

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Sabores Escondidos: La comida entra por los ojos

César Aníbal Vásconez Loyola

Paúl Mena Erazo, M.A., Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Periodismo Multimediales

Quito, mayo 2014

**Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Sabores Escondidos: La comida entra por los ojos

César Aníbal Vásconez Loyola

Paúl Mena Erazo, M.A.
Director de Tesis

.....

Mario Troya, M.A.
Director Trabajo de Titulación

.....

Eric Samson, M.A.
Miembro del Comité de Tesis

.....

Santiago Castellanos, M.A.
Miembro del Comité de Tesis

.....

Hugo Burgos, Ph.D.
Decano del Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas

.....

Quito, mayo 2014

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: César Aníbal Vásquez Loyola

C. I.: 1719088302

Fecha: Quito, mayo 2014

Dedicatoria

En todo este tiempo en la universidad, he conocido a muchas personas que ahora considero parte de mi vida y un gran apoyo para mi futuro. Pero si este es mi más grande logro, en lo que va de mi vida, siento importante hacer una reflexión.

No habría llegado hasta donde estoy , no estaría escribiendo la dedicatoria de mi tesis de grado, si es que las personas más importantes de mi vida no me hubieran apoyado.

A ellas las conocí antes de conocerme a mi , antes de llegar a la universidad, entonces creo que no estaría aquí si no fuera por ellas. Mi más grande suerte es haberlas conocido. Le dedico mi grado a mi madre, la mujer de mi vida, que me dio la vida y al hombre que yo amo, mi padre, que siempre trabajo por mi. También a las otras dos mujeres de mi vida: mi hermana mayor que siempre me apoya y con la que compartí aulas, amigos y travesuras dentro de la Universidad San Francisco . Y a mi pequeña hermana, que llevo a mi vida muchos años después, sólo para hacerme más feliz.

Agradecimientos

A mi compañero de siempre Felipe Moreno, sin sus buenos y malos consejos y trabajo arduo, este día no hubiera llegado. Además en la vida no todo es trabajo, así que también le agradezco por ser la persona con la cual disfruto el tiempo libre, comparto mis locuras y le cuento de mis amores.

Realizar la tesis junto a mi mejor amigo fue muy divertido, y le agradezco por ser como es.

También quiero agradecer a mi gran amigo Jaime Bonelli, actor principal de mis entrevistas, y gran maestro para mi carrera actoral. Su apoyo no sólo fue en el sentido anímico, sino que literalmente, no me habría graduado sin su aporte en mis trabajos de la universidad.

Resumen

El presente trabajo busca ser una guía para producir un programa de cocina para la televisión en el cual las ciudades, culturas, comidas, productos exóticos y parajes turísticos del Ecuador, sean los protagonistas.

La metodología que se utilizó fue la revisión de los trabajos televisivos que se han realizado sobre el tema en el Ecuador y compararlos con exitosos programas, que promueven el turismo gastronómico. Como "Comidas Exóticas" y "Sin Fronteras" ambos de la cadena TLC (Travel and Living channel).

A su vez también se hace una comparación de las experiencias recogidas después de rodar el programa piloto "Sabores Escondidos". Este proyecto televisivo se desarrolló en un recorrido por cuatro provincias: Pichincha, Imbabura, Carchi y Bolívar. El objetivo de esta ruta era encontrar un producto exótico y casi extinto en el norte del país: El Chamburo.

El viaje se grabó con un estilo documental, en donde casi cada aspecto novedoso del viaje, como algunas comidas típicas, paisajes etc. que no estaban en el guión, fueron incluidos en el programa. Por ejemplo, no esperábamos comer caracoles de tierra o "churros" en la Plaza de los Ponchos en Otavalo. Tampoco esperamos que en un pequeño pueblo, perdido en las montañas de Bolívar llamado Yurahucsho se preparaban embutidos con carne de llama y alpaca.

El objetivo de esta investigación, aparte de ser una guía de producción televisiva en el campo de los programas de cocina-aventura, es mostrar a ecuatoriano y al mundo entero que el Ecuador tiene una gastronomía, que puede llegar a ser la invitada de honor en los mejores banquetes y cenas. En conclusión lo que se busca mostrar es como se puede crear un programa que pueda convertirse en una vitrina, donde nuestra riqueza gastronómica se exhiba.

Abstract

The following production book aims to be a guide to produce a food show, where cities, cultures, food, exotic products and landscapes are the main attraction.

The first step in the research process was to review the different tv shows produced in Ecuador, and compare them to famous programs that promote the culinary tourism such as Bizarre Foods and Food Paradise, both broadcasted by Travel and Living Channel.

Also, this document shares the experiences of producing the pilot episode of Sabores Escondidos. This tv program presents the travel through out four provinces in Ecuador: Pichincha, Imbabura, Carchi and Bolívar. The objective was to find an exotic and almost extinct fruit called Chamburo.

Sabores Escondidos was meant in a documentary style, which allows not to be necessarily bounded to the script. For instance, there are different events that were not planned but are included in the program such as: eating churros at the Indian market in Otavalo, or visiting Yurahucsho, a small town in Bolívar where people prepare llama's sausages and hams.

