

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Periodismo ecuatoriano y gastronomía: Una reconstrucción de la
ruta informativa por provincia desde 2015**

Emilia Inés Paz y Miño Mora

Periodismo

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Periodista

Quito, 22 de diciembre de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Periodismo ecuatoriano y gastronomía: Una reconstrucción de la ruta
informativa por provincia desde 2015**

Emilia Inés Paz y Miño Mora

Nombre del profesor, Título Académico

**Pamela Johana Cruz Páez, Maestra en
Ciencias Sociales con mención en
Comunicación**

**Luis Daniel Luengo, Máster
universitario en periodismo y
comunicación digital: datos y nuevas
narrativas**

Quito, 22 de diciembre de 2022

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Emilia Inés Paz y Miño Mora

Código: 00210587

Cédula de identidad: 1727426635

Lugar y fecha: Quito, 22 de diciembre de 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA

A mis padres quienes siempre confiaron en mí y me apoyaron desde el día uno.

A mis tías y tío por escuchar una y otra vez mis historias.

A Isabela, por sacarme sonrisas, su cariño y siempre preguntarme sobre lo que hago.

A mis abuelas, por siempre preocuparse por mí y prender una vela cada que tenía una salida a territorio.

Y finalmente a mi hermano, por estar ahí siempre para hacerme reír, molestar y divertir.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, abue y tías por permitirme seguir este loco sueño de ser periodista.

A todos mis amigos que fui encontrando en la universidad, con quienes compartimos, risas, salidas, trabajos y sobre todo increíbles recuerdos.

A mis profesores Pamela, Eric, Tania y Luis Daniel quienes pacientemente me han ayudado y compartido sus conocimientos en los últimos cuatro años.

A los chefs Esteban y Emilio, que me guiaron en el camino de la gastronomía desde el inicio y me hicieron encantarme por esta especialidad.

RESUMEN

El presente trabajo reconstruye la ruta del periodismo gastronómico en el Ecuador, por provincia, desde 2015 hasta la actualidad. A partir de la revisión de seis documentos académicos registra las principales fuentes de este tipo de periodismo quienes aportan sobre la variedad de temas y el tipo de lenguaje empleado, configurando este periodismo especializado. En tres capítulos se desarrolla esta investigación. En el primero está la metodología empleada, la cual fue de tipo cualitativo; ya que contó con revisión de fuentes tanto primarias como secundarias. Posterior a ello, se redactaron los marcos contextual y referencial del trabajo de investigación y con esto se elaboró el *paper* "Periodismo y gastronomía: Configuración actual del periodismo gastronómico en Ecuador a partir de 2015" en el cual se pueden encontrar las principales voces alrededor del periodismo gastronómico, qué ha pasado a lo largo de los años en el país, las palabras clave y medios nacionales que han incluido este contenido en su agenda.

El segundo capítulo, por otro lado, fue el planteamiento y la elaboración de un proyecto multimedia realizado a partir de los resultados y recomendaciones del *paper*. El proyecto es una página web llamada *Saphi Tiqsi*, que es un medio gastronómico sobre los orígenes de los sabores; por lo tanto, presenta un reportaje sobre la ruta gastronómica de ajís en el Mercado de Iñaquito en la capital. En ese sentido, esta página busca ser un tipo de registro y ejemplo sobre el tratamiento de contenidos gastronómicos en cuanto a variedad de temas, conceptos, tratamiento de la información, fuentes consultadas, entre otros. Finalmente, en el capítulo tres están las conclusiones del presente trabajo. Aquí se demuestra que existe mayor interés en este tipo de periodismo como también una evolución en temáticas, pero aún queda mucho por hacer.

Palabras clave: Periodismo, periodismo especializado, periodismo gastronómico, flujo de noticias, preparación de alimentos, identidad cultural, medios de comunicación, gastronomía.

ABSTRACT

The present work reconstructs the gastronomic journalism route in Ecuador, by province, from 2015 to the present. Using the review of six academic documents, it records the main sources of this type of journalism who contribute on the variety of topics and the type of language used, configuring this specialized journalism. This research is developed in three chapters. The first one explains the methodology used, which was historical qualitative, since it had a review of both primary and secondary sources. After that there are the contextual and referential frameworks of the research work that were used for writing the paper "Journalism and gastronomy: Current configuration of gastronomic journalism in Ecuador from 2015", that explains the main voices around of gastronomic journalism, what has happened over the years in the country, the keywords and national media that have included this content in their agenda. The second chapter, on the other hand, was the approach and development of a multimedia project based on the results and recommendations of the paper. The project is a web page called *Saphi Tiqsi*, which is a gastronomic media about the origins of flavors; therefore, it presents a chronicle of the gastronomic route of chili peppers in the Iñaquito Market in the capital. In that sense, this page seeks to be a type of record and example on the treatment of gastronomic contents in terms of a variety of topics, concepts, information treatment, sources consulted, among others. Finally, in chapter three are the conclusions of this work. Here it is shown that there is greater interest in this type of journalism as well as an evolution in themes, but there is still much to be done.

Keywords: Journalism, specialized journalism, gastronomic journalism, news flow, food preparation, cultural identity, media, gastronomy.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	10
Objetivo General	13
Obejetivos Específicos	13
Diseño metodológico	13
Capítulo I De la mesa a la prensa en el Ecuador: La configuración del periodismo gastronómico y su presencia en el país	17
1.1 Marco Contextual	18
1.2 Marco Referencial	23
1.3 <i>Paper</i> : definición, estructura y características	26
1.4 El <i>paper</i> a publicación	28
Capítulo II.....	433
<i>Saphi Tiqsi</i> : Historias periodísticas del huerto a la mesa	433
2.1 Cronograma y presupuesto	44
2.2 El proyecto multimedia	45
2.3 Formato 1	50
2.4 Formato 2	51
Capítulo III	433
Conclusiones.....	533
Anexo A: Matriz a partir de las tesis consultadas.....	61
Anexo B: Tabulación información medios que se menciona.....	63
Anexo C: Fuentes que mencionan en las tesis.....	644

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1: Cronograma de actividades investigativas y proyecto multimedia	44
Tabla #2: Presupuesto destinado al trabajo de investigación y al proyecto multimedia	45

ÍNDICE DE FIGURAS E IMÁGENES

Gráfico #1: Nube de palabras clave usadas en las tesis consultadas	34
Gráfico #2: Columnas y barras sobre las menciones y medios ecuatorianos sobre Periodismo Gastronómico, según tesis	36
Gráfico #3: Diagrama circular o embalaje circular	38
Imagen #1: Captura de pantalla de la página principal del proyecto	47
Imagen #2: Captura de pantalla de sección VOCES en la página web	48
Imagen #3, #4 y #5: Captura de pantalla de los contenidos de la sección VOCES en la página web	48
Imagen #6: Captura de pantalla de sección REPORTAJES en la página web	49
Imagen #7: Captura de pantalla de sección GALERÍA en la página web	50
Imagen #8: Captura de pantalla de sección MULTIMEDIA en la página web	50
Imágenes #9, #10 y #11: Captura de pantalla de los contenidos de la sección MULTIMEDIA en la página web	51
Imagen #12: Captura de pantalla de sección SOBRE SAPHI TIQSI en la página web	52
Imagen #13: Captura de pantalla de sección CONTACTO en la página web	52

INTRODUCCIÓN

El Ecuador no solamente es un territorio multicultural y pluriétnico sino, también, es rico en sabores. Hay una gran variedad gastronómica que existe en el país y, como lo establece Susana Rubio en su tesis *Periodismo especializado en gastronomía: análisis comparado del contenido de Mortero de Piedra y Revista Chiú del último trimestre de 2019*, la gastronomía ecuatoriana por muchos años ha usado la tradición oral para pasar las recetas de generación en generación (Rubio, 2020). Dicho legado no ha sido muy frecuente en los medios; de hecho, el periodismo gastronómico se ha visto limitado a pocos medios de comunicación, escasos periodistas especializados y medios donde no se toman en serio la gastronomía, como menciona Nelson Dávalos en su tesis *Panorama del Turismo Gastronómico en Ecuador: ¿Qué existe y qué falta para potenciarlo?* (Dávalos, 2017).

Sin embargo, en la última década este tipo de periodismo especializado ha tenido algo de despegue, debido a concursos de gastronomía en la televisión, como *Masterchef*, ferias gastronómicas a lo largo del país, oferta de la carrera de gastronomía en las universidades y también medios nativos web como *Primicias* y *GK* que cuentan con temas gastronómicos; lo que provocó que tenga influencia en la sociedad y dentro del mundo del arte culinario. No obstante, todo esto está correlacionado, debido a que, según Miquel Rodrigo Alsina en *La construcción de la noticia*, la producción de noticias empieza con un acontecimiento, mismo que no es algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto, sino que este acontecimiento es lo que le brinda sentido (Rodrigo, 1989).

El periodismo gastronómico, según Mateo Velasco en una nota escrita para el Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo de la Universidad San Francisco (*CHAT*), puede ser informativo, interpretativo y de opinión (Velasco, 2021). También, según Francesc Fusté-Forné y Pere Masipaunque en su tesis *El discurso mediático en torno a la gastronomía:*

las narrativas culinarias en la prensa catalana, el arte culinario ha tomado fuerza en redes sociales y televisión, pero la prensa escrita es el referente en producción gastronómica (Fusté-Forné y Masip, 2018). En el Ecuador, en la tabla de datos sobre los medios en el país, el Consejo de Comunicación (CORDICOM), señala que contamos con alrededor de 793 medios de comunicación social, sin embargo, menciona que no son todos los medios existentes, sino únicamente aquellos que realizaron el registro en el aplicativo RPM del Consejo. (Consejo de Comunicación, 2021). No obstante, en dicha tabla no constan las temáticas que cubre cada medio y aparentemente el Consejo tampoco cuenta con aquella información, por ese motivo no es posible establecer cuántos medios de comunicación en el país cuentan con una sección de gastronomía. Es menester agregar también lo que mencionan Renata Lizarzaburo y Roberto Sánchez en el libro *Comunicación, desarrollo y política* sobre que muchos de los medios han sido presionados por autoridades de Estado para el contenido de sus temáticas, algo que impide el flujo de noticias de una manera orgánica (Lizarzaburo & Sánchez 2018). Debido a esto es importante la búsqueda de dichos medios como también resaltar la variada gastronomía ecuatoriana y recuperar y preservar el valor de la gastronomía ancestral, lo cual indica Mayra Coque en su tesis *La Gastronomía Ancestral y su influencia en el turismo cultural del cantón Ambato provincia de Tungurahua* (Coque, 2013).

En el mapa gastronómico del Ecuador, elaborado por el Ministerio de Turismo, se pueden ver los 24 platillos emblemáticos del país, representando a cada provincia, como también conocer la calidad de los productos y lo que los distingue de los demás (Ministerio de Turismo, 2018). De esta forma se establece una identidad no solo por región sino por cada una de las provincias. Isaac Jácome y Lía Salvador en su tesis *Periodismo Gastronómico. La identidad cultural guayaquileña reflejada en su gastronomía* mencionan que la gastronomía siempre ha estado ligada a la identidad cultural de un lugar o región y es considerada otra de las riquezas de un país (Jácome y Salvador, 2015); por ello, Yanira Bravo en su tesis *Análisis de la identidad*

cultural en la gastronomía establece que la identidad cultural de cada pueblo es diferente, porque viene expresada en la gastronomía según los insumos al alcance en la zona (Bravo, 2020).

En el caso del Ecuador, la preparación de alimentos es un ritual de fechas especiales como Finados. La cobertura mediática de esto tiene su impacto, ya que es parte de la coyuntura. No obstante, el resto del año los platillos pasan desapercibidos. En el 2015 fue la primera vez que se realizó un *Encuentro de Periodismo Gastronómico en Latitud Cero*, un festival gastronómico de la ciudad de Quito, en este encuentro estuvo presente una representante de *The Foodie Studies*, una plataforma de formación y divulgación sobre gastronomía, quien mencionó que en Ecuador el trabajo de investigación de los periodistas gastronómicos tiene que ser en profundidad y abarcar a los pequeños productores para contar al público “por qué come lo que come y cómo lo come” (Acosta, 2015). Un año antes, el chef ejecutivo Juan Pablo Holguín mencionó en una nota del diario *El Telégrafo* que considera que la sociedad ecuatoriana está comenzando a valorar un poco más sus productos, sus raíces, su historia gastronómica, etc., (Holguín, 2014). Incluso en 2013 Ecuador fue denominado “Mejor destino gastronómico” en los *World Travel Awards* (Ministerio de Turismo, 2013). Tres años después, un artículo de *Vistazo* indicó que a nivel periodístico quienes están detrás del impulso de la gastronomía en el país eran profesionales jóvenes de entre 25 y 40 años (Vistazo, 2016). Finalmente, este año, Ignacio Medina, periodista gastronómico de *Primicias*, realizó una nota donde menciona que en el 2022 Quito será una de las ciudades invitadas en la próxima edición de *Madrid Fusión y Bogotá Madrid Fusión*, el certamen gastronómico de mayor relevancia entre los que se celebran en la región (Medina, 2022).

Como se puede observar la gastronomía en el país ha tenido un despegue a nivel periodístico en cuanto a tema de agenda y apertura de espacios de difusión, pero la cobertura no es igual a nivel nacional. Con 24 platillos emblemáticos se podría deducir que hay medios especializados

en cada provincia para cubrir esas áreas de interés, no obstante, la realidad es otra. No hay estadísticas oficiales que den cuenta de la existencia de este tipo de periodismo especializado en el país. Por este motivo la pregunta de investigación de este trabajo es ¿Cómo el periodismo gastronómico se ha configurado a nivel de cobertura, temáticas y fuentes en los últimos 7 años en el Ecuador?

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general del presente trabajo de titulación es investigar la forma en la que el periodismo gastronómico en el Ecuador se ha ido configurando a nivel de cobertura, temáticas y fuentes en los últimos 7 años hasta considerarse otro tipo de especialidad de la profesión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ☞ Definir el periodismo gastronómico y los temas de cobertura, así como también la variedad de fuentes y el lenguaje utilizado para la difusión de estos contenidos.
- ☞ Reconstruir la ruta del periodismo gastronómico a nivel nacional, a partir de revisión de fuentes primarias y secundarias que son parte de una investigación histórica.
- ☞ Sistematizar los resultados de esta investigación histórica, para que los mismos sirvan para el desarrollo del *paper* académico y el proyecto multimedia.

