja estilo japonés y espacio para cócteles, un venezolano y un catalán fusionan...</p> |  <p>Casa Xica La casa es pequeña pero el corazón es grande, como dice el refrán castellano, y el corazón de Marc y Raquel debe...</p> |  <p>Raso Terra Este fenomenal restaurante vegetariano, propiedad de los presidentes de Slow Food Barcelona...</p> |
|--|---|---|---|

Últimas críticas

Los mejores restaurantes de Barcelona...

| | | | |
|--------------|-------------|-----------|----------------------|
| CATALANES | ITALIANOS | JAPONESES | INDIOS Y PAKISTANÍES |
| GALLEGOS | TAILANDESES | PIZZERÍAS | CHINOS |
| VEGETARIANOS | PERUANOS | ASIÁTICOS | ROMÁNTICOS |

Annex 3 Anàlisi crítiques gastronòmiques

Gastroaefitud



RESTAURANTE GRESCA

CRÍTICA GASTRONÓMICA
ÚLTIMAS PLAZAS RESERVADAS ESPECIALMENTE PARA TUS MESES!!

ACCESO AULA VIRTUAL
PUNTO DE ENCUENTRO

BUSCAR
Buscar

SUSCRÍBETE
correo electrónico

AGENDA

Ignacio Publicado 06/11/2014

6/10

Gresca nace de la mano de Rafael Peña y de su mujer Mireia Navarro allá por el año 2006. Un cocinero curtido por algunos de los mejores chefs españoles nos demuestra que se puede hacer una **gran cocina** en un sitio sin extravagancias arquitectónicas prescindiendo de los lujos del circo culinario a un precio razonable.

Un suelo de chapa, unas paredes lisas con tonos neutros, un poco de ladrillo picado, unas luces perfectamente focalizadas y un solo cuadro como emblema es todo lo que necesita, en materia de decoración, para hacerte sentir como en tu casa. En cuanto a la capacidad, apenas hay sitio para unos veintipocos comensales, aportando ese plus de tranquilidad que no siempre se encuentra y desde ya se agradece. Y por si fuera poco todo esto viene acompañado de una técnica perfectamente aplicada en cocina - con una simpleza que descoloca- una carta de vinos muy bien seleccionada y con precios razonables, con lo cual no tienes más nada que pensar y reservar mesa ya!

Sin más preámbulos paso a detallarles la **experiencia**:

De aperitivo unos triángulos de masa brisée de queso y pimentón nos da la bienvenida. Luego el pan -de excelente calidad- hace su presentación para no irse, ya que por suerte se repite en cada desaparición fortuita por mi parte.

Sobre un hermoso plato de piedra redondo y rugoso, un pequeño taco de salmón teriyaki con yogur y almendras hace de aperitivo. Un bocado simple y preciso.

Luego llegó el turno de las Sardines amb cansalada (sardinas con tocino), un plato templado que a simple vista no dice mucho, pero que a mi entender en él Rafael enseña sus galones de tecnócrata culinario con una simpleza difícil de lograr.

Al cabo de unos minutos un soufflé de huevo con una cocción a 70°C hace nuevamente un guiño a mi paladar. Acompañado por unas cintas de patatas a crema combinaban algo tan sencillo como sabroso. Cabe destacar que las cintas se encontraban un punto de cocción por debajo, dejando una textura en boca no del todo correcta, pero que sin embargo no estropeó el disfrute.

Luego llegó el turno del arroz con bacalao. Un plato muy perfumado... muy a bacalao; prescindible, de bajo contenido contextual, creo yo.

Pero lo mejor estaba por llegar Pichón con jengibre. Una obra maestra. No existen palabras para describirlo. Solo puedo decirles que fue **SUBLIME**. Nuevamente nos demuestra un dominio absoluto de su habilidad y un cuidado sin condicionamientos para con las materias primas. Solo podía sentir en el paladar como la complejidad se convertía en sencillez. Digno de aplausos.

Como corolario, de postre, un soufflé de chocolate con helado sin mucho para destacar. Un punto del menú a replantear. Aunque estuviera solo bien, las expectativas vividas en los platos anteriores superaban por goleada al postre. No hay que olvidar que un postre es la **culminación del menú**, la última pincelada del cuadro, los últimos minutos o segundos de placer dependiendo de lo goloso que sea uno. Un punto mejorable, eso sí, sin quitarle ningún mérito a todo lo realizado con una solvencia por demás cuidada, agradable, cálida y con una abundancia y elegancia hacia lo sencillo que no todos saben ni pueden lograr.

Ignacio Bettinsoli - @ibettinsoli

Aprende a realizar una crítica gastronómica

Me gusta esta entrada ❤️ 13



¡Qué mejor regalo que una experiencia gastronómica! ¿Y un curso?... ¿y ser miembro del Foodies Club?... Regala Gastroaefitud

DE TAPAS POR gálicia

toque especial

SILESTONE by COSENTINO

LAVINIA Líder de ventas en vinos y destilados

TÚ & makro



Publicado por Philippe Rego el 11/04/2015

La FONDA GAIG . (Barcelona)

Publicado en: BARCELONA, CATALUÑA, ESPAÑA. 19 comentarios

El encanto de comer a la carta

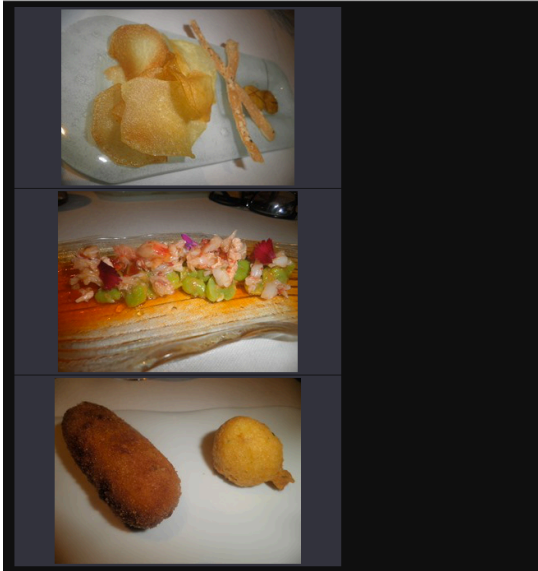


Fina Navarro y Carles Gaig

Es buena señal cuando sales de un restaurante y te haces la pregunta : "¿Por qué no voy más a este sitio" y una reflexión " A ver si vuelvo pronto". Ese viernes era un poco tarde cuando me acerqué, sin premeditación alguna, a **La Fonda Gaig** . Al menos era tarde para hacer uno de los dos menús degustación de la casa, el de cocina tradicional (63 €) o "El gran Àpat" (95€). Era una noche ideal para comer un primero y un segundo, los dos platos que más me apetecieran de la carta. La "carta", ese invento de los primeros restaurantes del siglo XVIII, gracias a la que el cliente elegía en toda libertad lo que quería comer.