In conclusion, this investigation pretends to demonstrate how a tv show can be used to promote Ecuador worldwide, like a country with extended culinary expressions that are good enough to be part of the best gourmet restaurants.

TABLA DE CONTENIDO

Dedicatoroia	5
Agradecimientos	6
Resumen	7
Abstract	8
Tabla de contenido.....	9
Justificacion	10
Marco Conceptual.....	13
Análisis Crítico	24
Bibliografia.....	32
Anexos 1 Encuesta.....	33
Anexos 2 Guión Sabores Escondidos.....	35
Anexos 3 Escaleta Sabores Escondidos	36
Anexos 4 Esquema de producción	37
Anexos 5 Diseño de produccion.....	38
Datos adjuntos	CD1y CD2

Cómo producir un programa de cocina para televisión. Análisis del programa piloto “Sabores Escondidos”

Justificación

“La historia de un país puede contarse a través de sus comidas y bebidas”

(Sabores escondidos, 2012)

Hoy la gastronomía que un país puede ofrecer a sus visitantes es casi tan importante como los atractivos turísticos, o la infraestructura hotelera que posee. Según una investigación realizada por la Universidad de Córdoba (España) “ La gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave para definir la competitividad de los destinos turísticos “ (Guzmán, 2012).

Si seguimos esta idea podemos afirmar que el turista , cada vez más educado, busca en la gastronomía una nueva experiencia , que lo relacione de forma estrecha con la cultura del país que visita.

En el Ecuador los esfuerzos por posicionar a nuestro país como un destino gastronómico, no rinden los frutos esperados, como sucedió en la última década con la gastronomía peruana, que colocó a su país como un referente de la alta cocina mundial.

Según el libro Chefs del Ecuador, publicado por la Universidad de las Américas (UDLA), el país tiene “...una cocina diversa y original. Muchos de estos platos denominados con los topónimos que identifican el país, es decir, con sólo sus nombres, advertimos que éstos constituyen la originalidad mencionada” (UDLA, 2012).

A pesar del gran menú culinario que nuestro país puede ofrecer, nuestro platos

ancestrales todavía son intrusos que se colan por la puerta de atrás en el buffet de los máximos exponentes de la cocina mundial, que tiene a Francia y Perú sentados en la cabecera de la mesa.

Si ser un destino gastronómico por excelencia es la ambición de nuestra nación, para lograrlo se debería estudiar a fondo los casos exitosos y replicarlos en nuestro país. Por que tenemos los ingredientes necesarios para elaborar la “receta del éxito”, pero todavía no los cocinamos.

En el “caso Perú”, la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA) en su publicación “El boom de la cocina peruana” afirma que el éxito radica en una cadena bien aceiteada de factores que trabajan juntos para promover y resaltar la cocina de su país . No por nada el 90% de la población se siente orgullosa de su riqueza culinaria. Los arquitectos de este proyecto son las instituciones de gobierno, las asociaciones y gremios de chefs y restaurantes, las instituciones educativas, los productores agrícolas y los servicios relacionados, como son los medios de comunicación.

Como mencioné anteriormente, el Ecuador tiene todos estos ingredientes necesarios para despertar el interés del mundo por nuestros platos típicos. Para dar un ejemplo, las instituciones educativas como la UDLA o la Universidad San Francisco, realizan grandes esfuerzos, en forma de publicaciones y festivales, para rescatar y fomentar la alta cocina ecuatoriana. Pero esto lo realizan sin el apoyo del gobierno, además la cobertura que los medios destinan a estas causas es mínima.

Entonces si los engranes no trabajan juntos, la alta cocina ecuatoriana no despegará y será relegada al puesto de una “hueca” donde se come rico, pero que un turista llegó por simple casualidad.

Presencia en la Televisión

La cocina ecuatoriana necesita ser rescatada del olvido, para esto, la presente investigación plantea un camino: “Sabores Escondidos” .

Este proyecto de un programa de televisión, busca mostrar al mundo las cualidades, rituales, recetas y riquezas de la gastronomía tradicional ecuatoriana. Con un toque documental, en el cual los parajes naturales , la flora, fauna y la historia del país serán mostradas a través de la comida.

En el texto que leeremos a continuación, trataremos de encontrar la receta perfecta para producir un programa de cocina documental, mientras analizamos los aciertos y errores del primer ensayo del programa piloto de Sabores Escondidos, en relación a los antecedentes que la televisión ecuatoriana a realizado con respecto al tema de la gastronomía local.

Palabras clave: Turismo gastronómico, contenidos, talento, novoandina, tardoncito, chamburo.