DISEÑO METODOLÓGICO

Para la elaboración del presente trabajo de investigación, se usó el enfoque de investigación cualitativa en el cual se busca recolectar y analizar la información en todas las formas menos la numérica; como en el caso del periodismo gastronómico, donde no existe el número de medios que cubren este ámbito. Como explica Víctor Niño en el libro *Metodología de la Investigación*, este tipo de investigación se centra en la exploración de un limitado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores (Niño, 2011); ya que la meta es lograr profundidad y no amplitud.

A la par de la investigación cualitativa se aplicó también la investigación histórica que cuenta con muchas descripciones, la cual utilizó un análisis de fuentes tanto primarias como secundarias. Según Niño, la investigación histórica busca analizar, interpretar y explicar todos los aspectos y fenómenos comprendidos en la historia, y no simplemente determinar y relatar los hechos (Niño, 2011). Al ser la pregunta de investigación: ¿Cómo el periodismo gastronómico se ha configurado a nivel de cobertura, temáticas y fuentes en los últimos 7 años en el Ecuador? Este tipo de investigación permitirá conocer a profundidad cómo esta especialidad de periodismo ha ido evolucionando y formándose en los últimos 7 años, al igual que, establecer una ruta para determinar la cobertura de esta temática.

El periodo de tiempo establecido para dicha investigación es a partir del 2015 a la actualidad; ya que en ese año fue la primera vez que Ecuador participó en un encuentro de periodismo gastronómico realizado en Quito y desde allí ha habido un cierto tipo de auge en esta especialidad. De igual manera, se determinó que la ruta sería de todo el Ecuador, debido a que, en el mapa gastronómico del Ecuador elaborado por el Ministerio de Turismo, se establecen 24 platos emblemáticos del país representado a cada provincia, es decir, dentro de cada región existe una ruta gastronómica que debe ser cubierta por parte de esta especialidad de periodismo. Sin embargo, la cobertura no es igual para todas, empezando por el hecho que no existe un registro oficial, en el Consejo de Comunicación, de medios que cubran estas temáticas a nivel nacional.

En cuanto a la elección de fuentes primarias y secundarias que competen dentro de la investigación histórica primero fueron seleccionadas las secundarias que se refieren a documentos y material archivo. Para esto se realizó una búsqueda de las universidades en el país que presentan periodismo y gastronomía en su oferta de cursos, y se determinó que, únicamente 6 universidades en el país cumplen estos dos requisitos: la Universidad UTE, la Universidad de las Américas (UDLA), la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), la

Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG). Posterior a ello, en los repositorios de dichas universidades de buscó tesis de pregrado y posgrado sobre periodismo gastronómico o algo parecido a la temática, como también tesis de periodismo y gastronomía realizadas. La UDLA, la USFQ y la UCSG fueron las únicas universidades que presentaron tesis académicas sobre la temática, se ubicaron un total de seis tesis, mismas que fueron usadas para la elaboración del presente trabajo y sirvieron como base para las fuentes primarias; que son medios de comunicación, periodistas nacionales que han investigado sobre esta o que se encuentran ejerciendo el periodismo gastronómico en el país.

Para descubrir esto se elaboró una matriz que contó con 13 distintas variables, estas fueron: el nombre la universidad, tesis existentes en la carrera de periodismo, de gastronomía y sobre periodismo gastronómico, el nombre de la tesis de la temática de periodismo gastronómico encontrado, el enlace a la tesis, el autor o autores, el año de publicación, un breve resumen de la misma, los medios de comunicación que menciona, las notas de prensa del estudio, los hechos que cubrió, las posibles fuentes que pueden ser de utilidad para este trabajo y las palabras clave. A partir la matriz de especificaron los medios o periodistas de estos medios que serían entrevistados al igual que las entrevistas con expertos. Los expertos entrevistados fueron Gisella Haro, Gabriela Valarezo, Josué Mendoza, Ivanna Zauzich, Karla Echeverría, Luis Daniel Luengo, Esteban Tapia y Ana Carolina Maldonado. Las entrevistas tuvieron un carácter semi estructurado, que permitió la ampliación del tema. Las preguntas de las entrevistas fueron sobre como evalúan el periodismo gastronómico a nivel nacional, buenas prácticas periodistas en esta especialidad, sus experiencias cubriendo estas temáticas, que le falta al Ecuador en el ámbito, conceptos alrededor de la temática entre otros, permitiendo así identificar desde la voz de los expertos la situación del periodismo gastronómico en el Ecuador y cómo se ha ido configurando a lo largo de los años. Las voces de los expertos entrevistados se encuentran

incluidas en el proyecto multimedia a forma de un pequeño podcast con una frase destacada de cada uno.

CAPÍTULO I

De la mesa a la prensa en el Ecuador: La configuración del periodismo gastronómico y su presencia en el país

El periodismo gastronómico en el Ecuador se ha ido configurando a lo largo de los últimos 12 años, tomando como punto de partida el 2010 cuando tres periodistas ecuatorianos fueron fundadores, junto a otros periodistas de Latinoamérica, de APEGLA una Asociación de Periodistas Gastronómicos de Latinoamérica. Con la conformación de dicha asociación se demostró que en el país se tenía profesionales formados para dicha temática. No obstante, cuando esta especialidad tomó verdaderamente fuerza fue en 2015 cuando el país participó en el primer encuentro de periodismo gastronómico. En este espacio debatieron sobre la situación de este entre profesionales y estudiantes de la carrera.

En los últimos siete años esta especialidad del periodismo ha tenido su auge al contar con medios que tienen secciones o segmentos específicos para esta temática, como también periodistas capacitados en este ámbito. Estos profesionales buscan llegar a la gente por medio de un lenguaje sencillo para conectar con ellos y a la vez promocionar la gastronomía nacional. En este capítulo se busca cumplir los tres objetivos específicos del presente trabajo de investigación. El primero es definir el periodismo gastronómico y los temas de cobertura, así como también la variedad de fuentes y el lenguaje utilizado para la difusión de estos contenidos. El segundo objetivo es, por otro lado, reconstruir la ruta del periodismo gastronómico a nivel nacional, a partir de revisión de fuentes primarias y secundarias que son parte de una investigación histórica. Finalmente, el tercer objetivo es la sistematización de los resultados para la elaboración de un *paper* académico, mismo que será propuesto para la revista *#PerDebate* y servirá como base para el proyecto multimedia que consta de la elaboración de una página web.

1.1 Marco Contextual

Los antecedentes del periodismo gastronómico datan hace dos siglos. El periodismo gastronómico, como tal surgió en Francia en el siglo XIX y su propósito principal fue formar anfitriones entre la nueva burguesía napoleónica, según Emilce Broggi, Eugenia Méndez y Valeria Paredes en el libro *Periodismo. Un mundo de especializaciones* de Miguel Ledhesma, (Ledhesma, 2018). De igual manera, las autoras indican que a quien le atribuyeron la fundación del periodismo gastronómico fue a Balthazar Laurent Grimod De La Reynière, un periodista francés que antes de la Revolución Francesa era crítico teatral y que posteriormente se interesó en lo relacionado a la “buena mesa” creando así la crítica gastronómica. Con el pasar del tiempo y la creación de restaurantes, esta rama del periodismo se fue ampliando poco a poco. Sin embargo, surgió una nueva disyuntiva.

A pesar de que ganó campo en los medios de comunicación masiva, son pocos los periodistas y comunicadores que están realmente preparados para dicho fin, y que quienes lo hacen son muchas veces los mismos chefs o *sommeliers* (Ledhesma, 2018). Hay que destacar que, en estos casos, a pesar de que tienen la formación en gastronomía, no la tienen en periodismo y por ende no pueden comunicar a la sociedad sus conocimientos de forma efectiva.

Al otro lado del mundo, específicamente en el Ecuador, no existe una fecha en particular en donde esta especialidad del periodismo llegó al país, sin embargo, un buen punto de partida puede ser en el 2010. En agosto de ese año se fundó la Asociación de Periodistas Gastronómicos Latinoamericanos (APEGLA), cuyo objetivo era fortalecer los lazos entre los comunicadores especializados y promover globalmente el conocimiento gastronómico de la región (Apegla, 2011). Entre sus miembros fundadores estaban los periodistas ecuatorianos Gino Molinari, Gisela Haro y Antonio Changuin, demostrando así que se tenía personas capacitadas en el área de cobertura para este tipo de contenidos.

Gino Molinari fue un chef profesional que trabajó por muchos años como presentador en *Gamavisión* y su último cargo, antes de fallecer, fue vicepresidente de la Asociación de Periodistas Gastronómicos Latinoamericanos. Gisella Haro, por otro lado, fue directora de la Secretaría Ecuador y menciona que “APELGA estuvo funcionando un año, pero luego no funcionó y no sé si sigue en funciones, yo creo que no” (Haro, 2022). Finalmente, sobre Antonio Changuín no hay más información a parte que cofundó dicha asociación.

Luego desde 2011 hasta 2015, que es el punto de partida de la ruta que se ha configurado hasta la actualidad, los temas de cobertura y medios que han abierto su tabla de contenidos para incluir los de gastronomía han sido escasos. En el 2011 una empresa llamada *Gastronomía.com* surgió como proyecto del *Grupo Menus* que es una empresa especializada en la restauración y la gastronomía de España (Gastronomía.com, 2011). Sin embargo, tiene un segmento nacional, donde en los últimos años se ha publicado contenido alrededor de la gastronomía ecuatoriana enfocado en la comida y los lugares en donde esta se origina. En 2013, el Ministerio de Turismo emitió un comunicado sobre un Taller de Periodismo Gastronómico organizado por la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) y la empresa de Comunicaciones Eventos Ferias (Comofex), que contó con la presencia de Ignacio Medina, periodista gastronómico español, quien ha ganado campo en el Ecuador dentro de esta área del periodismo (Ministerio de Turismo, 2013). En el mismo año se realizó la segunda edición el congreso Latitud Cero, que contó con chefs nacionales e internacionales. Su objetivo fue que los asistentes sean testigos de la gran biodiversidad de productos del país, el potencial turístico que tiene y la tradición culinaria para generar turismo gastronómico (Carrillo, 2013).

Un año después del congreso, Juan Pablo Holguín, chef ejecutivo indicó en diario *El Telégrafo* que “la sociedad ecuatoriana está comenzando a valorar un poco más sus productos, sus raíces y su historia gastronómica” (Holguín, 2014), y volvió a citar las palabras de Ignacio Medina

“la crítica es la disciplina que hace avanzar la cocina; impulsa la reflexión y propicia el debate” en referencia a que esto permitió el desarrollo del concepto de periodismo especializado en gastronomía en el país (Holguín, 2014). De esta forma se llega al 2015 donde Ecuador participa por primera vez en el primer encuentro de Periodismo Gastronómico en el festival Latitud Cero realizado en la Mitad del Mundo. En este encuentro periodistas nacionales y estudiantes de varias universidades del país debatieron sobre la importancia de “saber distinguir entre la farándula gastronómica y la correcta y veraz crítica gastronómica”. Como también establecieron que “la labor del periodista gastronómico en el país debe llegar más a fondo y hacernos responsables de divulgar la historia de los pequeños productores, para que el mundo entienda por qué come lo que come y cómo lo come” (Acosta, 2015).

En 2016, por otro lado, aparece *A Punto* un sitio web que tiene el objetivo de dar conocer los pequeños emprendimientos dentro del mundo de la gastronomía quiteña (A Punto, 2016). En este sitio comparten información gastronómica de forma periódica con un enfoque periodístico. En el 2017 diario *El Comercio* hace una entrevista a Ignacio Medina quien habla sobre el periodismo gastronómico, de esta forma da a conocer a los ecuatorianos esta especialidad del periodismo como también su importancia a nivel nacional (El Comercio, 2017). Es importante mencionar que para este año ya había blogs de gastronomía donde personas normales iban a restaurantes y hacían un pequeño video que difundían a través de redes sociales sobre cómo les pareció la comida y el lugar, algo que años después tomaría mucha fuerza. En ese mismo año el medio *El Productor* publicó una nota donde indicaba que periodistas europeos de las revistas *Good Things Magazine*, de Inglaterra, y *Forbes*, de Hungría darían a conocer los atractivos que ofrece el Ecuador a nivel de oferta turística, gastronómica, cultural y de exportación del país (El Productor, 2017). Esto motivó a que otros periodistas y blogueros de viajes desarrollen videos y contenido para redes viajando por el país e indicando la riqueza culinaria de las distintas provincias.

Entre 2018 y 2019 hubo una producción de notas gastronómicas dedicadas a reseñas de restaurantes, promoción de eventos culinarios, como visitas de chef reconocidos, ferias y exposiciones de alimentos. En cada región del Ecuador se lo experimentó de distinta forma siendo Guayaquil, Quito y Cuenca las ciudades con más ferias e investigaciones sobre las rutas gastronómicas de algunos platos emblemáticos. Los mariscos se destacaron en la Costa, hornado, mote, carne, cuy, papa, entre otros en la Sierra. Mientras que en el Oriente se resaltaron platos como el maito de pescado, la diversidad de frutas y verduras, chontacuros, etc. Por otro lado, es importante mencionar que las investigaciones sobre las rutas gastronómicas vienen de parte de los chefs y la academia, y a partir de estos los periodistas gastronómicos suelen tomar de inspiración para elaborar contenido periodístico al respecto. Luis Daniel Luengo, periodista y cocinero, menciona que las investigaciones que vienen desde la gastronomía al periodismo muchas veces están ligadas con temas de contaminación de alimentos o modos de extracción que afectan al medio ambiente (Luengo, 2022). Este es el caso de los monocultivos industriales de Palma Africana que, según Manuel Bayón, quien realizó una investigación sobre esta temática, tienen un impacto a nivel territorial, social y ambiental (Bayón 2013).

De vuelta a la cronología, en el 2020 se organiza un *Workshop* Gastronómico en Guayaquil que contó con la presencia de Ignacio Medina, este fue organizado por la Prefectura del Guayas y la Escuela de Chefs, lugar donde se realizan diversas investigaciones y *papers* académicos sobre gastronomía ecuatoriana. El objetivo del *workshop* fue posicionar a Guayaquil como un destino de turismo gastronómico (Prefectura de Guayas, 2020).