No pretendemos cada día tener una "experiencia gastronómica". Hay momentos en los que nos apetece simplemente comer , y comer bien, en una hora y medio máximo, sin preguntarnos lo que lleva el plato ni las intenciones creativas del cocinero. **Reconocer** platos más que **descubrir** nuevos horizontes. Buscamos a veces esos momentos de confort que consisten en repetir quince veces la misma cucharada. La misma deliciosa cucharada: efectivamente cuando se come a la carta no puede haber fallos, ni los altibajos de un largo menú degustación. ¡ El cocinero (y el cliente) se la juega(n) en dos platos!.

Cuando todo sale bien, comer (o cenar , como en este caso) se puede convertir también en una pequeña experiencia gastronómica. Con sólo guisantes y pies de cerdo. Uno imagina en ese momento que la Fonda Gaig es una bulliciosa e informal **brasserie**, sólo con banquetas corridas y el ajetrejado trájín de los camareros, y no el sosegado restaurante gastronómico con su servicio elegante.



Pero no se trata nunca simplemente de dos platos. Se puede pedir al menos un **buñuelo de bacalao** (de los mejores de la ciudad) y una **croqueta de cocido**, de las cárnicas pero con una sabrosa untuosidad. Degusto estos dos bocados después de una pequeña **ensalada de bogavante y habitas** (cortesía de la casa).



Los **guisantes** están algo más hecho que los se van encontrando últimamente en los restaurantes. Es el momento regresivo de los guisantes de mi madre, con un sofrito blanco de cebolla bien pochada, la rodaja de **butifarra negra** que se fa deshaciendo poco a poco y tal vez una gota de un buen caldo : "pèsols ofegats" /guisantes estofados. Nada más y nada menos. Una gozada.



FONDA GAIG

c/ Córcega nº 200

93 429 10 17

web

Cerrado domingo y lunes

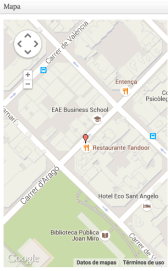
Los Restaurantes de Pau Arenós (www.rdp.elperiodico.com/restaurante/tandoor)

Tandoor
 POR PAU ARENÓS - POSTEADO ON 21 ENERO, 2015
 ★★★★★ Valora este restaurante (4 votos)



Ivan Surinder, con su madre Poonam Chitra, en la terraza del restaurante Tandoor. Foto: Danny Central

gastrocnómica desde mediados de los años 90 del siglo pasado. La biografía periodística no se reduce a las esquinas de una mesa. Ha publicado cientos de crónicas, columnas, entrevistas y reportajes en los que nadie come. El libro La cocina de los valientes también da nombre a su blog. Ha publicado un recetario gamberro y ruspetero, hecho en casa. El último libro gastero es Los Once.



Mapa

Atención: al apartado de platos vegetarianos.
Recomendable para: los que quieran un viaje fino al subcontinente.
Que huyan: los que asocian lo indio a espacios folclóricos.

- Aragón, 8. Barcelona.
- T: 93 425 32 08.
- Menú mediodía: 12 €.
- Precio medio (sin vino): 25 €.

Ivan toma el mando

La señora Poonam Chitra sonrío con la boca pequeña ante el entusiasmo de su hijo Ivan (Barcelona, 1991), que va de la cocina a la sala cargado con viandas y pedagogía.

Está orgullosa, y está preocupada, alternando sentimientos como cualquier madre responsable. A finales de agosto, Ivan Surinder puso a calentar el restaurante Tandoor para que la memoria del padre, Surinder Oberoi, siguiese encendida.

No estaba en los planes del joven barcelonés, tan lejos de Delhi y los ancestros y los ritos y las costumbres, hacerse cocinero, pero la muerte del progenitor le obligó a un cursillo acelerado de dolor y hostelería.

En el 2005, en el congreso Cuinasia, el padre conoció a Albert Adrià, así que Ivan buscó el auxilio del Rey del Paral·lel. Durante nueve meses se aplicó en Tickets, donde no aprendió nada de cocina india, si bien se doctoró en astucia gastronómica.

Más optimista que Ganesha, el dios elefante, cerró el Tandoor familiar para abrir la versión moderna, esa en la que la señora Poonam sonrío con temor y alegría. Coctelería (de fin de semana) en la puerta, mural colorista como recibimiento, gráfica potente. Otra generación al mando.

Estoy comiendo, con estupor y regocijo, porque este bisoño tiene arrojo, tiene chispa. ¿Qué espero de un chaval de 23 años con cuatro meses de experiencia? Poco, y yerro.

Me entusiasmo con la croqueta de verduras y mayonesa de menta –apunten, croqueteros–, el pastel de patata relleno de legumbres y la tortita con semillas de tomate y hereniena ahumada.

Mi satisfacción crece con el queso fresco (“hecho en casa con leche de vaca que llega de Montserrat”) con espinacas y me siento el marajá de Kapurthala con el contramuslo de pollo marinado con yogur y cilantro.

Son platos del padre, a los que Ivan le da actualidad, es decir, ligereza. “Para este plato se usa pechuga, pero queda seco. Prefiero contramuslo. Y añado anacardos. He reducido especias y grasas”. Quiere menos picante –tampoco pasa nada si hay fognazo– y menos *ghee*, la omnipresente mantequilla.

He comenzado con una cerveza Cobra y he seguido, por indicación de la madre, con el tinto Sula, un syrah indio con tapón de rosca.

Al rollo de carne de cordero con aguacate le falta esponjosidad, no así al pollo *tikka masala*, hecho en el horno tandoor, que luego fisgaré en la cocina, una boca del infierno donde clavan ese pecado en rojo.

También el cordero con curry ha pasado por la ardiente vasija calentada. El postre resume Tandoor, lo viejo y lo nuevo: samosa de chocolate con cardamomo.

Ivan ríe mucho, escucha mucho, quiere aprender, piensa en otro *stage*, tal vez con su admirado Jordi Cruz.

Está por escribir la historia de los pioneros de la comida extranjera en Barcelona, la del señor Kao y la del señor Yamashita.

El señor Surinder Oberoi fue el primer cocinero indio con aquel lejano Taj Mahal de 1986. Veintinueve años después, Ivan podría convertir Tandoor en el mejor indio de Barcelona.