Marco conceptual

En épocas anteriores el turista enfocaba sus esfuerzos en buscar el mejor asiento, y ser un espectador de los paisajes y cultura del lugar que visitaba. Hoy esos tiempos cambiaron. El turismo evolucionó en una forma experimental, sensitiva, que va de la mano con un incremento en el nivel educativo de los turistas y una mayor duración del viaje.(Cañizares,2012)

El turista busca relacionar el resto de sus sentidos en el viaje, no solo el visual. De esta relación nace “el turismo gastronómico”, como respuesta a la necesidad de estrechar lazos culturales entre el visitante y el anfitrión. Pero como ha sucedido en países como Perú, lograr este acercamiento requiere de un complicado sistema de producción y encadenamiento de recursos tanto culturales, políticos, gremiales, productivos entre otros. (Valderrama, 2009)

La comida siempre se entendió como una simple necesidad biológica en el transcurso de un viaje, para romper ese esquema, la industria turística creó un servicio que es similar al que un viajante acostumbra en el seno de su hogar, lo que resulta un poco ambiguo por qué si seguimos la lógica de un viajero que busca conocer nuevos mundos, el esperar situaciones familiares, va en contra de la naturaleza de un viaje.

Pero en el caso de la comida, el ímpetu de descubrir, es mermado por las costumbres particulares a la hora de cenar.(Sánchez, 2012)

Debido a esto los restaurantes procuran ofrecer el mismo confort y niveles de limpieza que las personas encontrarían en su casa.

Lo mismo ocurre con el menú, en el caso de los grandes exponentes de la gastronomía mundial, como Francia y últimamente Perú, su comida pasó por un proceso de occidentalización.

Puede sonar muy mercantilista, pero era absolutamente necesario. Los viajeros no consumen un plato típico que desconocen, si es que este presenta características “políticamente incorrectas” en su país de origen, por ejemplo el cuy en Ecuador es muy apetecido para la hora del almuerzo, en otros países es una mascota.

“Para que la culinaria local se convierta en popular y atractiva en su propio derecho debe ser filtrada por un establecimiento gastronómico orientado al turista. La comida local, al igual que las artesanías, se hacen populares entre los turistas solamente después que es transformada de cierta manera y en un cierto grado. (Sánchez, 2009)

Los cambios se producen en diferentes dimensiones y varios aspectos para satisfacer a los turistas; platos foráneos son introducidos en la culinaria local y transformados para satisfacer los gustos locales. De este encuentro entre las cocinas nativas e importadas pueden surgir nuevos platos e incluso nuevas cocinas. Esto no constituye una mera fusión o hibridación entre elementos extraños y locales, sino que incluye una innovación o elemento creativo (Coheny Avieli; 2004:767).

El caso de la cocina peruana es un claro ejemplo de lo expuesto anteriormente. En los años 80 el redescubrimiento de la gastronomía fusión se catalogó como “cocina novoandina”, lo que comprendía de rescatar las recetas, sabores propios y autóctonos de la culinaria peruana; fusionados con técnicas de elaboración y estética de presentación, extraídas de la alta cocina internacional.

La lógica de este proceso radica en que “la comida entra por los ojos” y un plato bien presentado, abre el apetito de cualquier comensal, aun si este no esta seguro de la naturaleza del plato.

Esta propuesta se hizo popular en los hoteles 5 estrellas de Lima, que ahora no solo ofrecen un adecuado alojamiento a sus visitantes, sino también una experiencia gastronómica, con los sabores escondidos de su tierra (UNSAM,2008)

Esta hibridación de las comidas ancestrales, despierta un cierto desazón en ciertos defensores de la autenticidad de los platos, según Cohen y Avieli (2004:769) “no se puede afirmar que las nuevas cocinas no sean auténticas sino que simplemente filtran aquellos aspectos que representan un riesgo a la salud o resultan repulsivos para los turistas... como sucede con las artesanías, los turistas no necesariamente buscan una total autenticidad sino algunos rasgos diferenciadores que les permita tener una experiencia diferente”.

Los tipos de turistas: Los que comen al viajar y los que viajan para comer

El primer grupo los turistas que comen al viajar, son aquellos que sólo buscan mitigar el hambre en medio de un viaje, entre tanto sólo los mencionare para dar forma al segundo grupo, que en efecto son la materia de estudio de esta investigación: Los turistas que viajan para comer. (Cohen y Avieli ,2004:769)

Este grupo a diferencia del primero, busca lo antes mencionado, nuevas y excitantes experiencias que puedan conjugarse con todos sus sentidos, en especial con el gusto, durante un viaje.

Esta clase de turismo se puede incluir en la categoría de “turismo de interés especial” o “específico” , en este conjunto también se encuentra el ecoturismo, turismo educativo, social, viajes étnicos, turismo experimental, ambiental y sustentable entre otros.

Dentro del turismo específico, a finales de los años 80, nació el turismo gastronómico, que ahora se puede definir como “la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la

degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje (Hall y Sharples; 2003:10).

El turista gastronómico en su afán de conocer y experimentar, ha influido en el desarrollo económico de varios “polos gastronómicos”, como es el caso de la ciudad de Mealhada en Portugal, donde los viajeros, atraviesan el país en busca del “Lechón a la Barriada”.