En 2021, el chef Pablo Cruz Molina dijo para *Periodismo Público* que “el Ecuador tiene todo lo necesario para potenciar el turismo gastronómico y llegar incluso a ser más conocido que la gastronomía peruana”, que por muchos años ha invertido en su promoción y difusión a nivel

mundial, y que lo único que necesita es “creer en nuestra propia cultura gastronómica” (Periodismo Público, 2021).

Esto se puede lograr mediante la difusión de contenidos gastronómicos desde el periodismo que cuenten con un lenguaje accesible para toda la ciudadanía y conectar de esta manera con el público. Un ejemplo de ello es la sección gastronómica *Quiero Comer* en el portal *GK*. Esta sección nació en 2020 de la mano de Gabriela Valarezo, directora de arte y gastronoma, y cuenta con historias, recetas, reseñas y elogios a la comida. Valarezo menciona que el objetivo del proyecto era conectar con la gente mediante la comida “ya que esto es algo muy humano” y que a lo largo del tiempo se dio cuenta que la gente se interesa más en conocer de esta cuando el lenguaje utilizado es simple “hicimos una lista de mandamientos en *GK*, sobre cómo debía escribir, uno de ellos era no usar lenguaje muy rebuscado” (Valarezo, 2022). El segmento tiene mucho éxito, en la actualidad no solo se publica en la página web del medio, sino también llega a los correos de los suscriptores cada domingo, en forma de un *newsletter*.

Primicias, *El Universo* y *VitoTvo*, son otros ejemplos de medios que cuentan con personas capacitadas en periodismo gastronómico y que dedican secciones para este tipo de contenidos. En *Primicias*, el encargado es Ignacio Medina, quien realiza reseñas, anuncios de ferias y participaciones de Ecuador a nivel culinario, notas sobre productos recién descubiertos y notas de opinión entre otros desde 2021 (Primicias, 2021). En el caso de *VitoTv* el encargado es Josué Mendoza quien explica que la idea de *Hoy*, el segmento gastronómico de cada viernes nació en 2021 y se empezó a implementar en el 2022. La idea de este era promocionar los emprendimientos gastronómicos de la gente “como también indicar la gran cantidad de platillos y preparaciones que tenemos en el Ecuador” (Mendoza, 2022). Mendoza, al igual que Valarezo, destaca “la importancia de conectar con la gente a partir del uso de un lenguaje sencillo, que todos puedan entender e identificarse” (Mendoza, 2022) al momento de hablar de

gastronomía en el periodismo. Finalmente, en *El Universo* hay varias personas encargadas de esta temática y cuentan con una sección exclusiva de gastronomía. Algunas de estas personas son: Diana J. León, *Gourman*, Gisella Quintana y Alex Carrillo y los contenidos varían alrededor de las temáticas antes mencionadas.

Como se puede observar, el periodismo gastronómico en el Ecuador ha desarrollado bases que han permitido que este se siga desarrollando a lo largo del tiempo y sobre todo interesado a la ciudadanía. El camino por recorrer aún es largo, sin embargo, con la ayuda de los distintos periodistas que cada vez más se interesan en esta especialidad y de la ciudadanía este puede seguir creciendo, hasta posicionarse como una especialidad importante en el país. Cabe destacar que, con esta diversificación de contenidos desde las universidades, chefs gastronómicos y periodistas esta especialidad puede ser muy lucrativa para el país en el ámbito económico, ya que mientras más gente conozca sobre la gastronomía ecuatoriana esta permitirá aumentar el turismo gastronómico y este a su vez el turismo en general, que es una fuente importante de la economía del Ecuador luego de las exportaciones.

1.2 Marco Referencial

Para poder definir el periodismo gastronómico se debe definir dos conceptos anteriores; periodismo y periodismo especializado. En el primer caso, Bill Kovach y Tom Rosenstiel en el libro *Los elementos del periodismo* lo definen como “un servicio público que habla por sí mismo y que es expuesto por su vacuidad” (Kovach & Rosenstiel, 2007, p.30). No obstante, los autores también agregan que, la definición de periodismo se ha ido expandiendo debido a la tecnología y que esto ha provocado que cualquier cosa pueda ser vista como periodismo y que para entender su esencia es necesario conocer su propósito, el cual es “proporcionar a los ciudadanos con la información que necesitan para ser libres y autónomos” (Kovach &

Rosenstiel, 2007, p.31), es decir, lo que lo define es la función que juega la noticia en la vida de gente.

Por otro lado, el periodismo especializado es definido como “una manera de producir textos periodísticos con unos rasgos determinados, con el ámbito temático como eje fundamental frente al geográfico, al demográfico, al mediático y al metodológico” (Meneses, 2007, p.137), por María Meneses en *Entorno al Periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales*. Es decir, es periodismo específico de una temática en particular que cubre todos los temas y subtemas que este involucra.

Esto es lo que da paso a la definición de periodismo gastronómico que es el concepto central del presente trabajo de investigación. El periodismo gastronómico se entiende como “una rama del periodismo que se especializa en todo lo que tenga que ver con el arte culinario” (Ledhesma, 2018). Con este es posible la redacción de noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, relatos, investigaciones y perfiles de gastronomía y todo lo que esta involucra a nivel nacional e internacional.

La gastronomía, a su vez, es una actividad interdisciplinaria y en palabras de Cecilia Gutiérrez, es el estudio de la relación entre cultura y alimento (Gutiérrez, 2012). Esta estudia varios componentes culturales y tiene a la comida como tema central. Es por este motivo que la gastronomía dentro de un lugar o una región se la comprende como parte de la identidad cultural del sitio. Entendiéndose como identidad cultural al “conjunto de manifestaciones socioculturales (creencias, tradiciones, símbolos, costumbres y valores) que le provee a los individuos pertenecientes a una comunidad un sentido de pertenencia y comunión con sus pares” (Equipo Editorial Etecé, 2021).

Dentro del arte culinario de un país están las tradiciones y formas de preparación de los alimentos únicos del lugar. Es en este punto donde el periodismo gastronómico entra en acción, ya que mediante es posible explorar esas formas de preparación y mediante la ayuda de los medios de comunicación difundir el conocimiento culinario de los distintos lugares. Los medios de comunicación son, por otro lado, sistemas que funcionan para expandir los conocimientos sobre algo de forma masiva, estos pueden ser mediante la prensa escrita, la radio, la televisión, etc. Estos también permiten el flujo de noticias, que según el Tesouro de la UNESCO es la transferencia de información.

Una vez definidas las palabras clave del presente trabajo de investigación es posible hablar sobre los temas de cobertura, la variedad de fuentes y el lenguaje utilizado para la difusión de los contenidos gastronómicos. En el caso de la cobertura, algunas de las temáticas más comunes son las reseñas de restaurantes o platos específicos en fechas importantes, anuncios sobre ferias gastronómicas en el país, críticas de calidad alimentaria, productos destacados, algún descubrimiento de un producto culinario o una nueva forma de preparación de algún alimento y opiniones de críticos culinarios. Sin embargo, las investigaciones vienen por parte de los chefs y luego que los *papers* académicos son divulgados, el periodista se da cuenta de el nuevo producto o ruta gastronómica y empieza a realizar los contenidos periodísticos a partir de ello.

En la variedad de fuentes a las que se consulta en esta especialidad del periodismo según Yanet Acosta, master en Comunicación y Periodismo Gastronómico, se destacan los chefs, cocineros y cocineras, *sommeliers*, hosteleros y hosteleras, agricultores y agricultoras, distribuidores de alimentación, críticos de alimentos, catadores, etc. (Acosta, 2021). Quienes son los que están inmersos en este mundo y conocen de primera mano lo que sucede. Finalmente, sobre el lenguaje utilizado en la difusión de este tipo de contenidos Luis Daniel Luengo explica que “varía según el contenido que se está desarrollando”, por ejemplo, en periodismo turístico que

involucra gastronomía, muchas veces ocupa un lenguaje un tanto más informal porque la difusión es por medio de video blogs en redes sociales. En el caso de reseñas por parte de críticos tiene un lenguaje algo más formal, sin embargo, su impacto es peculiar y mínimo, “ya que la persona que lee este tipo de contenidos es alguien que tenía curiosidad por ir o no al lugar” (Luengo, 2022). En cambio noticias como la de los *Nuggets* hechos por *McDonald's* tiene un impacto masivo, ya que hay mucha gente interesada en ese contenido y el impacto que tuvo fue masivo, al hacer que a cadena transnacional empiece a trabajar con productos locales. En este punto es menester hacer hincapié en la importancia de definir los conceptos antes de hablar de una temática y entender que en el caso del periodismo gastronómico este no tiene que ver sólo con la comida o reseñas o productos alimenticios, sino involucra todo el mundo del arte culinario, mismo que tiene muchas aristas y vertientes. En cuanto a las fuentes, contenidos y lenguaje utilizado se puede concluir que, como en otras especialidades del periodismo, es necesario conocer bien lo que se está haciendo para llegar de mejor manera a la audiencia y hay que tener en cuenta que al ser una temática que esta todo el tiempo presente en nuestras vidas, el lenguaje sencillo es la mejor opción para la difusión de estos contenidos, como también trabajar junto a las fuentes expertas quienes viven de primera mano todo esto.

1.3 Paper: definición, estructura y características

El *paper* o artículo académico es un tipo de escrito “producto de una investigación desarrollada en el marco de una disciplina del conocimiento, con temática y objetivos rigurosamente delimitados, bajo lineamientos teóricos y metodológicos específicos” (Arenas et al.,2014, p.2) como lo mencionan docentes del Departamento de Lectura y Escritura Académicas de la Universidad Sergio Arboleda de Bogotá en el texto *El Artículo Académico*. El objetivo de este escrito es “sintetizar y difundir en el ámbito académico el resultado parcial o total de un trabajo de investigación” (Arenas et al.,2014, p.2). Para lograr tal cometido es necesario la rigurosidad,

precisión y seguir la metodología establecida para el *paper* académico de tal forma se pueden sintetizar los resultados y cumplir el objetivo del trabajo de investigación.

En los resultados del *paper* académico según Eugenia Perona en *Lineamientos generales para escribir un paper o trabajo de investigación* es en donde se “desarrolla la investigación respondiendo a la pregunta original y basándose en la metodología propuesta” (Perona, 2015).

La autora también destaca la importancia de “recordar que siempre deben justificarse (en forma teórica o empírica) los argumentos presentados para llegar a demostrar lo que se quería”. Para lograr esto en este tipo de escritos se debe seguir la estructura conocida como IMRyD.

Estas siglas responden a Introducción, Metodología, Resultados y Discusión las cuatro partes que conforman el *paper* académico. En la introducción se da una idea general del tema, se menciona a los autores en cuestión y se plantea la hipótesis o pregunta del artículo académico. Robert A. Day en *Cómo escribir y publicar trabajos científicos* indica que en la introducción se debe “suministrar suficientes antecedentes para que el lector pueda comprender y evaluar los resultados del estudio sin necesidad de consultar publicaciones anteriores sobre el tema” (Day, 2005, p.48). Es importante que en esta sección se manifieste de forma breve y clara el propósito del artículo en cuestión.

En lo que se refiere a metodología esta responde a los pasos se siguieron, es decir el tipo de investigación que se usó, que se obtuvo con eso y como fue empleada para la obtención de resultados y discusión del artículo. A. Day indica que en esta sección hay que dar la mayor cantidad de detalles y ser precisos, ya que su finalidad es “describir (y, en caso necesario, defender) el diseño experimental, y dar luego detalles suficientes para que un investigador competente pueda repetir los experimentos” (Day, 2005, p.51). Esta sección se escribe en pasado y debe tener un orden cronológico.

La parte de resultados, por otro lado, según A. Day se compone de dos partes en la primera “hay que hacer una especie de descripción amplia de los experimentos, ofreciendo un “panorama general” pero sin repetir los detalles experimentales ya descritos en la metodología” y en segundo lugar “hay que presentar los datos” (Day, 2005, p.56). Aquí se integran los gráficos del artículo con su debida explicación e interpretación para que sea más fácil la comprensión. Finalmente, la discusión, según A. Day, es la parte más compleja de redactar del *paper* académico, debido a que hay que “presentar los principios, relaciones y generalizaciones que los resultados indican” también se debe “señalar las excepciones o las faltas de correlación y delimite los aspectos no resueltos”, al igual que “mostrar cómo concuerdan (o no) sus resultados e interpretaciones con los trabajos anteriormente publicados” (Day, 2005, p.59). Estas dan paso a la parte final del *paper* que son las conclusiones.

1.4 El *paper* a publicación

Periodismo y gastronomía: Configuración actual del periodismo gastronómico en Ecuador a partir de 2015

Journalism and gastronomy: Current configuration of gastronomic journalism in Ecuador from 2015

Emilia Paz y Miño

Universidad San Francisco de Quito

Quito, Ecuador

epazymino@estud.usfq.edu.ec

Resumen:

Ecuador cuenta con gran variedad gastronómica que no tiene la suficiente difusión en medios de comunicación. El presente artículo registra los resultados de un análisis descriptivo del

periodismo gastronómico en el país; se trata de una investigación cualitativa de tipo histórico, ya que contó con fuentes primarias y secundarias. Se evidencia que existe un auge de este tipo de contenidos en medios escritos y audiovisuales, también que en un futuro los medios nativos digitales llevarán la posta.

Palabras claves: Periodismo especializado, periodismo gastronómico, identidad cultural, medios de comunicación, gastronomía.

Abstract:

Ecuador has a great gastronomic variety that is not widely spread in the media. This article records the results of a descriptive analysis of gastronomic journalism in the country. It is a qualitative historical research type because it has primary and secondary sources. It is evident that there is an increase in this type of content in written and audiovisual media, also it shows that in the future digital native media spaces will take the lead.

Keywords: Specialized journalism, gastronomic journalism, cultural identity, media, gastronomy.