Sitios de interés



La cocina de los valientes

Sitios recomendados

Login

Username

Password

Remember Me

Login →

Toda la actualidad sobre **gastronomía y vinos**

Temas

#arrozparauno
 #kocinaurbana 41º abuela
 Albert Adrià Arroz bar **Barcelona**

carnívoro casa de comidas
 cocina de anticuario Croquelona croqueta
 El Bulli Embat Ericandó Guau
 hermanos Iglesias Jordi Vilà Km 0
MMB Nandu Jubany
 Nueva Cocina de Barrio Paco Guzmán Paella
 Pakta

restaurantes de Pau Arenós

retrococina taberna tapa tapeo tartar
 tecnoemocional Tokio tortilla
 vermut vino natural **Vinos de etiqueta**

Time Out (http://www.timeout.es/barcelona/es/restaurantes/la-cucanya#tab_panel_2)

Time Out Barcelona
CATALÀ ESPAÑOL ENGLISH

SÍGUENOS [Facebook] [Twitter] [Instagram] [LinkedIn]

QUÉ HACER CON NIÑOS RESTAURANTES BARES TEATRO Y DANZA ARTE Y MUSEOS CONCIERTOS TIENDAS TIME OUT SHOP MÁS **BUSCA**

La Cucanya

RESTAURANTES CATALANA

[Compartir] [Twitter] [0 COMPARTIDOS] [AGREGAR RESEÑA] [ME ENCANTA]

CERCA DE LA CUCANYA
Marejol

TIME OUT DICE **DETALLES** **LOS USUARIOS DICEN (0)**

Nombre del lugar La Cucanya
Dirección Raco de Santa Lúcia, s/n Vilanova i la Geltrú (Garraf) 08800
Horas de apertura Abierto todos los días.
Precio Menús a partir de 36 €. Carta: 30 € - 50 €

Map data ©2015 Google, basado en BDN IGN España

Time Out Barcelona
CATALÀ ESPAÑOL ENGLISH

SÍGUENOS [Facebook] [Twitter] [Instagram] [LinkedIn]

QUÉ HACER CON NIÑOS RESTAURANTES BARES TEATRO Y DANZA ARTE Y MUSEOS CONCIERTOS TIENDAS

TIME OUT DICE **DETALLES** **LOS USUARIOS DICEN (0)**

Deberéis desplazaros a las afueras de Vilanova y la Geltrú para encontrar este restaurante, pero seguro que no os importará cuando os sirvan un suquet de gambas de Vilanova. Además está situado en primera línea de mar. Y si las gambas no os gustan, no sufráis, que la carta es muy amplia y hasta tienen pasta y pizzas, para no olvidarse de sus inicios, cuando era un restaurante italiano.

POR XAVIER AMAT
PUBLICADO MARTES 14 ABRIL 2015

Annex 4 Entrevistes

| ENTREVISTAT 1. La cuisine del sur https://lacuisinedelsur.wordpress.com/ | |
|--|---|
| PREGUNTES | RESPOSTES |
| 1) ¿Qué tratamiento informativo crees que se está dando en los medios de comunicación actualmente a la gastronomía? | Creemos que actualmente hay mucha más difusión de la gastronomía porque España ha ocupado su lugar en el mapa gracias a grandes cocineros e innovaciones en el sector. Aunque quizá se habla más de nombres de profesionales y restaurantes que de las tendencias reales de la calle a la hora de sentarse a la mesa. No obstante el creciente interés de nuestra sociedad ha hecho que tengamos gastronomía hasta en la sopa, nunca mejor dicho. |
| 2) ¿Cómo definirías el perfil y el papel que tiene el consumidor hoy en día? Incluso el papel del consumidor cuando se convierte en crítico y aborda la crítica gastronómica a través de blogs, opiniones en foros etc. | El papel del consumidor a día de hoy es fundamental. El 2.0 ha hecho que todo sea más interactivo y que cualquier pueda acceder y ofrecer información de primera mano sobre cualquier tipo de producto, servicio, local, etc. Y de hecho, este tipo de información se ha convertido en más relevante que cualquiera que pueda ofrecer las propias empresas por ejemplo. En cuanto al perfil es muy dispar, porque podemos encontrarnos desde chavales de 15 años que tienen canales en Youtube con millones de seguidores hasta amas de casa que hacen recetas en un blog. |
| 3) ¿Qué diferencias crees que hay entre los blogs de gastronomía de aficionados / gourmets con los de crítica gastronómica periodística? ¿Crees que su convivencia es positiva entre ambos? ¿Comparten las mismas funciones? ¿Cómo coexisten? | Nosotros obviamente somos más partidarios de la crítica amateur que si bien hay veces que puede no tener conocimientos muy técnicos sobre el sector que escribe, quizá es la crítica más auténtica que nos podemos encontrar, aunque cada cosa tiene su público. Y en definitiva lo que importa es llegar al gran público que lo que quiere es una opinión generalizada de las cosas. Para entrar en materia, siempre hay blogs y publicaciones especializadas que abordan la gastronomía desde un punto de vista más técnico. Pero nosotros lo que nos interesa es la calle y lo que piensa la gente, aunque no siempre por ello haya buenas críticas desde el punto de vista formal. |
| 4) ¿Hay alguna diferencia entre la crítica gastronómica que se está haciendo a través de revistas digitales como 7 caníbales y la crítica más tradicional que podemos leer en periódicos, revistas tradicionales, radio etc? En resumen ¿hay una crítica hecha sobre modelos 2.0. vs una crítica de corte más tradicional? | Todo lo que sean publicaciones digitales o convencionales que tengan patrocinadores, anunciantes, etc siempre van a tener un punto de vista algo más sesgado en nuestra opinión. No es lo mismo la opinión de un periodista de una revista en la que un anunciante de material de cocina se gasta X euros al mes por poner una inserción que el de un tipo que lo que le gusta es salir a comer y hace una reseña de un restaurante X. Siempre hay intereses ocultos, mayores o menores. Creemos que la diferencia en los modelos es esa, que quizá el 2.0 se centra más en lo que al consumidor genérico le pueda interesar y la de corte más tradicional puede que lo aborde más desde el punto de vista social o alguno algo más técnico. |
| 5) ¿Cuáles son las barreras que existen entre el mundo de la crítica gastronómica y la crítica del vino? o dicho de otra forma: de cara al consumidor y la | No creemos que la crítica gastronómica y la enológica estén separadas, de hecho forman parte de un todo. Lo que sí es cierto es que el concepto de maridaje aunque no es nuevo, se está poniendo de moda de un tiempo para acá, con numerosos talleres, catas, rutas gastronómicas, visitas a |