En este contexto podemos afirmar que el desarrollo de estas ciudades, se sustenta en una particularidad del turista gastronómico. Este generalmente realiza un gasto elevado, sin escatimo por consumir un producto considerado exótico o vendido como exótico. Además este turismo, a diferencia de las otras categorías, puede ir a la par como una actividad complementaria de otras formas de turismo como : Turismo de aventura, náutico, eventos, artístico etc. (Torres Bernier 2003).

Creación de “Polos Gastronómicos”

Por “Polo Gastronómico” se entiende a una ciudad o pueblo, reconocido como un destino de turismo gastronómico. Cabe aclarar que el termino “polo” indica que no existen varias ciudades reconocidas por su gastronomía en un mismo país, o varios países en un mismo continente, el término hace que el destino se convierta en una exquisitez.

Esto a su vez a generado grandes ganancias económicas y a hecho que varios gobiernos apuesten por el turismo gastronómico.

En Perú en un estudio publicado por la agencia Arellano Marketing, la gastronomía alcanzó en el año 2009 el record de \$40.000 millones de dólares de ganancias, equivalente a al 11,2 % del producto interno bruto (PIB) de ese año. Del mismo modo el estudio muestra que la gastronomía emplea a cerca del 20 % de la población económicamente

activa del país, en forma directa o indirecta. Debido a que la culinaria encadena una serie de procesos productivos: la fabrica de ollas y menajes, sillas, mesas , acero, madera, hasta el transporte de alimentos. Si solo se midiera la ganancia de los restaurantes , la proyección para este años seria de 12.350 millones de dólares, esto representa el 4.2 porciento del PIB del país, rubro que rivaliza con el de la producción agrícola .

La proyección es que en un futuro, la gastronomía aporte más que la industria minera, lo que situaría a esta actividad como el motor económico del país en los años siguientes(Valdemar,2009)

Pero para crear un destino de estas características, es necesario que muchos sectores productivos de la sociedad , los gobiernos, medios de comunicación, gremios de chefs, restaurantes y productores trabajen juntos.

En Perú el proceso de creación del “Polo de Lima” ha sido estudiado minuciosamente, en varias publicaciones, la mas celebre es “El boom de la gastronomía peruana”, en donde a más de hacer reflexiones sobre el creciente orgullo nacional que representa, el poseer una gastronomía de talla mundial, podemos encontrar una suerte de guía para recrear el proceso, en donde el factor clave es el trabajo en equipo. Sumado a los esfuerzos de difusión de la culinaria local, por parte de los medios de comunicación. Esto ultimo engloba la temática de esta investigación.

Si bien es cierto el apoyo de asociaciones de chefs y restaurantes, como es el caso de la asociación Apega, fueron pilares fundamentales en el crecimiento de la culinaria peruana, en la opinión de varios estudiosos del boom de la comida novoandina, los medios jugaron

un papel preponderante en la colocación de la marca Perú en las mesas de los mas distinguidos banquetes internacionales.

Influencia de los medios de comunicación en el turismo.

La utilización de tecnologías de comunicación de masas, es una herramienta eficaz para promover, informar y persuadir a los consumidores o receptores del mensaje, para que estos actúen según los intereses del interlocutor.

En el caso del turismo gastronómico, en países como Colombia, Perú y Ecuador los gobiernos , las agencias de turismo, asociaciones de restaurantes, parques, bares etc. Utilizan los medios de comunicación para promover sus productos en el mercado interno y externo, en un intento de crear lo que se conoce como “Marca País”.

Este concepto utilizado en las estrategias de marketing, se refiere a la reputación e imagen de una ciudad o país, utilizando como referencia varios aspectos como: El deporte, los paisajes, empresas, organismos públicos, cultura, turismo, ecoturismo, turismo gastronómico, etc.

A su vez en el momento que un país empieza a promover su culinaria, existen factores exógenos que colaboran con el proyecto de polo gastronómico, estos suelen ser: Festivales de comida internacional , películas, empresas que ubican un producto específico en su repertorio , criticas en diarios etc.

Estos factores ayudan a visibilizar la propuesta de un país en el mercado extranjero
“...La proyección internacional de nuestra culinaria toma cada vez más vuelo y se sirve en aviones y trenes de lujo, es elogiada en los principales periódicos, como The New York

Times, Le Monde o El País, se lee en las más respetadas publicaciones de culinaria gourmet y pasea sus aromas por festivales internacionales y programas de la televisión internacional.” (Valdemar,2009)

A esto se suman los esfuerzos de los gobiernos, con campañas permanentes de promoción y adecuación de una plataforma turística y por ende gastronómica.

En el caso de Ecuador la marca país impulsada por la actual administración de gobierno es tiene como slogan la frase “Ecuador ama la vida”.

Este proyecto es promovido por la Secretaria Técnica de la Comisión Estratégica de Marcas, con el apoyo del Ministerio de Cultura y Turismo, como una muestra del trabajo que realiza el gobierno ecuatoriano por promover un turismo gastronómico.