Introducción

Ecuador es un país pequeño, pero que lo tiene todo. No solo es multicultural y multiétnico, sino que cuenta también con una amplia variedad gastronómica marcada por las 24 provincias del país. Cada provincia, según el Ministerio de Turismo, cuenta con un plato emblemático representativo del lugar y estos se encuentran descritos en el *Mapa Gastronómico del Ecuador 24 provincias de sabor y cultura* (Ministerio de Turismo, 2018). No obstante, este mapa se queda corto para la gran variedad de platos existentes en cada rincón del país. La diversidad de frutas y verduras a nivel nacional es enorme y aún más grande es la variación de combinaciones que pueden resultar de estas para obtener platos únicos y especiales. Al tener una amplia gama

de producción gastronómica se podría deducir que la cobertura de estos contenidos dentro del periodismo es a gran escala, sin embargo, la realidad es otra. Esta ha sido bastante limitada y únicamente en los últimos años ha tenido un cierto tipo de despegue.

Susana Rubio, en su tesis “Periodismo especializado en gastronomía: análisis comparado del contenido de Mortero de Piedra y Revista Chiú del último trimestre de 2019”, explica que “cada vez se aprecia menos el valor cultural de la gastronomía ecuatoriana y existen muy pocos catedráticos que recolectan de manera profunda estos sabores tradicionales” (Rubio, 2020). Algo parecido sucede en el periodismo, son pocos los periodistas nacionales realmente especializados en periodismo gastronómico y de igual manera no existe un registro de medios que cubran esta temática en el Consejo de Comunicación (CORDICOM), en la tabla de medios registrados a nivel nacional indican que existen alrededor de 793 medios de comunicación social, sin embargo, señala que “no están reflejados todos los medios existentes, sino aquellos que se registraron en el aplicativo RPM del Consejo” (Consejo de Comunicación, 2021).

Cabe destacar que, el periodismo gastronómico es importante, ya que la gastronomía está ligada a la identidad de un lugar, Isaac Jácome y Lía Salvador en su tesis “Periodismo Gastronómico. La identidad cultural guayaquileña reflejada en su gastronomía” mencionan que un rasgo identificativo y de identidad cultural de una ciudad es la gastronomía y que esta es considerada otra de las riquezas de un país (Jácome & Salvador, 2015). De igual manera, Rubio en su tesis también indica que “la gastronomía de un pueblo está reflejada en cada momento” (Rubio, 2020) y esto sucede porque cuando se habla de identidad y cultura, se está hablando también de los alimentos y la gastronomía del lugar.

A pesar de que el periodismo gastronómico tuvo su origen en Francia en el siglo XIX, se podría decir que se estableció en el país en el 2010 con la creación de la Asociación de Periodistas Gastronómicos de Latinoamérica APEGLA (APEGLA, 2011), donde participaron tres

periodistas ecuatorianos entre ellos Gisella Haro quien menciona que “la asociación tuvo una duración de apenas un año” (Haro, 2022). Esta especialidad de periodismo es descrita por Ledhesma como “una rama del periodismo que se especializa en todo lo que tenga que ver con el arte culinario” (Ledhesma, 2018). No obstante, en el país durante muchos años se vio relegado a la cobertura de eventos como ferias, reseñas de restaurantes y contenidos no tan a profundidad en cuanto a investigación se trata y es en el último lustro donde con ayuda de lo digital ha tenido un auge. Es por eso que, el objetivo de este artículo es registrar los resultados de una investigación que analizó seis tesis académicas sobre periodismo gastronómico y mapeó los contenidos de los medios de comunicación que cubren este tipo de temática como también lo que dicen las fuentes de esta especialidad actualmente.

Metodología

La metodología usada para el análisis de esta temática fue una investigación cualitativa de tipo histórica, ya que contó con fuentes tanto primarias como secundarias, algo propio de este tipo de investigación como lo menciona Víctor Niño en el libro *Metodología de la Investigación* (Niño, 2011). Para hacer la elección de los medios y expertos en esta temática a consultar, se buscó en los repositorios de tres universidades del país, la Universidad de las Américas (UDLA), la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), puesto que en estas universidades se ofertan las carreras de periodismo y gastronomía y por ende hay trabajo académico de la temática periodismo gastronómico. Con esto se elaboró una matriz en la que se ubicó la información de las seis tesis dividida en: palabras clave, resumen, medios mencionados, notas en prensa, hechos cubiertos y posibles fuentes, para de esta forma tener una referencia de lo que se ha tratado en la temática, al igual que los medios y fuentes que han realizado contenidos sobre este tema.

Las seis tesis revisadas arrojaron un total de 27 medios entre ellos blogs, revistas, televisión y una radio que cubren esta especialidad de periodismo y tienen contenido gastronómico en su temática. Estos medios son: Blog Confieso que Cocino, Blog Laylita, Canal Uno, Ecuador Gourmet Company, Ecuador TV, Ecuavisa, El Comercio, El Expreso, El Telégrafo, El Universo, Gama Tv, Mortero de Piedra, Pasaporte Foodies, y Revista Chasqui, Revista Abordo, Revista Chef, Revista Chiú, Revista Enfoque, Revista Hogar, Revista Mundo Diners, Revista Ñan, Revista Yanuk, RTS, TC Televisión, Teleamazonas, Telerama y Radio Ivoox.

Por otro lado, de igual manera se registró un total de 36 fuentes que han sido consultadas para las tesis realizadas sobre periodismo gastronómico en el país. Entre las personas consultadas se destacan creadores de medios de gastronomía, chefs, periodistas docentes de gastronomía, especialistas en gastronomía y turismo, entidades gubernamentales, entre otros. De las fuentes localizadas se entrevistó a nueve profesionales de las áreas de periodismo, gastronomía y docencia que han elaborado contenidos relacionado a periodismo gastronómico.

Las seis entrevistas fueron de carácter semi estructurado, lo que permitió la profundidad del tema y conocer cómo evalúan el periodismo gastronómico a nivel nacional, las buenas prácticas periodistas en esta especialidad, sus experiencias cubriendo estas temáticas, lo que le falta al Ecuador en el ámbito, conceptos alrededor del entre otros. Esto permitió identificar desde la voz de los expertos la situación del periodismo gastronómico en el país y cómo este se ha ido configurando a lo largo de los años.

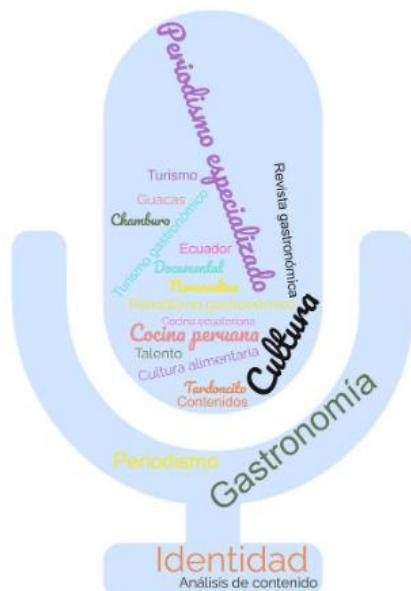
Análisis de resultados

La matriz elaborada con las seis tesis académicas sobre periodismo gastronómico encontradas en tres universidades del país arrojaron información valiosa que permitió determinar el camino que ha seguido el periodismo gastronómico a lo largo de estos años. El punto de partida es el 2015 cuando Ecuador participó en el primer encuentro de periodismo gastronómico en *Latitud*

Cero y contó con la participación de una persona de *The Foodie Studies*, los participantes determinaron que en Ecuador el trabajo de investigación del periodista gastronómico “debe llegar más al fondo, hasta los pequeños productores y que los periodistas gastronómicos debemos hacernos responsables de divulgar su historia y contarla al mundo para que el mundo entienda por qué come lo que come y cómo lo come” (Acosta, 2015).

A partir de ello, en las investigaciones realizadas en las tesis se puede ver cómo distintos medios ecuatorianos, calificados como tradicionales, comenzaron a incluir más contenido gastronómico en sus temáticas y de igual forma, nuevos medios nativos digitales se crearon para suplir esta necesidad de periodismo especializado en gastronomía. En cuanto a las variables ubicadas en las tesis que sirvieron para la elaboración de los gráficos está la de palabras clave, estas han sido incluidas en las tesis, como también son los recursos que se usaron para obtener información de la temática para el presente trabajo.

Gráfico 1: Nube de palabras clave usadas en las tesis consultadas.



Fuente: Repositorios UDLA, USFQ y UCSG. • **Elaborado por:** Emilia Paz y Miño

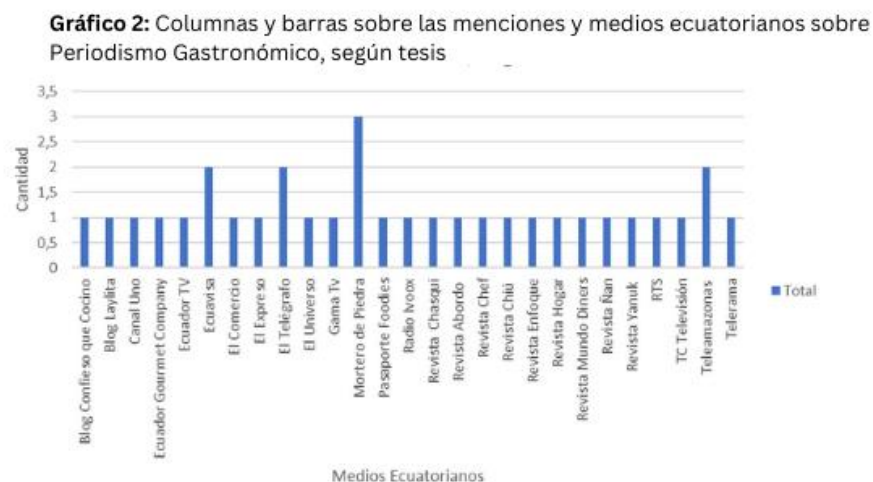
En el gráfico 1 se puede observar una de las variables aplicadas en la matriz para la sustracción de información de las tesis analizadas. En este caso responde a la de aquellas palabras

específicas que permitieron la búsqueda especializada en la temática de periodismo gastronómico. Existen algunas palabras en común entre las tesis y son aquellas que en la nube de palabras se encuentran de mayor tamaño. Mientras que las de menor tamaño son las que estuvieron presentes únicamente en una de las seis tesis revisadas. Las palabras periodismo especializado, gastronomía, cultura e identidad son las que más se repiten, ya que estas responden directamente a lo que significa el periodismo gastronómico y la unión que tiene con la cultura e identidad de un país.

Por otro lado, el resto de las palabras están ligadas directamente al contenido de las tesis con las que se trabajó las cuales fueron: “Desarrollo de una revista de cultura gastronómica” de Abril Sofía Macías Ávil, “Panorama del turismo gastronómico en Ecuador: ¿qué existe y qué falta para potenciarlo?” de Nelson Alfredo Dávalos Barriga, ambos de la Universidad de las Américas. “Periodismo especializado en gastronomía: análisis comparado del contenido de Mortero de Piedra y Revista Chiú del último trimestre de 2019” de Susana Nathaly Rubio Urresta, “Sabores escondidos la comida entra por los ojos” de César Aníbal Vásquez Loyola, “La cocina como forma de proyección de un país caso ecuatoriano” de María Claudia Vásquez Oviedo”, las tres tesis pertenecen a estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, y finalmente “Periodismo gastronómico. La identidad cultural guayaquileña reflejada en su gastronomía realización del documental: Guayaquil a la mesa” de Jácome Sánchez Isaac Steven y Salvador Mendoza Lía Aracelly pertenecen a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Las palabras clave dentro de un trabajo académico son muy importantes, ya que mediante estas es posible ubicar fácilmente el contenido específico del cual el trabajo está hablando. De igual manera, según Iriabeth Villanueva en *Imbiomed* Revista Mexicana de Ortopedia y Traumatología, las palabras clave cumplen cuatro funciones, “dan una idea breve sobre el

contenido del artículo, indican al lector bajo qué nombre buscar más información sobre el tema tratado, sirven para estructurar el índice, por tema y con ellas se lleva a cabo la indexación, análisis y clasificación del artículo en los índices internacionales” (Imbiomed, 2001, p.169).



Fuente: Repositorios UDLA, USFQ y UCSG. • Elaborado por: Emilia Paz y Miño

El gráfico 2, por otro lado, responde a la variable de medios mencionados en los trabajos de investigación consultados. Hubo un total de 27 medios nacionales entre tradicionales y digitales que cubren contenidos de tipo gastronómico. La manera en la que manejan los contenidos difiere de cada medio, en los medios televisivos Ecuavisa, Gama Tv, Canal Uno, Ecuador Tv, RTS, TC Televisión, Teleamazonas y Telerama los contenidos gastronómicos más comunes son visitas a mercados o “huecas” en la ciudad donde el presentador o presentadora entrevista a los dueños del lugar y vendedores, prueba el plato y da una breve reseña, siempre positiva, de la comida servida.

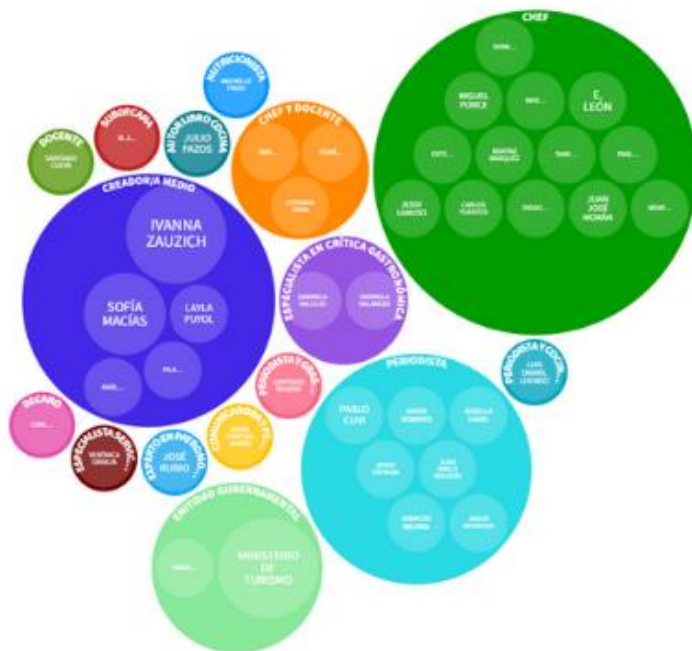
Josué Mendoza quien trabaja en TC Televisión y Vito Tv, comenta que el recorrido por las huecas de Quito, en Vito Tv surgió como una idea para “resaltar la gran variedad de comidas que tiene el país como también las diversas formas de preparación” y que en el camino se dio cuenta que “es importante conectar con la gente sobre todo cuando se trata de comida, por

todos nos alimentamos” también menciona que “se necesita mucho más apoyo en esta especialidad de periodismo, ya que hay tantos lugares por conocer y comida por descubrir en el país que los que hay se quedan cortos” (Mendoza, 2022).