| | |
|---|---|
| <p>crítica gastronómica ¿Crees que el mundo del vino juega con desventaja en relación con el de la gastronomía?, porque resulta mucho más técnico y difícil de abordar para un profano.</p> | <p>viñedos, etc. Creo que es un mundo muy interesante y enriquecedor que merece la pena conocer y que a día de hoy, gracias a todos estos factores está más al alcance de la mano. Por lo que no hace falta ser un sumiller para poder disfrutar de un buen vino acompañado de una exquisita tapa por ejemplo.</p> |
| <p>6) Hablando de tu trabajo ¿En qué te basas a la hora de puntuar un restaurante? ¿Qué criterios sigues?</p> | <p>Nosotros, fundamentalmente hacemos una evaluación general de todo primando siempre lógicamente la comida. Porque siendo de Sevilla como somos, la apariencia es algo muy importante en nuestra ciudad, pero como se suele decir el hábito no siempre hace al monje. Hay sitios que son preciosos, pero el servicio es nefasto o a lo mejor la comida es una porquería. Pero en realidad todo forma parte de foto. Una buena comida te la puede arruinar un mal servicio o un local incómodo, que haya mucho ruido, olores, etc.</p> <p>La aparición de los gastrobares en nuestra ciudad lo ha cambiado todo y hay gente que está haciendo muy buen trabajo porque hay grandes equipos detrás y una vocación real. Sin embargo, hay gente que fruto del gran porcentaje de desempleados de nuestro país, como solución a ello monta un bar y se cree que poniendo de comer cualquier cosa y 4 muebles de Ikea, ya tiene el negocio hecho y no es así. La gastronomía es religión en nuestra ciudad y si a eso le sumamos la gran cultura que tienen el consumidor en nuestra época, montar un chiringuito de cualquier manera no vale.</p> |
| <p>7) ¿Qué es lo que más te gusta de ser crítico gastronómico? ¿Hay algo que no te guste?</p> | <p>No nos consideramos críticos gastronómicos porque para ello, entendemos que tendríamos que tener muchos más conocimientos técnicos de los que tenemos del sector y aunque en nuestro equipo hay algún cocinero con proyección internacional, nos gusta más centrarnos en la experiencia de comer y el buen rato que pasamos que en otra cosa. Por ello, lo que hacemos no es más que reflejar eso en nuestras reseñas para que los demás lo puedan leer y si les sirve de ayuda, pues mejor que mejor.</p> <p>En cuanto a lo que no nos gusta, quizá es eso mismo que hay gente que abre un blog y pone tres paridas y se hace llamar "crítico gastronómico" y luego ves que ni el blog tiene contenido, ni criterio. Hay gente que cree que poner muchos locales en su blog es ser un buen crítico y de lo que se trata sobre todo es de dar información útil y de calidad.</p> |

| ENTREVISTAT 2. Joan Losantos | |
|--|---|
| PREGUNTES | RESPOSTES |
| 1) ¿Qué tratamiento informativo crees que se está dando en los medios de comunicación actualmente a la gastronomía? | Creemos que actualmente hay mucha más difusión de la gastronomía porque España ha ocupado su lugar en el mapa gracias a grandes cocineros e innovaciones en el sector. Aunque quizá se habla más de nombres de profesionales y restaurantes que de las tendencias reales de la calle a la hora de sentarse a la mesa. No obstante el creciente interés de nuestra sociedad ha hecho que tengamos gastronomía hasta en la sopa, nunca mejor dicho. |
| 2) ¿Cómo definirías el perfil y el papel que tiene el consumidor hoy en día? Incluso el papel del consumidor cuando se convierte en crítico y aborda la crítica gastronómica a través de blogs, opiniones en foros etc. | El papel del consumidor a día de hoy es fundamental. El 2.0 ha hecho que todo sea más interactivo y que cualquier pueda acceder y ofrecer información de primera mano sobre cualquier tipo de producto, servicio, local, etc. Y de hecho, este tipo de información se ha convertido en más relevante que cualquiera que pueda ofrecer las propias empresas por ejemplo. En cuanto al perfil es muy dispar, porque podemos encontrarnos desde chavales de 15 años que tienen canales en Youtube con millones de seguidores hasta amas de casa que hacen recetas en un blog. |
| 3) ¿Qué diferencias crees que hay entre los blogs de gastronomía de aficionados / gourmets con los de crítica gastronómica periódica? ¿Crees que su convivencia es positiva entre ambos? ¿Comparten las mismas funciones? ¿Cómo coexisten? | Nosotros obviamente somos más partidarios de la crítica amateur que si bien hay veces que puede no tener conocimientos muy técnicos sobre el sector que escribe, quizá es la crítica más auténtica que nos podemos encontrar, aunque cada cosa tiene su público. Y en definitiva lo que importa es llegar al gran público que lo que quiere es una opinión generalizada de las cosas. Para entrar en materia, siempre hay blogs y publicaciones especializadas que abordan la gastronomía desde un punto de vista más técnico. Pero nosotros lo que nos interesa es la calle y lo que piensa la gente, aunque no siempre por ello haya buenas críticas desde el punto de vista formal. |
| 4) ¿Hay alguna diferencia entre la crítica gastronómica que se está haciendo a través de revistas digitales como 7 caníbales y la crítica más tradicional que podemos leer en periódicos, revistas tradicionales, radio etc? En resumen ¿hay una crítica hecha sobre modelos 2.0. vs una crítica de corte más tradicional? | Todo lo que sean publicaciones digitales o convencionales que tengan patrocinadores, anunciantes, etc siempre van a tener un punto de vista algo más sesgado en nuestra opinión. No es lo mismo la opinión de un periodista de una revista en la que un anunciante de material de cocina se gasta X euros al mes por poner una inserción que el de un tipo que lo que le gusta es salir a comer y hace una reseña de un restaurante X. Siempre hay intereses ocultos, mayores o menores. Creemos que la diferencia en los modelos es esa, que quizá el 2.0 se centra más en lo que al consumidor genérico le pueda interesar y la de corte más tradicional puede que lo aborde más desde el punto de vista social o alguno algo más técnico. |
| 5) ¿Cuáles son las barreras que existen entre el mundo de la crítica gastronómica y la crítica del vino? o dicho de otra forma: de cara al consumidor y la crítica gastronómica ¿Crees que el mundo del vino juega con | No creemos que la crítica gastronómica y la enológica estén separadas, de hecho forman parte de un todo. Lo que sí es cierto es que el concepto de maridaje aunque no es nuevo, se está poniendo de moda de un tiempo para acá, con numerosos talleres, catas, rutas gastronómicas, visitas a viñedos, etc. Creo que es un mundo muy interesante y enriquecedor que merece la pena conocer y que a día de hoy, |