En 2013 se publicó el libro “Ecuador Culinario: Sabores y sabores”, donde se recopilan recetas de platillos típicos, ancestrales y en algunos casos olvidados de las 24 provincias, haciendo hincapié en su historia y su riqueza cultural. Además el libro esta escrito en ingles y español para facilitar su internacionalización. El mismo se lo puede adquirir de forma gratuita en internet.

Esta acción sugiere la inapelable decisión del gobierno por promocionar la culinaria ecuatoriana .

Conjuntamente al proyecto de gobierno, las empresas privadas, entidades particulares, Organizaciones no gubernamentales y pequeñas agrupaciones de chefs, crean proyectos relacionados con la gastronomía local, para promover una mayor representatividad de la culinaria ecuatoriana.

Entre las labores realizadas, esta la publicación del libro “Chefs del Ecuador”, realizado por la Universidad de las Américas UDLA, en el marco de un proyecto de rescate a los platos típicos y productos endémicos del Ecuador.

El libro publicado en 2012, presenta una particularidad, en él se muestra una hibridación de los platos típicos del país, con la comida internacional, mejorando la presentación del plato.

Esto último marca una nueva tendencia en la culinaria ecuatoriana, que deja a un lado la imagen autóctona de sus comidas, para armonizar los sabores escondidos de nuestra comida, con las nuevas técnicas de producción y estética de la gastronomía.

Dentro de los esfuerzos de empresas particulares, también encontramos los trabajos realizados por programas de televisión, como es el caso de Tele Amazonas, con su segmento “la ruta del sabor” en el noticiero “24 Horas”. El espacio mostraba a breves rasgos, el plato típico de una localidad, preparado por un Chef y presentado con un estilo gourmet.

También en la revista Abordo, se realizó un proyecto llamado “Geografía de las Frutas”, este presenta una particularidad, no habla de platos típicos en ningún momento, pero sí trata de mostrar la gran variedad de frutas que el país posee y que son ingredientes potenciales para una buena comida.

¿Cómo hacer un buen programa de cocina?

Entre los esfuerzos por rescatar el nombre de la cocina tradicional, pueden encontrarse los programas de televisión que enfocan sus esfuerzos y contenidos a la comida tradicional o exótica. Programas como “Comidas Exóticas” de Andrew Zimmern, que se transmite en la cadena “Travel and Living”, toman la comida “exótica” como hilo conductor para contar la historia del país, al que visitan.

Esta forma de mostrar la cara de un país a través de la comida, es una moda un tanto reciente. Pero para crear un programa de televisión novedoso sobre la comida ancestral de un determinado sector, y que a su vez muestra un poco de la cultura del lugar y los paisajes, se deben tener en cuenta varios principios y criterios únicos del formato televisivo, para la realización de programas. (Mora, 2011)

Principios Básicos:

Definir la trama del programa: Encontrar la idea guía, que luego se desarrollará en un guión televisivo, puede ser difícil. Pero si la intención es hacer un programa de cocina, el primer paso puede ser revisar el trabajo que se ha hecho anteriormente, para así ver cómo se utiliza el lenguaje televisivo con respecto a la comida.

Definir el target: Para cualquier programa que se realice, lo más importante es identificar la posible audiencia, para así adaptar el lenguaje del programa a las características propias de los grupos objetivos. (Mora, 2011)

Escaleta: Una escaleta es un boceto sobre cómo debería ser el programa, si es que primero empezamos presentando el platillo exótico terminado o en el transcurso del programa se revela cómo realizar el plato. Esta es una especie de “rompecabezas” de Lego. Aquí tienes que ordenar según bloques, si primero están las tomas de paso, o las entrevistas, también

tienes que ajustar el programa al formato universal de programación, es decir, si dura 24 min o 45 min, en tiempo directo mas comerciales.

La forma mas sencilla es armar la escaleta como un ensayo académico simple, es decir introducción, desarrollo y conclusión. (Mora,2011).

Pre-producción : Este es un proceso en el cual se alista todos los elementos y materiales, que se van a utilizar en el rodaje del programa, de hecho, todo el proceso hasta este punto se lo considera “Pre-producción”. Pero si hacemos esta división, es debido a que tratándose de un programa de comida y turismo, es necesario hacer una investigación previa, sobre los productos y platos exóticos que se desean mostrar. Antes de empezar a producir es necesario saber el lugar al que vas a ir y que plato vas a mostrar. Si no tenemos esta información, no podremos realizar el guión.

Guión: Una vez que se tenga la información y contactos necesarios sobre el capítulo que se piensa rodar, se escribe el guión. Esta no debe ser confundido con literatura, los guiones tienen formatos específicos. En el caso de un programa de comida, se debe precisar los diálogos del talento de pantalla, y toda acción que el realizara en el episodio. Del mismo modo, los lugares que se muestra, las tomas de paso y entrevistas, deben ser descritas con la mayor certeza posible.

Crew: Para rodar un programa necesitamos profesionales en el área que puedan utilizar con destreza la gran variedad de herramientas que se necesitan para grabar.