Por otro lado, en los medios nativos digitales como Mortero de Piedra, la Revista Chiú, blog Confieso que Cocino y blog Laylita, al dedicarse únicamente a la gastronomía las temáticas son mucho más amplias, existen reseñas de lugares y restaurantes, información alrededor de la comida, rutas gastronómicas de sectores de la ciudad, recetas entre otras. De esta forma es más fácil alcanzar a la audiencia y de igual manera presentar un buen contenido alrededor de la temática. Ivanna Zauzich, fundadora de Mortero de Piedra, indica que a pesar de que la pandemia permitió un auge para los medios digitales, ya que la gente empezó a consumir contenido en redes, aún existe una “falta de rigurosidad y la necesidad de la unión entre la academia y los periodistas para temas gastronómicos” porque ahora hay “*influencers* que hablan de comida, pero ellos no son especialistas”. Finalmente, Zauzich destaca que “es clave el multiformato para contar historias gastronómicas, videos, imágenes, *stories* o *reels*” (Zauzich, 2022) y esto depende del tipo de audiencia que el medio tenga.

En cuanto a las revistas y medios sobrantes expresados en el gráfico su contenido está más ligado al turismo gastronómico, ya que al promocionar un lugar la comida es parte fundamental de las representaciones culturales del mismo. De igual manera, en la revista Diners se colocan una que otra receta, para que los lectores puedan preparar la comida desde la comunidad de sus hogares. Esto demuestra que a pesar de que existan medios que toquen esta temática, hace falta rigurosidad y especialistas en el tema, que puedan brindar contexto y profundidad de calidad periodística a los contenidos.

Gráfico 3: Diagrama circular o embalaje circular. Indica las fuentes consultadas para el desarrollo de las tesis



Fuente: Repositorios UDLA, USFQ y UCSG. • **Elaborado por:** Emilia Paz y Miño

Para finalizar, en el gráfico 3 constan los profesionales de distintas áreas que fueron entrevistados para la elaboración de los seis trabajos académicos sobre este tipo de periodismo especializado que fueron analizados para la escritura del presente artículo. Como se puede observar las personas que más han sido consultadas son chefs, periodistas, creadores de medios gastronómicos, críticos culinarios entre otros. Los primeros responden a la parte que vendría hacer la academia donde surgen todos los *papers* académicos relacionados a la investigación gastronómica y todo lo que esta conlleva.

Esteban Tapia, chef y docente de la Universidad San Francisco de Quito, menciona que “es muy importante la unión entre academia y periodistas para que las investigaciones que se hacen no queden únicamente para el conocimiento de pocos en los *papers*” sino que estos sean traducidos a términos más sencillos para la divulgación en la prensa y lleguen de esta forma a las manos del público (Tapia, 2022). A su vez, Ivanna Zauzich agrega “el periodismo

gastronómico es clave para sostener la gastronomía e impulsar las mejores prácticas, que la personas consuman lo propio” debido a que en Ecuador se consumen muchos más productos extranjeros como hamburguesas y pollo frito, más que lo nacional (Zauzich, 2022).

En el gráfico podemos también inferir que hay varias personas con conocimiento en la temática, pero que la cantidad de periodistas especializados sigue siendo reducida. Esto se debe a que no hay impulso suficiente para propiciar un ambiente económicamente sustentable para cubrir este tipo de temáticas. Zauzich explica que esto se debe a que “el periodismo está pasando por una época complicada en donde los medios tienen que tratar de sobrevivir” (Zauzich, 2022) y en cuanto a los medios de periodismo gastronómico indica que es “difícil sostener un medio que no acepta bonificaciones, se tiene vender espacios publicitarios, porque la industria gastronómica no tiene presupuesto para eso” (Zausich, 2022). Es importante resaltar aquí la neutralidad y el alejamiento con las fuentes que debe tener cualquier tipo de periodismo, ya que si no se paga por un producto o servicio brindado uno se compromete indirectamente con la persona en cuestión. Es por ello que Zauzich menciona que “periodismo gastronómico no es comer gratis”.

Discusión y conclusiones

El periodismo gastronómico es una especialidad de periodismo dedicada a lo culinario y todo lo que esto involucra. En el Ecuador, a pesar de su tardía llegada, ha tenido un cierto tipo de evolución, pero aún falta mucho por hacer desde distintos frentes. Uno de ellos desde el gobierno y más específicamente el Consejo de Comunicación el cual debe realizar un registro de medios dividido por temática para que se pueda saber cuáles están cubriendo ese tipo de contenidos. Cabe destacar que, si se impulsa el periodismo gastronómico, se está impulsando también el turismo en el país porque la gente que lo vea estará interesada en visitarlo para probar la diversa gastronomía. Esto, a su vez, tendría un impacto positivo en la economía del

país, ya que se debe recordar que el turismo es una de las fuentes importantes que generan ingresos al Ecuador de forma directa, lo cual mencionó también Josué Mendoza en la entrevista realizada.

El segundo aspecto es la unión entre la academia, donde se generan todos los contenidos ligados a la gastronomía, y el periodismo, debido a que de esta forma habría una mayor variedad de contenidos a nivel periodístico que pueden ser de gran interés para la gente. Con esto se lograría que las personas comiencen a demandar más de estas temáticas en los medios de comunicación y estos mejoren la calidad de los contenidos como también abran nuevos espacios de difusión. Es importante también que el periodismo se siga aprovechando de la influencia de las redes sociales para de esta manera alcanzar de forma más directa a las audiencias y que estas puedan interactuar con la información brindada. Como Gabriela Valarezo lo mencionaba, se necesita una audiencia activa en este tipo de contenidos que se sienta identificada y que quiera involucrarse (Valarezo, 2022).

Las palabras clave sacadas de las tesis sustento de esta investigación demuestran la estrecha relación con lo mencionado por Nelson Dávalos en su tesis donde indica la estrecha relación que existe entre la identidad y gastronomía de un lugar, como también resaltar desde la cultura de un país este aspecto. Aquí cabe mencionar, que no se menciona a los medios como una fuente para pasar la cultura o identidad de generación en generación, ya que en las bases de la tradición oral era compartida entre miembros de una comunidad. Sin embargo, ahora los medios y más específicamente aquellos que se dedican al periodismo gastronómico pueden servir como un registro de estas tradicionales y pasarlas a una audiencia mucho mayor ampliando así los saberes y riqueza cultural que la gastronomía que nuestro país ofrece.

La gastronomía, a su vez, tiene mucho por explotar y la diversidad de formatos como comentan los expertos debe ser clave para poder conectar con la gente de forma distinta y alejada de lo

tradicional, lo cual está en decadencia. Los medios ecuatorianos que tienen contenido gastronómico deben ser más rigurosos en el tratamiento de la información y no irse únicamente por lo que todos los demás hacen. Cuando esto sucede recaen en el eco en lugar de diversificar la información y ampliar los contenidos. Ivanna Zauzich mencionaba que el periodismo en general está en crisis y más aún las especialidades, entre estas el gastronómico. Es por ello que, si no se hace algo para diversificar los contenidos y capturar a la audiencia, los medios mismo serán los encargados de acabar con la misma especialidad, ya que no habrá innovación.

En los resultados se demostró que los medios más exitosos en el área de periodismo gastronómico son aquellos nativos digitales que han usado las redes sociales como herramienta para potenciar los contenidos y llegar a las audiencias. Por ello, lo que presentan debe ser variado e investigado a profundidad para no caer únicamente en el *clickbait*. Blogs como Mortero de Piedra o la Revista Chiú son ejemplos de medios nativos digitales enfocados en gastronomía que manejan de una forma eficaz y certera su temática, ya que existe una diversificación de contenidos, entre estos están información acerca de restaurantes recomendados, cultura, recetas, reseñas, etc.

En cuanto a cómo se ha configurado el periodismo gastronómico en el país se puede decir que este se ha visto influenciado por los contenidos que más le interesa a la gente en cuanto a gastronomía se trata, estos son: conocimiento de rutas gastronómicas distintas, reseñas de calidad sobre lugares como restaurantes y huecas, recetas para poder preparar en casa, información sobre ferias y concursos donde ha participado el Ecuador con sus diversos platillos, entre otros. Cabe destacar que la cobertura no es igual en todas las provincias del país, ya que no existen profesionales y medios suficientes para cubrir toda la amplitud de temáticas y lugares, pero que, blogs digitales se están aproximando a estos lugares y las redes sociales juegan un papel muy importante para difundir estos contenidos.

Sobre las fuentes entrevistadas para este tipo de contenidos se destacan los chefs, creadores de medios gastronómicos, periodistas gastronómicos, docentes de gastronomía, críticos culinarios y las personas que se dedican a producir, procesar y preparar la comida. Siendo los chefs y creadores de medios los más consultados en el tema gastronómico, esto indica que los chefs están promocionando lo que hacen mediante la divulgación de información a la gente y los creadores de medios están compartiendo sus experiencias de éxito, para que haya más gente que se una a ello y no deje la especialización de lado.

El lenguaje utilizado debe ser simple que permita la conexión rápida con la audiencia y que esta se sienta identificada con lo que lee y de esta forma genere interés en este tipo de temáticas. Los formatos mientras más variados sean es mejor, ya que de esta forma se diversifica el contenido y una foto o un video puede atraer mucho más que una pequeña reseña de un platillo. Es importante apoyar a los medios y emprendedores de este tipo de temáticas y educar a la audiencia que este tipo de contenidos sea difundido y sobre todo pueda ser rentable.

A partir del análisis de datos anteriores, se observa que el periodismo gastronómico en el país ha encontrado un nicho en lo digital para poder ampliarse y diversificar sus contenidos. Al contar con recursos audiovisuales como videos, fotografías y podcast se puede expandir la forma de contar historias dentro de esta especialidad de periodismo. De igual manera la forma de difusión de los contenidos ha cambiado al usar un lenguaje sencillo que permite conectar con las audiencias de forma mucho más directa y permitir que la audiencia tome una postura más activa, en lugar de pasiva.

En un futuro se espera que el periodismo gastronómico sea otro tipo de periodismo especializado que tenga un gran alcance e impacto a nivel no solo nacional, sino internacional. De esta forma medios nativos digitales y blogs podrán sostenerse y no necesitar de llenar su sitio de publicidad para poder sobrevivir. Medios como Mortero de Piedra, Muyuyo y la Revista Chiú son un ejemplo de calidad periodística a seguir por los futuros medios

gastronómicos para poder tener éxito a nivel de calidad de contenidos. No obstante, es importante destacar siempre la importancia de la innovación y constante adaptación a las tendencias y cambios en lo digital.

De igual forma se espera que las futuras generaciones de periodistas se empiecen a interesar por estas temáticas y que desde las universidades exista entre las especializaciones de la carrera la que involucra gastronomía. Con esto aumentará el número de periodistas formados en este tipo de contenidos y por ende la cobertura gastronómica en el país. Aún falta mucho por hacer, sin embargo, en Ecuador se está estableciendo una ruta a seguir, se sabe que errores no cometer en cuando a contenido y que buenas prácticas seguir. Es decir, ya no se debe empezar desde cero.

CAPÍTULO II

SAPHI TIQSI: HISTORIAS PERIODÍSTICAS DEL HUERTO A LA MESA

A partir de los resultados obtenidos en el Capítulo 1, se ha creado un proyecto multimedia llamado *Saphi Tiqsi*: Historias periodísticas del huerto a la mesa.

Saphi Tiqsi es un espacio periodístico que se constituye en una fuente de memoria y registro multimedia para entender cómo ha sido la evolución del periodismo gastronómico en el país en los últimos siete años; para que de esta forma futuras investigaciones que se interesen por la temática puedan partir desde un lugar algo más avanzado y no volver a las bases. De igual manera funciona como un ejemplo de un medio dedicado al periodismo gastronómico, en cuanto a la forma de tratar los contenidos, la consulta a fuentes especializadas de la temática y a la diversidad de formatos para llegar a la audiencia, complementado con el uso de un lenguaje sencillo.

La necesidad comunicacional a la que apunta es brindar puntos claves a tratar en cuanto a contenidos gastronómicos y de esta forma los periodistas y comunicadores que estén interesados en generar contenido de este tipo sabrán que “fórmula” usar o criterios a cumplir en sus trabajos para llegar de forma efectiva al público y que este se pueda relacionar de manera activa. Los valores periodísticos que fomentará serán respetar la veracidad de los contenidos, proteger y respetar a las fuentes, ser objetivos, evitar sesgos, no dejarse afectar de lo que se dice y poder diferenciar cuando esto sucede, contrarrestar los datos, tener la capacidad de dudar de todo, separar la información de la opinión y sobre todo generar un impacto a nivel comunicacional, social, económico e, incluso, político.

La [página web](#) creada que corresponde al proyecto multimedia fue hecha de forma gratuita en Wix, se llama *Saphi Tiqsi* que son dos palabras que provienen del kichwa y significan raíz.

Saphi es la raíz de las plantas, en este caso hace alusión a las raíces de las hortalizas y frutas que se usan en la cocina nacional e internacional y *Tiqsi* por otro lado, es la raíz como el origen de algo, en este caso de cómo ha sido la reconstrucción de la ruta del periodismo gastronómico en el Ecuador a partir de 2015.

2.1 Cronograma y presupuesto

El cronograma del trabajo multimedia está dividido en dos partes. La primera tiene que ver con la investigación realizada para la elaboración del *paper* que consta en el capítulo 1 del trabajo de investigación. Mientras que la segunda responde al proyecto multimedia, es decir, la página web. En la siguiente tabla se puede observar la distribución de actividades divididas por semanas entre los meses de agosto a diciembre del presente año. La primera parte, correspondiente a la investigación para el *paper*, se desarrolló desde la semana 1 hasta la semana 8, mientras que el proyecto web se realizó a partir de la semana 9.