| | |
|---|--|
| <p>desventaja en relación con el de la gastronomía?, porque resulta mucho más técnico y difícil de abordar para un profano.</p> | <p>gracias a todos estos factores está más al alcance de la mano. Por lo que no hace falta ser un sumiller para poder disfrutar de un buen vino acompañado de una exquisita tapa por ejemplo.</p> |
| <p>6) Hablando de tu trabajo ¿En qué te basas a la hora de puntuar un restaurante? ¿Qué criterios sigues?</p> | <p>Nosotros, fundamentalmente hacemos una evaluación general de todo primando siempre lógicamente la comida. Porque siendo de Sevilla como somos, la apariencia es algo muy importante en nuestra ciudad, pero como se suele decir el hábito no siempre hace al monje. Hay sitios que son preciosos, pero el servicio es nefasto o a lo mejor la comida es una porquería. Pero en realidad todo forma parte de foto. Una buena comida te la puede arruinar un mal servicio o un local incómodo, que haya mucho ruido, olores, etc.</p> <p>La aparición de los gastrobares en nuestra ciudad lo ha cambiado todo y hay gente que está haciendo muy buen trabajo porque hay grandes equipos detrás y una vocación real. Sin embargo, hay gente que fruto del gran porcentaje de desempleados de nuestro país, como solución a ello monta un bar y se cree que poniendo de comer cualquier cosa y 4 muebles de Ikea, ya tiene el negocio hecho y no es así. Las gastronomía es religión en nuestra ciudad y si a eso le sumamos la gran cultura que tienen el consumidor en nuestra época, montar un chiringuito de cualquier manera no vale.</p> |
| <p>7) ¿Qué es lo que más te gusta de ser crítico gastronómico? ¿Hay algo que no te guste?</p> | <p>No nos consideramos críticos gastronómicos porque para ello, entendemos que tendríamos que tener muchos más conocimientos técnicos de los que tenemos del sector y aunque en nuestro equipo hay algún cocinero con proyección internacional, nos gusta más centrarnos en la experiencia de comer y el buen rato que pasamos que en otra cosa. Por ello, lo que hacemos no es más que reflejar eso en nuestras reseñas para que los demás lo puedan leer y si les sirve de ayuda, pues mejor que mejor.</p> <p>En cuanto a lo que no nos gusta, quizá es eso mismo que hay gente que abre un blog y pone tres paridas y se hace llamar "crítico gastronómico" y luego ves que ni el blog tiene contenido, ni criterio. Hay gente que cree que poner muchos locales en su blog es ser un buen crítico y de lo que se trata sobre todo es de dar información útil y de calidad.</p> |

| ENTREVISTAT 3. Aleix Dotú | |
|---|---|
| PREGUNTES | RESPOSTES |
| 1) En què consisteix la teva feina? | Obertura del restaurant i misonplace de la sala (preparació del servei del restaurant): muntatge i neteja de la sala del restaurant, control i gestió d'stocks i reserves. Servei del restaurant i atenció al client, recollida de la sala, gestió de la caixa i facturació i tancament del restaurant. |
| 2) Experiència | Estudis de FP II d'Hosteleria en Sala, Cuina i Recepció i Diplomatura en Direcció Hotelera a l'ESHOB. 20 anys d'experiència en diferents restaurants i hotels, principalment, a la sala. Destacant 5 anys gestionant un restaurant propi, Les 11 virtuts, al barri Gòtic de Barcelona. I els 4 últims anys, dels quals 3 com a cap de sala a Comerç 24 del xef Carles Abellan, amb una estrella Michelin (actualment tancat per reformes). En l'actualitat, treballant com a cap de sala a L' Alkímia de Jordi Vilà amb una estrella Michelin. |
| 3) Punts positius i negatius del teu ofici | Positius: viure el present el 90-95% de la meva feina la començo i l' acabo el mateix dia. Obres i tanques el dia vius un present continuu a la feina. La relació amb els clients, el tracte, l' interacció, fa que hagi d' estar alerta i al 100% sempre. I amb la capacitat de millora constant i reciclatge al tenir que respondre davant de diferents situacions dins d' un mateix marc. L' aprenentatge i formació constant ja que és un sector sobretot el dels restaurants gastronòmics amb canvis constants: cartes de temporada, productes nous, tècniques noves, etc... Relació amb els companys els restaurants són com una família per les hores que es passen junts, de fet el menjar de personal es diu dinar de família. Si hi ha bon ambient es formen vincles molt forts i es treballa molt bé en equip. Negatius: Principalment els horaris ja que treballes quan tothom té festa i vas al revés de la majoria, acabes tard per la nit però comences més tard al matí, és més per nocturns. Encara que quan ets més jove o la parella també és d' hostaleria pot ser bo perquè viatges fora de temporada, tens dies laborables festius per fer gestions, pot sortir de nit sense aglomeracions i entre setmana, etc... Feina poc valorada, exceptuant potser els restaurants gastronòmics i una mica menys ara amb el boom mediàtic i bastant mal pagada per les hores que es treballen i l' esforç que comporta. És una feina molt dura i sacrificada s' ha de tenir vocació per treballar hi a gust. |
| 4) Des del teu punt de vista, com és la relació entre el cuiner i el crític? Quina funció creus que té el crític gastronòmic? | És o blanc o negre o molt bona amb una confiança, respecte i admiració mútua o molt dolenta amb menyspreu i una mica d' odi, però portat amb hipocresia ja que en els fonts un depèn de l' altre. Això si es coneixen ja que la majoria de crítics, per exemple de la guia Michelin, són anònims i van als restaurants sense dir que són inspectors de Michelin. Té la funció de valorar els restaurants segons els seus coneixements, experiència, gust personal i visió personal. Però sempre ho ha de fer des de el respecte i intentant ser el màxim objectiu possible, sent una feina totalment subjectiva. |
| 5) Has tingut alguna relació / | Si, és un crític del qual segueixo el seu blog i m' agrada bastant |