- Productor
- Director
- Asistente de director
- Asistente de producción
- Director de fotografía
- Director de arte

- Director de talentos o actores
- Director de sonido
- Cathering (servicio de comida)
- Tramoyistas

Después de que terminamos de reclutar a nuestro “Crew”, estamos listos para rodar un programa de cocina, no sin antes primero revisar las recetas y equipos para que no falta nada en medio del día de trabajo. (Mora, 2011).

Análisis crítico

La comida entra por los ojos

No hace mucho tiempo realice un viaje alrededor de varias provincias de la sierra ecuatoriana, junto con mi productor Felipe Moreno. Aunque el viaje fue divertido, no fue por placer, estábamos en medio del rodaje del programa piloto de "Sabores Escondidos".

Este es un nuevo proyecto de un programa de cocina/viajes/ aventura, en el que un "viajero" busca productos exóticos en diversos puntos del país. En el viaje muestra los diferentes pueblos, paisajes, comidas típicas que encuentra en el camino, mientras sigue su búsqueda. Una vez que encuentra lo que esta buscando, regresa a su cocina y junto con una Chef, prepara un platillo nuevo, con ese producto exótico.

Pero llegar hasta el punto del rodaje, el camino que recorrimos con mi compañero, fue mucho mas largo que el viaje que realizamos por la serranía. Porque a pesar de todos los consejos que pueden girar en torno a la fórmula de un " buen programa de cocina ", no existe una receta para el éxito. Aunque se siga el manual de producción televisiva al pie de la letra ,éste puede no resultar llamativo para el público, lo cual representaría un fracaso televisivo.

Para tener mayores argumentos a la hora de producir un programa de cocina, siempre será importante conocer sobre las experiencias de profesionales quienes, de una u otra forma, abordaron el tema en épocas anteriores.

Mi búsqueda de la receta ideal empezó por conocer un poco más sobre el trabajo que el programa Día a Día, transmitido por el canal Teleamazonas, había realizado con el tema de las comidas típicas.

" *El tema se había dejado a un lado había que rescatarlo*" afirmó David Romero, productor y periodista realizador del programa Día a Día en una entrevista realizada vía online, para efectos de la presente investigación.

El programa Día a Día, dura 24 minutos sin comerciales, está dividido en tres bloques, dos de diez minutos y uno de cuatro o cinco, dependiendo de la cantidad de comerciales que se ubican en medio de los bloques. Este programa es una compilación de reportajes grandes con estilo documental, sobre temas diversos. En su mayoría los temas son "light", como por ejemplo: lugares turísticos, tratamientos de belleza, ciencia y tecnología etc.

Según David el tema de las comidas tradicionales cabía perfecto en la temática del programa, por que se conseguía hacer todo un reportaje en relación a un plato típico. Además se podían abordar temas circundantes, como la ciudad , pueblo o comunidad de donde procedía el plato, y también las costumbres y tradiciones referentes al plato y la localidad.

"El éxito fue inmediato, poco a poco nos pedían que visitemos lugares que yo no había escuchado " dijo David. Esta afirmación indicaba que el programa cumplía su propósito de "Dar a conocer nuestra comida, nuestras costumbres y conocer más sobre nuestra comida y nuestras costumbres". La retroalimentación era una variable que yo no había considerado para mi programa de cocina.

Cuando vi el programa Día a Día noté con cierto desagrado, que a pesar de tratar el tema que me interesaba, la forma de abordarlo era un tanto escueta en comparación con programas, como "Comidas Exóticas" de la cadena Travel and Living.

Sin asomos de referencia puedo afirmar que cualquier programa de cocina recetario , donde un chef enseña como preparar un platillo en un set, o reportaje /documental en el cual un reportero o presentador muestra un enfoque sobre un tema específico, debe tener gran cuidado en la dirección de arte. Con esto hago referencia a que la comida entra por lo ojos; si no esta bien presentada, no parecerá apetitosa, entonces causará el efecto contrario al esperado en los espectadores. En el caso de mi programa, si presento un plato típico sin pulirlo desde una perspectiva gourmet, la reacción de los televidentes será de buscar otro sitio para comer o peor ,buscar otro país en donde hacer turismo gastronómico.

La necesidad de un "Talento".

David comentó que la comida típica en su programa era un segmento de aproximadamente 10 min, además no existía un presentador. Sólo veíamos a un periodista haciendo preguntas sobre los platos típicos y probándolos. Lo que en comparación con programas de cocina exitosos, como el antes mencionado, dejaba mucho que desear.

Si bien es cierto que el segmento de comida típica en el programa de David, había generado interés en el publico, el no tener un presentador experto en el tema, dejaba la calificación del plato en manos de un reportero, que sin desmerecer sus conocimientos sobre su carrera, está lejos de ser un experto culinario. Entonces es como poner a opinar a un pianista sobre los resultados de un partido de futbol. Aun que tenga un cierto conocimiento del tema, su opinión no tendrá validez frente a los espectadores.