Tabla 1: Cronograma de actividades

Meses	Agosto		Septiembre				Octubre				Noviembre		Diciembre			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16
Propuesta de tema de investigación	X															
Delimitación del tema		X														
Justificación del tema a investigar y pregunta de investigación			X													
Redacción de la Introducción			X													
Redacción objetivos, introducción reestructurada y pregunta de investigación				X												
Redacción del diseño metodológico					X											
Redacción del marco referencial, conceptual y del capítulo 1						X	X									
Exposición avances resultados de investigación y producción del proyecto web								X								
Realización de cronogramas de trabajo y presupuestos más el proyecto web									X	X	X					
Tutorías para evaluación inicial del proyecto de web												X				
Entrega 1era versión de proyecto web												X				
Revisión de 2da versión de proyecto web													X			
Últimas revisiones a paper y proyecto multimedia														X		
Entrega de versiones finales de los tres productos: trabajo de titulación, proyecto web y paper. Defensa de tesis ante evaluadores																X

Elaborado por: Emilia Paz y Miño

Por otro lado, para la elaboración del presupuesto para este proyecto se tomaron en cuenta las 16 semanas de trabajo que se mencionan en el cronograma anterior. Por esta razón se realizaron

cálculos de servicios básicos, transporte y gastos varios para cubrir cualquier eventualidad que se haya presentado en la elaboración del proyecto.

Tabla 2: Presupuesto destinado al proyecto

Servicios básicos (agua y luz)	\$210
Internet	\$172
Telefonía móvil	\$120
Transporte	\$50
Personal	\$300
Gastos varios	\$25
TOTAL	\$877

Elaborado por: Emilia Paz y Miño

2.2 El proyecto multimedia

Se eligió que el nombre del proyecto sea en kichwa ya que responde a dos criterios. El primero es uno de los idiomas oficiales del país el cual hablan las comunidades indígenas quienes por años trabajaron la tierra y son quienes fueron desarrollando el conocimiento gastronómico en nuestro país y lo compartieron de generación en generación.

El segundo criterio es reforzar los orígenes ancestrales en cuanto a la preparación de alimentos y usos de productos originarios del territorio ecuatoriano por medio del periodismo gastronómico, de esta manera no será un conocimiento que quede en el olvido. Es por lo que el medio cubrirá temáticas ligadas únicamente a productos de origen ecuatoriano o que fueron introducidos al país y se adaptaron al relieve como también conocimiento de preparaciones autóctonas de las distintas provincias del país.

El logo del proyecto está conformado por un círculo grande que contiene uno pequeño simbolizando a un plato de comida y por detrás se puede ver la raíz de una planta en honor al nombre, finalmente el nombre se encuentra en el centro de la raíz y el lema a los lados. A nivel de colores se optó por una tonalidad de grises para que el logo se vea pulcro (como los platos

de cocina gourmet) y también contraste con los fondos coloridos de la página los cuales estarán guiados por los colores de los ajís, rojos, verdes, amarillos y naranjas.

Por otro lado, el lema del proyecto “Historias periodísticas del huerto a la mesa” hace énfasis en la importancia de ir al origen de los alimentos, hacer un tipo de periodismo a profundidad y no quedarse únicamente en la superficie de las cosas, es decir los platos finales. También en el huerto es donde los productos vegetales se desarrollan y crecen para luego ser cultivados, preparados y consumidos.

El objetivo general del reportaje sobre los ajís es poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en el desarrollo del *paper* sobre la temática gastronómica y a la par de mostrar las fuentes consultadas para esto, los chefs que están directamente relacionados con la preparación de alimentos, los creadores de contenidos que indican lo que debe tener un espacio de gastronomía, y lo que hacen desde el ministerio para difundir la gastronomía ecuatoriana. El eje es indicar la importancia de las fuentes para potenciar este tipo de contenidos y como también ejemplificar un reportaje de este tipo.

La página web cuenta con un menú que tiene 7 categorías, inicio, voces, reportajes, galería multimedia, sobre Saphi Tiqsi y contacto.

Imagen #1: Captura de pantalla de la página principal del proyecto



Cada una de las secciones cuenta con subdivisiones que llevan a distintas partes de la investigación y del reportaje que es el primer contenido del medio. En la sección VOCES se encuentran los expertos consultados para la tesis como también quienes participaron en el reportaje.

Imagen #2: Captura de pantalla de sección VOCES en la página web



Cada subdivisión cuenta con una imagen del entrevistado, su nombre y un audio hablando sobre el tema.

Imágenes #3, #4 y #5: Captura de pantalla de los contenidos de la sección VOCES en la página web





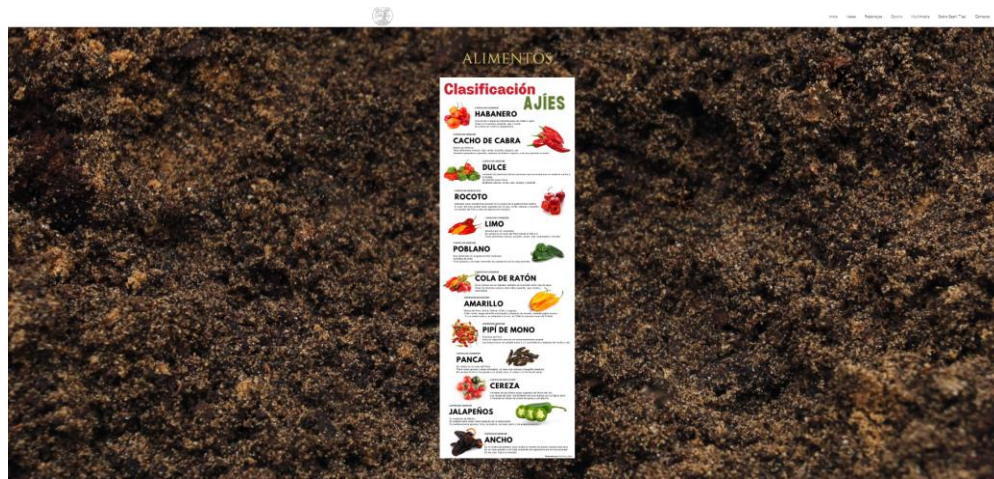
En la sección reportajes se encuentra el reportaje sobre los ajís en el mercado de Ñaquito que sirve como ejemplo de contenido en un medio de periodismo gastronómico. Cuenta con título, subtítulo, fotografía y el texto.

Imagen #6: Captura de pantalla de sección REPORTAJES en la página web



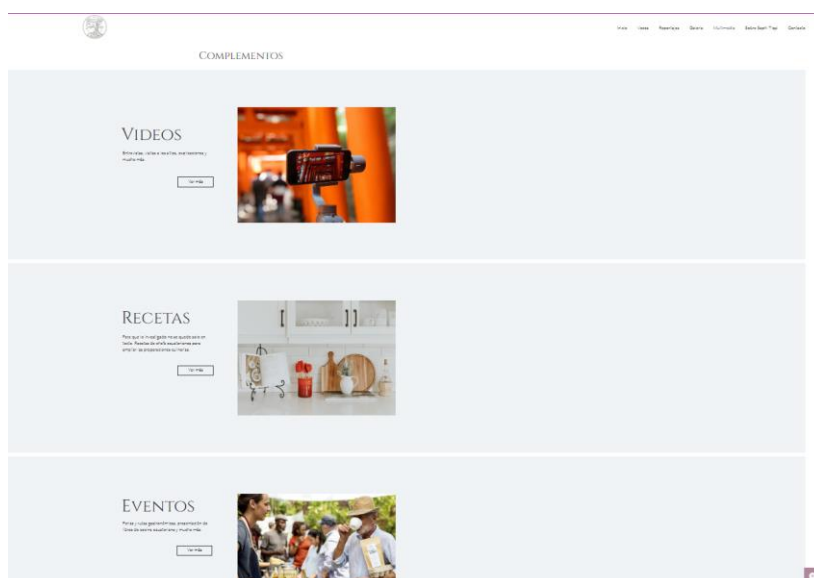
En galería estarán las fotografías de los alimentos de los reportajes con su debida explicación y contexto. En el caso de los ajís será una infografía.

Imagen #7: Captura de pantalla de sección GALERÍA en la página web

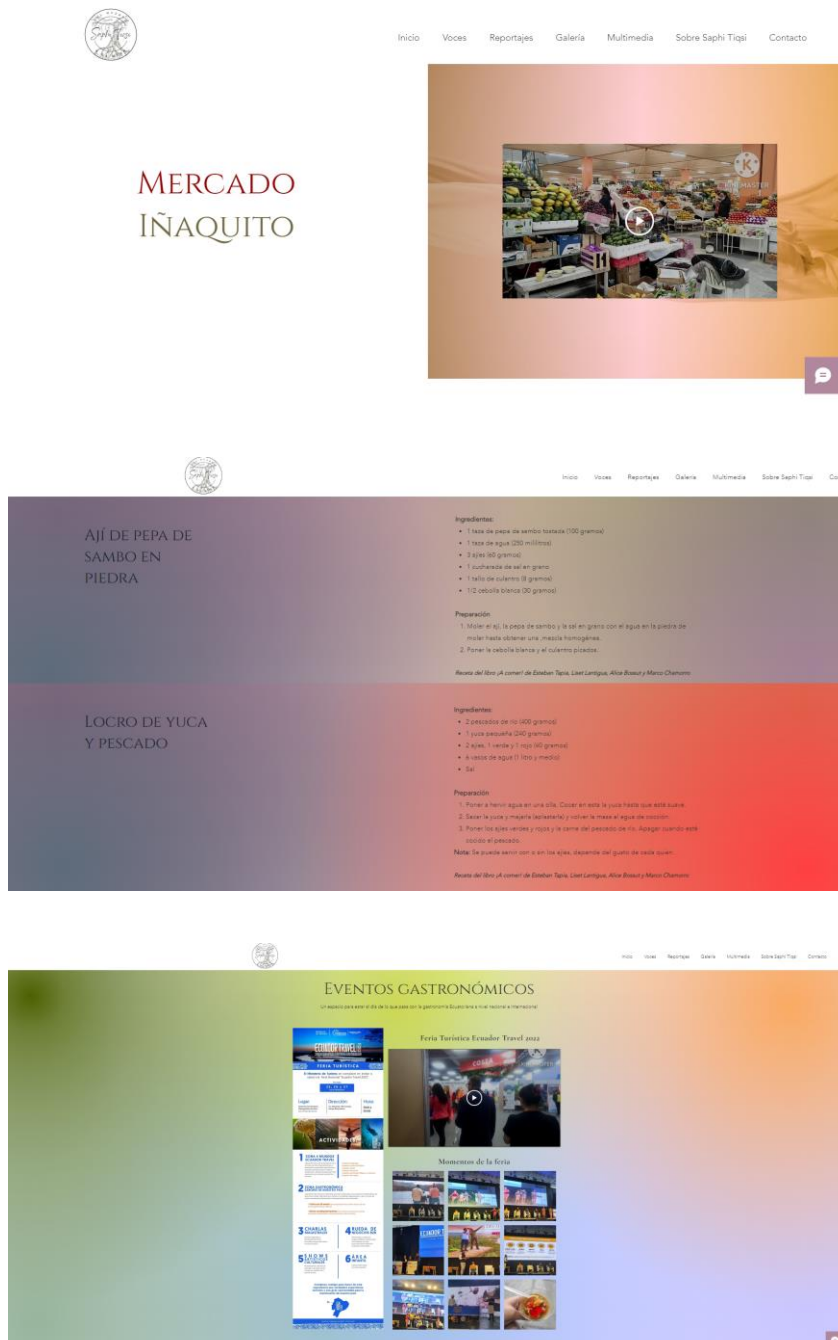


En la sección de multimedia encontrarán contenidos complementarios a los temas, estos serán videos en formato 1:1 de entrevistas, visitas a sitios y preparación de alimentos, recetas de los chefs participantes en la investigación y reportajes y eventos alrededor de la gastronomía ecuatoriana como ferias y participación de ecuatorianos a nivel gastronómico en el exterior.

Imagen #8: Captura de pantalla de sección MULTIMEDIA en la página web



Imágenes #9, #10 y #11: Captura de pantalla de los contenidos de la sección MULTIMEDIA en la página web



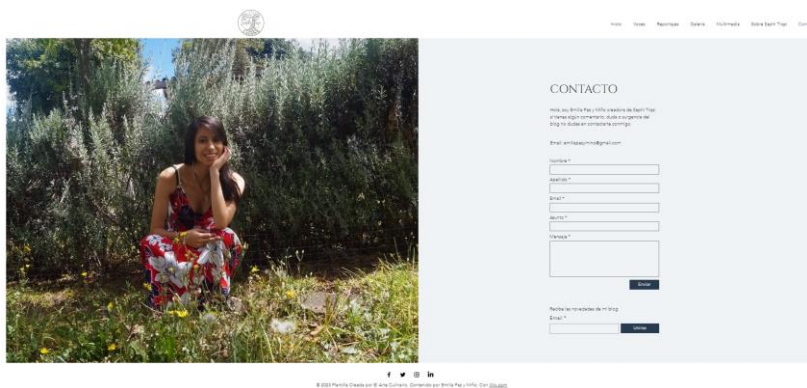
En la sección sobre *Saphi Tiqsi* se encuentra un pequeño resumen del medio creado. En esta parte los visitantes podrán encontrar el origen del medio, como también el significado del nombre y la visión que tiene.

Imagen #12: Captura de pantalla de sección SOBRE SAPHI TIQSI en la página web



Finalmente, en contacto hay un formulario para que los visitantes se puedan comunicar conmigo y exista interactividad. Ya que uno de los objetivos del medio es que audiencia en este tipo de contenidos sea activa y no pasiva.

Imagen #13: Captura de pantalla de sección CONTACTO en la página web



El enlace a la página web es: <https://emiliapazymino.wixsite.com/saphi-tiqsi>

2.3 Formato 1

El primer formato son dos carruseles divididos en dos secciones de la página el primero contará con la información de las fuentes consultadas en este tipo de contenidos, que son chefs, creadores de medios y periodistas. Mientras que el segundo está ligado al reportaje de los ajís este contará con todos los ajís encontrados en el mercado, fotografía de cada uno, el nombre

científico y el nombre común, una breve explicación de dónde se los encuentra y para qué son usados. El cual estaría en la página principal del proyecto.