| | |
|--|---|
| <p>experiència més o menys directa amb algun crític? (Si és així, com la definiries i què t'ha aportat?</p> | <p>la seva visió dels restaurants i gastronomia en general. Per tant va ser bona i va aportar un conversa molt interessant sobre gastronomia, modes, conceptes i filosofia culinària. Va molt bé per poder explicar el que percep el client final al xef ja que el client normal no li és tant fàcil d' explicar i detectar certs aspectes d' un plat, per falta de confiança, coneixements o experiència.</p> |
| <p>6) Segueixes la crítica gastronòmica a partir d'alguns mitjà en concret? (Premsa, digital, televisió, ràdio...). Quin creus que és el millor format per seguir les tendències gastronòmiques (tant per comoditat, com pel tipus de suport o altres preferències)?</p> | <p>Si segueixo alguns blogs Observación Gastronómica, Abel Valverde i poc més. El format digital a través de blogs, premsa digital, fòrums és potser el més accessible ja que ho pots fer a qualsevol hora, lloc o moment amb el smartphone. Encara que suposo que per la gent més gran la televisió i la premsa escrita encara deu ser el format principal.</p> |
| <p>7) Tens alguna idea sobre quin tractament informatiu se li està donant actualment a la gastronomia en els mitjans de comunicació?</p> | <p>Ara mateix està de moda surten xefs dia si dia també per tele, ràdio i premsa. Ja sigui amb alguna notícia o anunciant productes siguin o no de gastronomia. Hi ha programes televisius i sèries de gran èxit, encara que donen una visió poc real de la gastronomia en general. Però és positiu que es parli de gastronomia encara que sigui d' aquesta manera tant mediàtica.</p> |
| <p>8) ¿Quins factors creus que són els més importants a l'hora de valorar / criticar un restaurant des del teu punt de vista?</p> | <p>Per començar crec que s' han de fer com a mínim 2 visites i millor més, per poder valorar realment la feina d' un restaurant. Jo crec que els factors principals haurien de ser referent al menjar: presentació, gust, elaboració, concepte dels plats o discurs del xef, utilització de tècniques, combinació de diferents ingredients, conceptes, tècniques..., relació qualitat preu i us de vaixela. Després a nivell servei tracte, simpatia, coneixements del personal a nivell gastronomia i idiomes, imatge i la velocitat del servei. I referent al local decoració, il·luminació, material de servei i mantelleria, temperatura, separació de taules, soroll ambiental i música.</p> |

| ENTREVISTADA 4. Ana & Pitu | |
|---|---|
| PREGUNTES | RESPOSTES |
| 1) En què consisteix la teva feina? | <p>Com assessora de comunicació gastronòmica, la meua feina es centra en ajudar amb els meus serveis a restaurants i hotels principalment a comunicar-se i donar-se a conèixer, sigui al públic general o als mitjans. Sempre de la mà del restaurant, veient les seves necessitats i ad hoc a la seva filosofia i concepte.</p> <p>Per la comunicació al públic el que fem és:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar target al que volem atraure. - Desenvolupar una campanya a de promoció/màrqueting (duració 3-6 mesos) on portar a terme accions per atraure al públic. <p>Per ex:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sopars per a caps de recepció/consergeria de Barcelona. Els convidem a sopar per tal de que coneguin el restaurant i la carta i el puguin recomanar amb fiabilitat als seus clients, els turistes (és un target molt interessant per els restaurants de Barcelona) - Fer una festa d'inauguració on convidar a gent influent de Barcelona <p>Per la campanya amb mitjans: tant a nivell on line (xarxes socials) com off line (premsa general) desenvolupant per a ells una planificació de mitjans de duració 3-6 mesos.</p> <p>Fem una selecció dels mitjans de premsa escrita, tv, ràdio i blogger que ens interessin i els hi enviem la nota de premsa amb imatges del restaurant, plats... etc.</p> <p>Els convidem a dinar o sopar amb la intenció de que publiquin, segons el periodista (bloggers o redactors de premsa) pensem acciona o unes altres per que vinguin, a les bloggers els hi agradada estar juntes i fem sopars per elles.</p> <p>Un cop convidats a sopar fem un seguiment del clipping.</p> |
| 2) Qui són els teus clients i quin tipus de contacte hi tens (és a dir, si són cuiners, bloggers, etc.)? | El meus clients són: Restauradors, xefs, propietaris de restaurants i hotels, bàsicament |
| 3) Estàs al dia de les tendències gastronòmiques? Com ho fas? (plataforma: internet -blogs, pàgines web, diaris digitals...-, televisió, ràdio, premsa) | Diaris, blogs, nacionals e internacionals |
| 4) Coneixes alguna pàgina web de crítica gastronòmica que t'agradi molt i algun que no t'agradi gens? (Quines, per què?) | M'agrada El Comidista, Observación Gastronómica, Lisi Limón, Plates Selector, Qué se cuece en Barcelona, però de la resta no gaire... |
| 5) Sabries explicar-me quin tractament informatiu se li està donant als mitjans de comunicació actualment a la gastronomia? | A nivell on line: bloggers està molt activa. A vegades sobresaturada... i té poc prestigi i fiabilitat, la gent identifica blogger amb gent poc fidel malauradament i molt interessada A nivell de mitjans sempre surten els mateixos, crec que falta mirar més qui està darrere dels fogons o restaurants senzills però bons |
| 6) ¿Cómo definirías el perfil y el papel que tiene el consumidor hoy en día? Incluso el papel del consumidor cuando se convierte en crítico y aborda la | Vital pel funcionament d'un blog. En les pàgines o revistes digitals és més difícil la comunicació si no és a través de xarxes socials. Cada vegada els consumidors tenen un paper més actiu a Internet i s'estan convertint en els protagonistes. |

| | |
|---|---|
| crítica gastronómica a través de blogs, opiniones en foros etc. | |
| 7) ¿Qué diferencias crees que hay entre los blogs de gastronomía de aficionados / gourmets con los de crítica gastronómica periodística? ¿Crees que su convivencia es positiva entre ambos? ¿Comparten las mismas funciones? ¿Cómo coexisten? | És positiva, perquè hi ha més oferta per un públic més variat. Els crítics professionals tindran un públic més fidel, mentre que els aficionats en tindran un de més ocasional i general. |