En efecto este también resulto un problema al momento de rodar mi programa piloto. Yo era el presentador y aunque mi performance estaba inspirado por grandes talentos de pantalla como Andrew Zimmern y Anthony Bourdain, no conseguía describir con mucha elocuencia el aroma del "Tardoncito mireño" (trago típico del cantón Mira) o el sabor de los "Churros" del Mercado de los Ponchos de Otavalo. Me resultaba complicado hacer las

analogías necesarias para dibujar con palabras el sabor de ciertos productos que encontré en mi recorrido por la serranía ecuatoriana; no podía decir que un chamburo sabe a chamburo, o una tuna sabe a tuna.

En el caso de esta última fruta, la encontré a orillas de la carretera, sobre el valle del Chota, en la provincia del Carchi. La tuna crece en las copas de los cactus y esta recubierta por una coraza de espinas muy delgadas. Esto último lo descubrí con mucho desagrado, cuando la tuna se pegó a mis dedos como si se tratara de una cinta de velcro. Cuando me dispuse a comerla, estuve en blanco frente a la cámara por unos segundos, mientras cavilaba las palabras y analogías adecuadas para describir el sabor de una fruta que hasta entonces no había comido. Lo único que se me ocurrió fue "Sabe a manzana". Aun que aquella descripción estaba lejos de ser una elegía a la tuna, al momento de presentar mi piloto frente a un público; la comparación de la manzana les resultó muy acertada, y fácil de digerir.

Había descubierto algo bastante obvio, en un programa de comida donde se muestran platillos o frutos exóticos, hacer una comparación de su sabor con algo muy conocido es una gran forma de describir lo que estás comiendo.

Además haberme espinado las manos, arrancó risas entre la audiencia, conformada por varios compañeros de la carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales de la Universidad San Francisco de Quito. Esas risas se juntaron a las que había causado anteriormente mi ingesta de los churros, debido a las muecas que realice en señal de desagrado con el sabor de esos "bichos".

Las muestras positivas del público ante reacciones adversas del presentador, me hizo ver, que en un programa de esta naturaleza, la calidez del presentador, al igual que una habilidad innata para improvisar, siempre con una sonrisa y buen ánimo, era muy importante, para crear estos puntos de giro.

En donde el espectador puede asimilar un tipo de información ,de forma mas simple y causar una emoción, que crea un vinculo con el programa.

Esteban Verdesoto, Chef y presentador de varios programas de cocina en la televisión ecuatoriana " la mejor forma de describir un sabor o la textura de una fruta, es comparándola con algo que es bien conocido" .

Para Esteban estar al frente de las cámaras, preparando un plato típico, requiere una gran pre-producción, según su experiencia un chef tiene que experimentar con los ingredientes antes de desarrollar una receta, además el guión de un programa de cocina, solo se escribe después de que el chef hizo la receta.

Además una de las facultades que un Chef presentador debe tener ,es la habilidad de "hacer conversación, hilar cuentos, contar historias no es solo cocinar" afirma Esteban, cuando nos habla sobre los tiempos muertos en un programa de cocina.

Él se refiere a esos momentos en los que esta cortando la cebolla, o batiendo una masa de harina y huevos; algo largo y repetitivo que no se puede evitar. En ese tiempo el chef tiene que entretener a sus televidentes con algo mas que sólo cocinar. Por eso no es de extrañar que en los programas, los presentadores suelen traer a colación temas variados, como la historia de la papa, o como su madre les enseñó a pelar la naranja etc.

Según Esteban los tiempos muertos o de silencios incómodos son inaceptables en un programa de cocina.

Los paisajes y la comida.

En Sabores Escondidos la fusión entre la comida y el viaje es el eje principal del programa. Por ende el tratamiento de la imágenes de los lugares turísticos, ciudades, parques, paisajes naturales, la carretera etc. Debe contar una historia que se entrelace con la búsqueda de un plato típico o un producto exótico .

Por citar un ejemplo: Si viajamos en búsqueda de la planta de cacao, sería recomendable hacerlo a través de "la ruta del cacao" que se encuentra en la provincia del Guayas. Entonces las imágenes que debemos mostrar deben contar en breves rasgos un poco de la historia del boom cacaotero de principio de la década de los 20'. Un buen lugar para hacer tomas que grafiquen esa historia sería el parque del "Gran Cacao" ubicado en el cantón Samborondon.

En el programa Sabores Escondidos, fuimos en busca de una fruta llamada chamburo o chihualcan, es un fruto casi extinto en el norte del país. Para llegar hasta ella, hicimos paradas en Otavalo, Ibarra, El Chota y Mira. En cada parada mostrábamos el lugar, los monumentos históricos de la ciudades y ciertas comidas propias y en algunos casos exóticas de cada cantón o parroquia. Por que nuestra idea era mostrar que se puede contar la historia del país usando la comida como hilo conductor.

En una encuesta realizada para esta investigación, le preguntamos a un grupo de 100 personas, hombre y mujeres entre los 20 - 35 años de clase media alta, sobre lo que prefería ver en un programa de cocina.

El 75 % de los encuestados coincidió en que lo mas importante eran los lugares turísticos donde se preparen platillos típicos, y preferían un programa de comida típica antes que uno de cocina, aun que también deseaban conocer como se preparan los platos. Además el 57 % de los encuestados se encontraban en el grupo de los turistas gastronómicos, por ende necesitan conocer de antemano , lugares en donde puedan encontrar platillos exóticos.