2.4 Formato 2

El segundo formato es una serie de videos cortos en formato horizontal que estará en la parte de Multimedia, donde estará la visita al mercado con la explicación de cada uno de los ajís por parte de la vendedora. Otro video será en base a entrevistas a dos chefs del Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo de la Universidad San Francisco CHAT hablando sobre la importancia de unir los contenidos académicos y periodísticos, como también de preservar la cocina tradicional y volver a los orígenes. Otro video será la preparación de 2 platillos con los ajís obtenidos en el mercado y el último video será en base a la entrevista de Belén Arcos asesora gastronómica de Niels Olsen, ministro de Turismo sobre qué se hace desde el ministerio para fomentar la gastronomía, este video estará acompañado por tomas de una feria gastronómica que se realizará el 25 de noviembre por parte del Ministerio de Turismo en Quito.

Las fuentes para consultar son la vendedora de los ajís, la asesora gastronómica del ministro de Turismo y dos chefs del Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo de la Universidad San Francisco, quienes están haciendo un paper sobre los ajís en diversos mercados de Quito y prepararán dos platillos con los mismos.

CAPÍTULO III

CONCLUSIONES

En el Ecuador el encuentro entre periodismo y sabores no es nuevo, sin embargo, la configuración del periodismo gastronómico es reciente. Su reconstrucción a partir del 2015 fue posible por la revisión de seis tesis académicas que sirvieron como fuentes para el desarrollo de esta investigación, ya que brindaron las pautas necesarias para establecer: qué ha pasado con esta especialidad de periodismo en el país. La pregunta planteada fue ¿Cómo el periodismo gastronómico se ha configurado a nivel de cobertura, temáticas y fuentes en los últimos siete años en el Ecuador? Para responderla se plantearon tres objetivos específicos que fueron tratados en los dos capítulos del presente trabajo.

El primer objetivo fue: la definición del periodismo gastronómico y los temas de cobertura, así como también la variedad de fuentes y el lenguaje utilizado para la difusión de estos contenidos. La bibliografía consultada permitió definir que el periodismo gastronómico es una especialidad de periodismo que trata todo lo relacionado a temas culinarios. Los temas de cobertura eran eventos gastronómicos, participaciones de Ecuador a nivel nacional e internacional, rutas gastronómicas de ciertos platillos o productos y críticas a restaurantes. No obstante, con la consulta a expertos también se añadió lo que realizan los blogueros en redes sociales que es probar platillos y recomendar lugares de forma más sencilla, clara y personal.

Por otro lado, las tesis investigadas permitieron conocer que las fuentes más consultadas eran chefs, cocineros, periodistas gastronómicos, docentes de gastronomía, distribuidores de comida, *sommeliers* entre otros y que el mejor lenguaje para transmitir este tipo de contenidos es el sencillo, el cual permite conectar directamente con la audiencia y que esta pase a ser activa, en lugar de pasiva.

El segundo objetivo fue la reconstrucción del periodismo gastronómico a nivel nacional, a partir de revisión de fuentes primarias (Registro Público de Medios) y seis secundarias que son parte de una investigación histórica. Para esto se estableció una metodología que incluyó la investigación cualitativa, de esta forma se pudo partir de la consulta de seis tesis con las cuales se desarrolló una matriz con 13 criterios que incluían: un resumen, las temáticas de las tesis, las palabras claves, los temas abordados, las notas en prensa, los medios que menciona, las fuentes consultadas, entre otros. En base a estos datos se realizaron gráficos para indicar las fuentes más consultadas en el periodismo gastronómico como, también, los medios en el país que incluyen este tipo de temáticas en sus contenidos. Aquí se demostró que los espacios nativos digitales son más un tipo de blog que medios especializados en este tipo de periodismo, mientras que los contenidos en los medios tradicionales se los incluye de vez en cuando y sobre todo en épocas de festividades y ferias gastronómicas.

No obstante, en los últimos años ha habido una diversificación en los formatos de presentación de estos temas, ya que con las redes sociales se ha expandido la forma de llegar a la gente. En los blogs, el contenido que más sobresale son imágenes de los platillos con una corta explicación, videos breves visitando algún lugar y probando los alimentos como, también, haciendo recomendaciones. En los blogs tampoco puede faltar la sección de recetas la cual está estrechamente ligada con la interacción con la audiencia.

Finalmente, el tercer objetivo fue la sistematización de los resultados de la investigación histórica para el desarrollo del *paper* académico y el proyecto multimedia. Con esto se pudo establecer que el periodismo gastronómico en el Ecuador se ha ido desarrollando de a poco y que con la pandemia surgieron medios líderes en esta especialidad, que han tenido éxito al realizar buenas prácticas periodísticas ligadas al contenido para redes sociales. Sin embargo, se evidenció el problema que existe para que esta especialidad no se consolide por completo

que es la falta de apoyo sumando a la crisis actual en la que se encuentra el periodismo. Las redes sociales así como han sido de gran ayuda para la divulgación periodística, también, han representado una competencia directa; ya que ahora cualquier persona con internet y un celular puede compartir un hecho. Es por ello que el desarrollo de medios nativos digitales especializados en periodismo gastronómico son un ejemplo de adaptación y supervivencia de este tipo de periodismo; ya que al manejar audiencias, elaborar contenido adaptado para cada red social y, sobre todo, apostar por el medio logran encontrar sus nichos y permiten estabilizarse poco a poco. Sin embargo, hay que resaltar que un periodista gastronómico debe cobrar como cualquier otro tipo de periodista por la elaboración de contenidos, no se pueden aceptar productos o servicios como un método de pago, algo que la gente suele confundir.

En la realización del *paper* hubo otros resultados. Es importante la revisión de artículos de gastronomía, ya que de aquí muchas veces surgen los reportajes periodísticos ligados a la comida, generalmente los más destacados son aquellos que tienen un impacto social. No obstante, es importante de igual forma enfocarse en los productos y la comida ecuatoriana de base para resaltar la cultura y la identidad de los lugares. Por el lado periodístico es necesario hablar con las fuentes de primera mano para que no quede en farándula netamente, se necesita investigación a profundidad y hacer una combinación entre fuentes, académicas, públicas y privadas. Académicas para la ubicación de temáticas, públicas para conocer en qué está apoyando el Ministerio de Turismo y de esta forma ubicar las fortalezas gastronómicas del Ecuador a nivel nacional e internacional y, finalmente, privadas para abarcar los emprendimientos e innovación que se están creando en el ámbito culinario.

La búsqueda de fuentes afines a la temática para financiar los contenidos, la sustentabilidad el aprovechamiento de las redes sociales y variedad de formatos, el uso de un lenguaje sencillo para conectar directamente con el público, el esfuerzo por innovar en cada contenido que se

haga, la propuesta de nuevos temas que no se abordarían en el periodismo gastronómico tradicional en la televisión y la profundización en la investigación gastronómica para generar contenidos de calidad y no cantidad son solo algunas de las recomendaciones basadas en las conclusiones del trabajo de investigación.

Para poder lograr todo esto es importante especializarse en esta área de periodismo, ya que no hay muchos periodistas gastronómicos en el país como, también, buscar el apoyo o ayuda de la academia en el área de gastronomía. Esto quiere decir universidades que tienen esa carrera en sus mallas y cuyos profesores realizan investigaciones de rutas culinarias, preparaciones ancestrales, etc. De esta forma mediante este tipo de periodismo se puede divulgar esta información y que llegue a muchas más personas, en lugar de que se quede netamente en la academia y para el entendimiento de pocos. De esta manera habrá nuevas fuentes de contenido, un despegue en esta área periodística y, sobre todo, un tipo de divulgación que repercuta directamente en la sociedad y en la economía del país; ya que la gastronomía está ligada al área de turismo, la cual es la cuarta fuente no petrolera económicamente efectiva del Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, Y. (2015, Octubre 30). El periodista gastronómico es el responsable de contar al mundo por qué come lo que come y cómo lo come. The Foodie Studies en el I Encuentro de Periodismo Gastronómico en Latitud Cero (Ecuador). The Foodie Studies Periodismo Gastronómico. <https://bit.ly/3BcOk5H>
- Acosta, Y. (2021, Septiembre, 10). El periodismo gastronómico y los principios del periodismo clásico. The Foodie Studies Periodismo Gastronómico. <https://bit.ly/3VapXhg>
- Apegla. (2011, Noviembre 21). La Asociación de Periodistas Gastronómicos Latinoamericanos (APEGLA). Asociación Periodistas Gastronómicos Latinoamericanos. <https://bit.ly/3STJQXJ>
- A Punto Gastronomico. (2016, Junio 1). ¿De qué se trata A Punto Periodismo Gastronómico? *A Punto Periodismo Gastronómico*. <https://bit.ly/3fO3uGs>
- Arenas et al. (2014). *El Artículo Académico*. Material Docentes, Universidad Sergio Arboleda, Escuela de Filosofía y Humanidades, Departamento de Lectura y Escritura Académicas. <https://bit.ly/3tMvxKf>
- Bravo, Y. (2020). *Análisis de la Identidad Cultural en la Gastronomía*. Tesis [Bachiller en Turismo y Hotelería], Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. <https://bit.ly/3DhyZm7>
- Bayón, M. (2013, Mayo 29). *Los Monocultivos industriales de Palma Africana y sus impactos territoriales, sociales y ambientales*. Investigación. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://bit.ly/3CH2IUP>
- Carrillo, A. (2013, Septiembre 29). Gastronomía: Ecuador al mundo. *La Revista*. <https://bit.ly/3Eq4ZoE>
- Consejo de Comunicación (Ed.) (2021). *Listado de medios de comunicación social - registro público de medios 2021*. <https://bit.ly/3U3xuhi>
- Coque Arboleda, M. (2013). *La gastronomía ancestral y su influencia en el turismo cultural del cantón Ambato provincia de Tungurahua*. Tesis [Licenciada en Turismo y Hotelería], Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. <https://bit.ly/3L3UuIX>
- Cruz, P. (2021, Febrero 6). Ecuador en busca de identidad gastronómica. *Periodismo Público*. <https://bit.ly/3fEMjHd>
- Dávalos Barriga, N. (2017). *Panorama del periodismo gastronómico en Ecuador: ¿Qué existe y qué falta para potenciarlo?* Tesis [Licenciado en periodismo], Universidad de las Américas, Colegio de Comunicación y Artes Audiovisuales. <https://bit.ly/3Buns1p>

- Day, R. (2005). *Cómo escribir y publicar trabajos científicos*. En *Publicación científica y técnica* (Eds.), Capítulo 7, 8, 9, 10 (pp. 48-62). Editorial The Oryx Press.
<https://bit.ly/3AyEOJB>
- El Productor. (2017, Diciembre 15). Periodistas europeos darán a conocer los atractivos que ofrece Ecuador. *El Productor*. <https://bit.ly/3RNOhT0>
- El Universo. (2021, Febrero 20). " Necesitamos sentirnos orgullosos de nuestra cocina" afirma el crítico gastronómico Ignacio Medina. *El Universo*. <https://bit.ly/3RKoyuE>
- Equipo Editorial, Etecé. (2021). *Identidad Cultural para Concepto.de*. Disponible en: <https://bit.ly/3C4dsuW> Última edición: 16 de julio de 2021. Consultado: 01 de octubre de 2022
- Fusté-Forné, F. i Masip, P. (2018). El discurs mediàtic al voltant de la gastronomia: les narratives culinàries a la premsa catalana. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 59, 77-90. <https://bit.ly/3cKqbtU>
- Gastronomía.com. (2011). Quiénes Somos. *Gastronomía.com*. <https://bit.ly/3Vbkx5n>
- GK. (2020). Autor Gabriela Valarezo. *GK*. <https://bit.ly/3SQs11>
- Gutiérrez, C. (2012). *Historia de la Gastronomía*. En *Red Tercer Milenio*. (Eds.), Introducción (pp. 6-7). Editorial Red Tercer Milenio. <https://bit.ly/3yc2LVI>
- Holguín, J. (2014, Septiembre 7). El periodismo gastronómico en Ecuador. *El Telégrafo*. <https://bit.ly/3DgCB7G>
- Jácome, I & Salvador, L. (2015). Periodismo gastronómico. La identidad cultural guayaquileña reflejada en su gastronomía realización del documental: Guayaquil a la mesa. Tesis [Licenciado(s) en comunicación y periodismo], Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.
<https://bit.ly/3THI9hq>
- Kovach, B & Rosenstiel, T. (2007). *Los elementos del periodismo*. En Three Rivers Press. (Eds.), ¿Para qué sirve el periodismo? (pp. 27-30). Editorial Crown Publishing Group.
<https://bit.ly/3ruHmU>
- Ledhesma, M. (2018). Periodismo. *Un mundo de especializaciones*. En Organización Mundial de Periodismo Turístico. (Eds.), Periodismo gastronómico (pp. 231-239). Editorial Digital. <https://bit.ly/3SrMofY>
- Lizarzaburo Palomino, R & Sánchez Montoya, R (2018). *Medios de comunicación privados y poder político en Ecuador 2007-2016*. En Aguiar Mariño, N, & Medranda Morales, N. (Eds.), Comunicación, desarrollo y política (pp. 115-143). Editorial Abya-Yala.
<https://bit.ly/3eGU0MP>
- Medina, I. (2022, Septiembre 10). Quito será la protagonista culinaria en Madrid Fusión. *Primicias*. <https://bit.ly/3B6VJ5A>
- Medina, I (2021). Autor Ignacio Medina. *Primicias*. <https://bit.ly/3ylbGV2>

- Meneses, M. (2007). En torno al Periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales. *Anàlisi* 35, 137-152. <https://bit.ly/3C2eS9c>
- Ministerio de Turismo (Ed.) (2013). *Ecuador, nominado a mejor destino gastronómico en los World Travel Awards*. <https://bit.ly/3qsr4KW>
- Ministerio de Turismo (Ed.) (2018). *Mapa Gastronómico del Ecuador 24 provincias de sabor y cultura*. <https://bit.ly/3U6bDpp>
- Ministerio de Turismo (Ed.) (2013). *Ignacio Medina comparte sus experiencias periodísticas sobre gastronomía*. <https://bit.ly/3Tmw4xl>
- Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación*. En Bogotá (Eds.), *La investigación cualitativa*. (pp. 30-36). Editorial de la U. <https://bit.ly/3y1uDf8>
- Perona, E. (2005, Diciembre). Lineamientos generales para escribir un paper o trabajo de investigación. En Departamento de Economía (Eds.), *Consideraciones generales*. (pp. 1-11). Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional de Córdoba. <https://bit.ly/3hRdi3q>
- Prefectura del Guayas. (2020, Octubre). Uno de los críticos gastronómicos más importantes de Europa y el mundo visita Guayas. *Prefectura del Guayas*. <https://bit.ly/3ypbrsh>
- Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. En Paidós Ibérica (Eds.), *La producción de la noticia*. (pp. 1-14). Editorial Paidós. <https://bit.ly/2GYvaph>
- Rubio Urresta S, & Samson, E. (2020). Periodismo especializado en gastronomía: análisis comparado del contenido de Mortero de Piedra y Revista Chiú del último trimestre de 2019. Tesis [Licenciada en periodismo multimedios], Universidad San Francisco de Quito, Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. <https://bit.ly/3Qm0cql>
- Salaverría, R., & Desideri, Leonardo L. (2015). *El flujo continuo de noticias y sus efectos*. En Valencia (Eds.), *El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos*. (pp. 149-160). Editorial Campgràfic. <https://bit.ly/3ycUj8J>
- Velasco, M. (2021, Junio 10). Periodismo Gastronómico: ¿Qué Es Y Para Qué Sirve? *Portal de Noticias, CHAT, USFQ*. <https://bit.ly/3eqOHB3>
- Veintimilla, A. (2017, Mayo 18). "La cocina son emociones, no es una disciplina científica". *El Comercio*. <https://bit.ly/3CgqMwm>
- Villanueva, I. (2002, Julio). *Palabras Clave*. En Imbiomed (Eds.), *Revista Mexicana de Ortopedia y Traumatología*. (pp. 169-170). Editorial Imbiomed. <https://bit.ly/3TJZiXs>
- Vistazo. (2016, Julio 19). ¿Quién está detrás de la promoción de la gastronomía nacional? *Vistazo*. <https://bit.ly/3BxoKsn>

Entrevistas en Audio

EPG01. Luis Daniel Luengo, 4 de octubre de 2022.