ENTREVISTADA 5. ALICIA ESTRADA

| PREGUNTES | RESPOSTES |
|---|--|
| <p>¿Qué tratamiento informativo se está dando ahora en los medios de comunicación a la gastronomía?</p> | <p>Hoy en día la gastronomía ha pasado a formar parte importante de los contenidos de los medios de comunicación. El caso de la televisión es determinante. Siempre hemos tenido programas de gastronomía en televisión pero el impacto actual en las parrillas es muy importante. Es cierto, y siguiendo con la televisión, que estamos viviendo un cambio importante de paradigma, una evolución en la finalidad narrativa. Si venimos, años pasados, de enfoques instructivos cuando se trataba de hablar de gastronomía, el foco actual es el entretenimiento. Es el salto de lo que los americanos llaman <i>Domestic Instructives Programs</i> a los actuales <i>Avant Garde food Shows</i>, donde Masterchef o Top Chef son claramente, ejemplos.</p> <p>Quizás en prensa la gastronomía siga teniendo una presentación más clásica pero los medios sociales han dado claramente un papel activo a la opinión de los aficionados, algunos de los cuales se ha profesionalizado incluso realizando sus propios programas de televisión, espacios en prensa digital etc.</p> <p>Hasta aquí hablamos de gastronomía que no de crítica gastronómica. El papel del crítico en mi opinión, está ligado a la independencia en cuanto que hay una vinculación entre la comida y la individualidad y el gusto personal del propio crítico. ¿Cómo defender este papel de independencia del crítico cuando la gastronomía ha pasado a ser mostración de las marcas? El caso de <i>Cupcake Maniacs de la cadena Divinity</i> es uno de tantos ejemplos, casado en este caso con la marca <i>Azucarera</i>. Por no hablar de Master Chef vinculado a muchísimas marcas como <i>Bosch, El corte inglés, Aneto etc.</i></p> <p>En blogs, magazines digitales pasa exactamente lo mismo. Las marcas soportan el mantenimiento de estas páginas buscando comprar tráfico hacia las suyas o con fines expresamente publicitarios. El papel del crítico gastronómico queda totalmente diluido y escondido. De ahí que en medios digitales tengamos mucha información de gastronomía y poca prescripción crítica.</p> |
| <p>¿Cómo definirías el perfil y el papel que tiene el consumidor hoy en día? Incluso el papel del consumidor cuando se convierte en crítico y aborda la crítica gastronómica a través de blogs, opiniones en foros etc.</p> | <p>La web 2.0. ha dado al consumidor la posibilidad de opinar y de prescribir a otros usuarios. Esta aparente libertad ha convertido la opinión de muchos twiteros, blogueros etc. en fuente de autoridad para sus grupos. Evidentemente la gastronomía y el vino eran campos vírgenes a la hora de usar esta libertad y estos prescriptores 2.0 lo han sabido aprovechar muy bien. La crítica gastronómica ortodoxa, estirada, distante, fríamente académica, centrada en los top... se estaba alejando cada vez más del usuario actual. Necesitábamos opinar sobre los restaurantes de nuestro barrio, sobre vinos de cinco euros, sobre cocineros desconocidos, sobre eventos de gastronomía alternativa... y este campo ha sido perfecto para canalizar las opiniones de usuarios activos en medios sociales.</p> <p>Las marcas han sido las primeras que se han dado cuenta, mucho antes que los críticos gastronómicos clásicos, subidos en sus tronos, los Anton Ego de la crítica. El riesgo es éste. Por un lado perder la independencia, por otro vanalizar la gastronomía y el vino o reducirlos a formatos excesivamente comerciales.</p> <p>Añadiría otro riesgo importante. Un crítico gastronómico no</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>sólo sabe de cocina o vino, debe saber también comunicar, lo cual exige o un gran instinto o formación específica. Quién sea capaz de unir profesión y comunicación, creo que tiene buenos pronósticos de éxito.</p> <p>¿Qué plataforma crees que es más eficaz a la hora de difundir y tratar este tipo de contenidos? ¿Cuáles son las ventajas que ofrecen las redes sociales?</p> <p>Creo que el éxito hoy en día está en la calidad de los contenidos pero también en la difusión de éstos. El blog evidentemente es el arma clave de presentación de nuestra filosofía y nuestro trabajo pero hay que fomentar el diálogo y la conversación y para ello hay que estar en redes sociales. En todo caso hay demasiada obsesión por usar métricas cuantitativas y olvidarse de las cualitativas.</p> |
| <p>¿Crees que los blogs de gastronomía de aficionados están matando la crítica gastronómica profesional o es positiva la convivencia entre ambos? ¿Comparten las mismas funciones? ¿Cómo coexisten?</p> | <p>Creo que hay una enorme hibridación de formatos y una convergencia de ambos. Muchos críticos clásicos están convencidos de la necesidad de contar con sus blogs personales como forma de ganar reputación on line que después repercute sobre su marca personal y sus publicaciones en soportes clásicos. El crítico de vinos más importante de España, José Peñín, después de 25 años escribiendo la guía de cata más reputada del vino español, ha abierto su blog y tiene una presencia de actividad media en twitter y otras redes.</p> <p>Por otro lado, aficionados al vino o especialistas en vino, que no comunicación, comenzaron a darse visibilidad a través de formatos conversacionales y digitales y hoy están alternando esta crítica con soportes clásicos. Es el caso de www.akatavinos.es que está trabajando activamente para posicionarse en la crítica clásica con su guía de vinos extremos.</p> <p>Calidad de contenidos, capacidad y conocimiento para conversar por medios sociales, insisto en que en mi opinión, éstas son las claves de éxito en este momento.</p> |
| <p>Hay alguna diferencia entre la crítica gastronómica que se está haciendo a través de revistas digitales como 7 Caníbales y la crítica más tradicional que podemos leer en periódicos, revistas tradicionales, radio etc? En resumen ¿hay una crítica hecha sobre modelos 2.0 vs una crítica más tradicional?</p> | <p>Es muy difícil para mí responde a esta pregunta. ¿Qué es la crítica gastronómica actual? Pienso en Capel, que es quizás la figura clave actualmente o la revista 7 Caníbales, y les veo muy encaminados a prescribir a sus lectores o seguidores, restaurantes, chefs o productos o a analizar tendencias que vienen de fuera. Es cierto que estos críticos, llamémosles digitales, han dado la espalda en general a la cocina francesa, a la que ven caduca y trasnochada y se muestran mucho más interesados por nuevos cocineros americanos, centroeuropeos, nórdicos y desde luego asiáticos o peruanos.</p> <p>Sigue habiendo en prensa algún ramalazo de crítica clásica, con un cierto fondo pedagógico y dinamizador de productos gourmet, productos locales, de cocinas slow food, km 0... pero diría que lo que prima son los cazadores de tendencias, que con su opinión pretenden marcar caminos a los consumidores.</p> |
| <p>¿Cuáles son las barreras que existen entre el mundo de la crítica gastronómica y la crítica del vino? o dicho de otra forma, de cara al consumidor y la crítica ¿Crees que el mundo del vino juega con desventaja en relación con el de la</p> | <p>La cocina, y con ella la gastronomía, han entrado claramente en el campo de las experiencias. Se trata de disfrutar, cosa muy diferente a hacer crítica gastronómica. Con el vino no ha pasado lo mismo. Sigue prevaleciendo el enfoque técnico a la hora de aproximarse al vino.</p> <p>Cuando pregunto a lectores de mi libro qué parte de éste les gusta más, casi siempre me indican que el apartado "Los</p> |