En la encuesta pude observar que el 90 % de las personas que respondieron el cuestionario, no sentían que la comida típica del Ecuador este representada en la televisión. Del mismo modo el 75% de los encuestados dijo que no habían visto programas o reportajes que muestren el país a través de la comida.

Entonces puedo deducir que la mayoría de los encuestados desea conocer un poco más de su país y la gran diversidad de comida que este les puede ofrecer. La mejor forma de satisfacer esta necesidad es crear un programa de televisión, que muestre los paisajes naturales, la historia de un pueblo, la fauna y flora de una provincia, mientras un chef va en busca de un producto o un plato exótico.

Conclusiones:

Un buen programa de cocina para televisión no debe ser solamente un recetario animado, donde te enseñan a preparar un plato. Para el público de estos días un programa culinario debe conjugar lo que un turista gastronómico busca al momento de viajar: emociones nuevas, exotismo, paisajes, cultura, historia, información de viajes y un recetario.

Aunque la presencia de un experto gastrónomo siempre es requerida, al igual que la preparación de un plato, estos deben transgredir esa barrera de sólo presentar la preparación, los presentadores y el platillo deben ser estrellas.

El público hoy se muestra hambriento de conocer más sobre su propia cultura gastronómica, lo que levanta un cierto sentido de patriotismo y pertenencia, antes olvidado y nunca tomado en cuenta al momento de realizar un programa de televisión. Esa coyuntura cultural que hoy se despierta, debe ser explotada con programas que retomen la retórica de los antiguos cronistas de viajes.

Aquellos que buscaban un lugar perdido u olvidado, y mediante las letras describían las maravillas que se encontraban a su paso. Despertaban el interés del mundo en lugares que tal vez nunca conocerían. Así se deben plantear los programas culinarios hoy en día, estos deben mostrar las maravillas del mundo y contar la historia de un país a través de la comida.

Cómo es el caso del programa "Sabores Escondidos" cuyo fin es llegar con un pedacito de historia del Ecuador a la mesa del mundo, y dejar que todos puedan deleitarse con los paisajes, las ciudades, pueblos, cultura y sobre todo nuestra gastronomía.

Bibliografía

Prado, Jose.(2010).*El laboratorio de televisión como espacio didáctico*. Manual de televisión. Recuperado el 05-02-2014 de

<http://www.cuci.udg.mx/sites/default/files/Manual%20de%20television.pdf>

Lopez,T. (2012). *La gastronomía como motivación para viajar*. Universidad de Córdova . Recuperado el 03-04-2014 de

http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_12.pdf

Thiel, D. et all (2008). La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo.UNSAM. Recuperado el 05-04 2014 de

<http://www.unsam.edu.ar/escuelas/economia/cidetur/Estudio%20Tomás%20Jofré%20-Parte%201.pdf>

Valderrama,M (2009). El boom de la gastronomía peruana. DESCO. Recuperado el 02-02-2014 de

http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/desco/20100312102627/08_Valderrama.pdf

Valderrama,M (2008). La revolución gastronómica peruana. Gastronomía, desarrollo e identidad cultural el caso peruano. Recupado el 03-03-2014 de

http://www.culturande.org/Upload/2010721161434gastronomia_cultura.pdf

Romero, D. Quito, 15-04-2014. Entrevistador: César Vásquez

Verdesoto,E. Quito, 17-4-2014. Entrevistador: César Vásquez

Anexo 1

Encuestas

Marque con una X la respuesta

Encuesta: Sabores Escondidos

¿Has visto programas o reportajes sobre la comida típica del país?

Sí

No

¿Crees que la televisión ecuatoriana dedica espacio suficiente a la cocina nacional?

Sí

No

¿Crees que la comida típica ecuatoriana esta bien representada en los programas de cocina?

Sí

No

Más de una respuesta:

¿Que te gustaría ver en un programa de cocina típica ecuatoriana?

- A) Los lugares turísticos en donde se preparan los platos típicos ()
- B) Los platos típicos servidos en forma tradicional en las "huecas" ()
- C) Ver los platos típicos preparados en una cocina y presentados al estilo gourmet ()
- D) Ninguna de las anteriores ()

Prefieres que el programa se realice en?

- A) Set de filmación ()
- B) En escenarios naturales ()
- C) Todas las anteriores ()
- D) Ninguna de las anteriores ()

¿Emprendes viajes dentro del país, sólo para probar un plato típico?

Sí

No

¿Alguna vez te has enterado de algún plato típico hasta el momento desconocido para ti, después de ver un programa o reportaje de comida típica del país?

Sí
No

¿En los programas o reportajes que has visto sobre comida típica, alguno de ellos ha tratado de mostrar el país a través de la comida?

Sí
No

Anexo 2
Guión Sabores Escondidos

Anexo 3
Escaleta Sabores Escondidos

Anexo 4
Cronograma de producción

Anexo 5
Diseño de producción