| | |
|--|--|
| <p>gastronomía, porque resulta mucho más técnico y difícil de abordar por un profano? Hay algunas diferencias entre el mundo del vino y la gastronomía. De hecho si vamos a una librería nos encontraremos cientos de libros vinculados a la cocina, creativos, con enfoques muy variados, dirigidos a niños, a singles, a enfermos, a veganos etc. Del mundo del vino encontraremos mucha menos oferta.</p> | <p>momentos del vino", que no es más que hablar de vivir el vino desde lo emocional. Yo no hablo en este apartado de maridajes entre vino y comida, cada uno que elija el vino según sus gustos. Yo hablo de vinos para compartir con tu pareja un momento romántico o vinos para reflexionar en soledad cuando debemos tomar decisiones importante o vinos para beber solo un Sant Jordi de abandono... Necesitamos humanizar el vino y esto sí lo ha sabido hacer la gastronomía.</p> |
| <p>¿Podrías explicarme un poco en qué consiste tu trabajo, así como los procesos que sigues a la hora de realizar la crítica de vinos? ¿Qué diferencias hay con la crítica gastronómica si las hay?</p> | <p>Uno de mis trabajos clave es escribir anualmente una guía que recoja los 100 mejores vinos de España por menos de 10 euros. Cada año elegimos cien vinos nuevos y vamos por la cuarta edición. A lo largo del año voy catando nuevos vinos, leyendo, siguiendo tendencias, nuevos productos, concursos etc. y con este bagaje, diría que intelectual, preparo la selección inicial de vinos pidiendo muestras a las bodegas. En total para seleccionar 100 vinos cato unos 400 aproximadamente. A partir de esta base y en distintas catas, termino confeccionado la lista definitiva. Procuro catar con grupos de cata, normalmente aficionados, pero finalmente es mi decisión la válida, no por desdecir opiniones, si no por equilibrar la guía.</p> <p>Yo puntuo siempre los vinos personalmente, tengo muy en cuenta las puntuaciones que les han dado mis colegas en otras guías, y valoro evidentemente las opiniones y puntuaciones de mi grupo de cata pero mi acercamiento al vino es como he dicho anteriormente emocional, experiencial... y no se trata siempre de buscar los vinos más "políticamente correctos". Yo busco especialmente vinos auténticos y esto quiere decir que a veces eliges un vino por su carácter rústico por ejemplo, por ese carácter único que te deja conocer un producto sin maquillajes.</p> <p>Para mí es muy importante el vino y todo el mundo que ésta alrededor de ese vino, quién lo hace, cuáles son sus sueños al hacerlo, cuál es la vinculación que ese hombre establece con su viñedo, cuál es su filosofía al elaborarlo. Busco buenos vinos desde luego, pero especialmente busco vinos que me envuelvan con su historia y me hablen de la tierra y de las personas que los elaboran.</p> <p>En ese sentido mi trabajo no resulta técnico aunque evidentemente esconde cierto conocimiento y mis relatos deben ser capaces de transmitir a través de la palabra, ese alma que yo pretendo compartir del vino. Como he dicho antes, hay muchas aproximaciones a la gastronomía desde este punto de vista pero muy pocas del vino.</p> |
| <p>Hablando de tu trabajo ¿en qué te basas a la hora de puntuar un restaurante, qué criterios sigues?</p> | <p>Igual que en el vino. Para mí un restaurante tiene que ser algo más que alimentarme con joyas succulentas. Si yo pensara así, como lo hacen muchos críticos, sólo iría a grandes restaurantes de grandes cocineros. Me gustan los restaurantes y los chefs capaces de contar historias y estas no tienen por qué ser necesariamente las mejores historias pero sí auténticas. Por eso me gusta la cocina de pueblo que habla de productos de calidad con elaboraciones simples y repetidas por generaciones, los pucheros clásicos o la cocina</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>que mira al futuro, desde la innovación.</p> <p>Hay muchos restaurantes que emulan las últimas tendencias en restauración pero luego te das cuenta que allí falta alma. Se limitan a copiar platos en el mejor de los casos y no tienen una narrativa de continuidad que hable de filosofía propia. Cuando uno habla desde la emulación de otros, es difícil que de su mesa surjan emociones.</p> |
| <p>¿Qué es lo que más te gusta de la crítica de vinos? ¿Hay algo que no te guste?</p> | <p>Me gusta especialmente el valor emocional del vino. Cuando un bodeguero te habla de sus vinos o un viticultor te cuenta sobre las heladas de la primavera y las yemas tiernas de la viña... ¡Compartes tantas cosas! Es imposible ver en una copa, solo un líquido rubí con ribete cardenalicio, aroma de fruta rojas negras y mermeladas con notas florales y puntas de mineralidad... Lo bueno es beber los sueños del bodeguero y sus ilusiones, beber el territorio, el clima de esa añada, el suelo que transmite esa mineralidad que luego descubres en el vino... Bebes con el corazón y usas la cabeza para trasladar la historia que conoces al vino y te das cuenta como los aromas tienen una explicación, la frescura se debe a la altura del viñedo, la redondez del tanino a su edad, el carácter amable a la variedad y a la madera que domesticó su bravura... Y así vistes el vino con las emociones de la historia que cuenta.</p> <p>Hay muchas cosas que no me gustan, ¡claro! Si tuviera que destacar alguna hablaría de la gente que ve el vino únicamente como un producto y la cata a ciegas como la santificación de éste. Es como tener un amigo y hablar de él diciendo cómo viste, cómo calza y cómo huele... Hay que conocer también el alma del vino para valorarlo desde un punto de vista humano, de disfrute y de pasión.</p> |

AGRAÏMENTS

Dono les gràcies a l'Alicia Estrada, que ha sigut un pilar incondicional durant tot el procés del treball i sempre ha estat a la meua disposició.

Als entrevistats, Ana Manresa, Joan Losantos, Aleix Dotú i Luis Andrada de *La Cuisine del sur*, per haver acceptat contestar l'entrevista, que han sigut una part fonamental del treball.

També a la Maria Rodriguez i a l'Elena Domènech, que m'han facilitat contactes i m'han ofert ajuda.

Al Jacint Niqui per la seva orientació i dedicació al treball.

Als meus pares, Xavi i Anna, que m'ha donat suport en tot moment i m'han animat contínuament, implicant-se i interessant-se pel desenvolupament d'aquest projecte.