EPG02. Gabriela Valarezo, 6 de octubre de 2022.

EP03. Josué Mendoza, 7 de octubre de 2022.

EP04. Gisela Haro, 8 de octubre de 2022.

EP05. Esteban Tapia, 30 de octubre de 2022.

EP06. Ivanna Zauzich, 26 de octubre de 2022.

EP07. Belén Arcos, 11 de noviembre de 2022.

EPG08. Emilio Dalmau, 24 de noviembre de 2022.

EPG09. Niels Olsen, 28 de noviembre de 2022.

ANEXO A: MATRIZ A PARTIR DE LAS TESIS CONSULTADAS

Número	Universidad	Carrera de Periodismo	Carrera de Gastronomía	Test 1	Link	Autor	Año	Resumen	Medios que menciona	Notas de prensa	Hechos cubiertos	Posibles fuentes	Palabras clave
1	Universidad de las Américas (UDLA)	Guías de investigaciones y medios (490 resultados)	Diseño, explicación, metodología e implementar (resultados) (100 resultados)	Desarrollo de una revista de cultura gastronómica	https://space.udla.edu.ec/index.php/revista/2007/106	Abril Sofía Macías Avil	2018	Chú	Revista Mundo Diners, Revista Chef, Revista Bar, Blog La Vía, Blog Corfiteo que Cocino, Mortero de Piedra Ecuador, Revista Gourmet Company, Pasaporte Foodies	<p>Muñoz Díaz: resalta y repone la hora anterior de nominación, rapidez, historia, entre otros. Revista Chef: Cuenta con evoluciones de concepto de cocina y servicio, de historia gastronómica, reseñas, reportajes y entrevistas, también tienen piezas sobre el estado de industria y eventos.</p> <p>Revista Bar: tienen piezas de turismo gastronómico, apelo a equitativa modernidad y ligera trabaje para comer en dentro ciudades de Ecuador. Blog La Vía: presenta reseñas gastronómicas.</p> <p>Corfiteo que Cocino: muestra experiencias, ideas e innovaciones. Mortero de Piedra Ecuador: reporta recetas, guías gastronómicas y artículos de opinión. Revista Gourmet Company: Bloguador de reseñas y productos gastronómicos en Quito, habla sobre temas gastronómicos de la ciudad y Ecuador. Pasaporte Foodies: para cultura de restaurantes y hoteles de la ciudad de Quito.</p>	<p>Desarrollo de la revista Chú de gastronomía y cultura, análisis de lo que involucra la comunicación gastronómica, ejemplos de medios internacionales y nacionales, fotografía gastronómica.</p> <p>Tendencias: Percepción calidad medios gastronómicos Ecuador, que falta para mejorar, lector ecuatoriano en medios gastronómicos, tendencias, que comunican de los emprendimientos, storiwelina.</p>	<p>Sofía Macías - creadora revista Chú</p> <p>Laia Pujol - creadora blog La Vía, Pilar Vázquez - creadora Corfiteo que Cocino, Mortero de Piedra</p> <p>Gabriela Vallejo - especialista en cocina gastronómica, Santiago Rosero - periodista y gastronomía, Ana Carolina Maldonado - chef y docente USFQ (blog La Carlinona, donde escribe reseñas, críticas y recetas), María Cristina Jarrín - comunicadora y periodista gastronómica con mayor trayectoria en el país</p>	Cultura, gastronomía, turismo gastronómico

Palabras clave	Test 2	Link	Autor	Año	Resumen	Medios que menciona	Notas de prensa	Hechos cubiertos	Posibles fuentes	Palabras clave
Cultura, gastronomía, turismo gastronómico	Panorama del turismo gastronómico en Ecuador: ¿qué existe y qué falta para potenciarlo?	https://space.udla.edu.ec/bitstream/3300000939/114	Nelson Alfredo Dávalos Barriga	2017	de entidades públicas.	Mortero de Piedra	<p>Definición de cultura, turismo gastronómico en el país, concepto de gastronomía y turismo, a pesar de que existen restaurantes de Alta Cocina en Ecuador, el turismo gastronómico en el país se encuentra en un proceso de lento crecimiento</p> <p>Premios que ha alcanzado el país en cuanto a gastronomía, distinciones, acreditaciones, etc.</p>	<p>Definición de cultura, turismo gastronómico en el país, concepto de gastronomía y turismo, a pesar de que existen restaurantes de Alta Cocina en Ecuador, el turismo gastronómico en el país se encuentra en un proceso de lento crecimiento</p>	<p>Ivanna Zuzich (0937493765) (periodista creadora del Mortero de Piedra, D. Contreras (chef restaurante "Dos Sueses"), Diego Gutiérrez (0933941610) (Chef "La Caleña"), M. Morochó (Chef "Lola"), M. Jaramillo (Susdecama U de Cuenca), M. Ponce (Sous Chef Hotel Ciro Verde), E. León (Chef de "El Mercedo"), A. Morán (Sous chef "La Pizarrá"), C. Fuentes (Chef de "La Purísima"), Verónica Granja (0983072946) (Especialista Sectorial de Servicios y Turismo de Pro Ecuador), Ministerio de Turismo y Pro Ecuador,</p>	Cultura, turismo, gastronomía, turismo gastronómico

Número	Universidad	Carrera de Periodismo	Carrera de Gastronomía	Test 1	Link	Autor	Año	Resumen	Medios que menciona	Notas de prensa	Hechos cubiertos	Posibles fuentes	Palabras clave
2	Universidad San Francisco de Quito (USFQ)	Análisis de contenido en medios e investigaciones periódicas (90 resultados)	Proyectos, restaurantes, investigaciones específicas de alimentos, etc. (1818 resultados)	Periodismo especializado en gastronomía. Ib análisis comparado del contenido de Mortero de Piedra y Revista Chú del último trimestre de 2018	https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/handle/123456789/33	Susana Nahay Pizaro Uretea	2020	Mortero de Piedra y Revista Chú, Revista Cheques, El Telégrafo, Revista Yanuk	<p>Analizó las características del periodismo especializado en gastronomía en el Ecuador y su relación con la cultura, desde los niveles teórico y práctico</p>	<p>Conservar el patrimonio alimentario, guías de restaurantes en el centro histórico que centran luego del paro comunitarias creadas para ayudar a los hoteles existentes durante el paro de octubre.</p>	<p>Situación del periodismo especializado en gastronomía en el Ecuador y su relación con la cultura, categorías del periodismo gastronómico, pasaje de la tradición de un país, caso peruano, historia del Ecuador y los alimentos</p>	<p>Mortero de Piedra (Ivanna Zuzich), Revista Chú (Abel Macías), Ministerio de Cultura y Patrimonio, Julia Páez (El sabor de la memoria), José Rubie (experto en gastronomía, Ecuador, revista gastronómica análisis de contenido).</p>	Periodismo especializado, gastronomía, Ecuador, análisis de contenido.

Test 2	Link	Autor	Año	Resumen	Medios que menciona	Notas de prensa	Hechos cubiertos	Posibles fuentes	Palabras clave	Test 3	Link	Autor	Año	Resumen
Sabores escondidos la comida entra por los ojos	https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/123456789/332	César Aníbal Vázquez Loyola	2014	Libro Chefs del Ecuador (UDLA) recetas de platos típicos, ancestrales y en algunos casos olvidados de las 24 provincias. "Ecuador Culinario: Sabores y sabores" (recetas de platos típicos, ancestrales y en algunos casos olvidados de las 24 provincias). Ruta del Sabor (25 horas Teleamazonas), Revista Abordo (Geografía de las Fiestas), Día a Día (Teleamazonas)	<p>Libro Chefs del Ecuador (UDLA) recetas de platos típicos, ancestrales y en algunos casos olvidados de las 24 provincias. "Ecuador Culinario: Sabores y sabores" (recetas de platos típicos, ancestrales y en algunos casos olvidados de las 24 provincias). Ruta del Sabor (25 horas Teleamazonas), Revista Abordo (Geografía de las Fiestas), Día a Día (Teleamazonas)</p>	<p>Análisis del programa piloto "Sabores Escondidos" cocina novandina, turismo de interés especial (gastronómico), país gastronómico, marca país, estos factores se darán a visibilizar la propuesta de un país en el mercado extranjero lo que requiere un programa de cocina</p>	<p>Ruta del Sabor, Día a Día (Teleamazonas), Revista Abordo, David Romero (Día a Día), Eleazar Verdejo (Chef y presentador de varios programas de cocina en la televisión)</p>	<p>Turismo gastronómico, contenidos, talento, novandina, tendencias, chamburo.</p>	<p>La cocina como forma de proyección de un país caso ecuatoriano</p>	https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/123456789/332	María Claudia Vázquez Díez	2010	Analiza las relaciones entre identidad territorial y cocina, también explora como las estrategias de marca país hacen uso de la relación entre dichos conceptos.	

Medios que menciona	Notas de prensa	Hechos cubiertos	Posibles fuentes	Palabras clave
<p>Revista Hogar: Edición Cocina Criolla, Libro "Recorrido por los sabores del Ecuador", de Pablo Cuvi, "Comidas del Ecuador" de Michelle Fried.</p> <p>Ecuavisa (2013) en "Contacto al Amanecer" y "Contacto en la Comunidad" un segmento denominado "El Sabor de los Guayacos" y "El Sabor de los Quiteños. Revista Enfoque. Radio Ivoox "Proyección de la Cocina Ecuatoriana".</p>	<p>Que hace falta al país para hacerse conocer. Prticipación Ecuador en un festival</p>	<p>promocionar su gastronomía, relaciones entre identidad territorial y cocina, marca país, importancia de la comida y su relación con la identidad cultural. Está investigación tratará los siguientes puntos: los procesos comunicacionales, así como la relación existente entre la identidad y gastronomía de un país. Está investigación tratará los siguientes puntos: los procesos comunicacionales, así como la relación existente entre la identidad y</p>	<p>Pablo Cuvi, Michelle Fried, Pablo Zambrano, chef ejecutivo del Hotel Hilton Colón en Quito, Santiago Cueva, profesor de Alta Cocina en la USFQ, Henry Richardson, chef y propietario de Taste Affair (eventos y catering), Carlos Gallardo, decano de la carrera de Gastronomía en la Universidad de las Américas (UDLA), Jessy Lamuso, chef del restaurante tradicional "La Chozza y Domingo Chachalo, chef del restaurante "La Canoas". Ministerio de Turismo y de Patrimonio</p>	<p>Gastronomía, cocina peruana, cocina ecuatoriana, identidad, cultura</p>

<p>Periodismo, fundamentos, análisis contenidos, revisión investigaciones, formatos, propuestas, etc (107 resultados)</p>	<p>Propuestas, estudios, planificación, implementación, seguimiento alimentos, marketing, etc (105 resultados)</p>	<p>Periodismo gastronómico. La identidad cultural al guayaquileño reflejada en su gastronomía realización del documental "Guayaquil a la mesa"</p> <p>http://asociacionguayaquil.com www.3333403.com LUCSG.PBE.FIL.CCS BLOG</p>	<p>La relación de la gastronomía como rasgo identificador y la identidad cultural de una ciudad como</p> <p>2015 Guayaquil</p>	<p>El Universo (La revista y la ruta del sabor), Ministerio de Piedra, El Telegrafí, Ecuavisa (Día a día con María Píssa, Conando con Gino Molinari, Las delicias de Lucial, RTS (Come con gusto con Yolanda Anzol, Televeva (Hoy en la cocina), TC Televisión (Meraca en su salsa), Televisión (E) toque de Mariaca), Canal DND (La cocina de Blachi) Gama Tv, El Comercio, El Comercio, El Telegrafí (La ruta de la identidad guayaquileña, Ecuador TV</p> <p>Carlos Calderón Chico, publicación sobre la identidad guayaquileña</p> <p>Francisco (El Pájar) Fabres Cordero para diario El Universo sobre la identidad guayaquileña.</p>	<p>Periodismo gastronómico no se ha instaurado de manera formal entre las tipologías de periodismo especializado de los medios de comunicación ecuatorianos. Gastronomía Guayaquileña, Relación identidad y gastronomía. Cultura, identidad cultural, identidad, identidad culinaria, periodismo especializado, periodismo gastronómico, crónica gastronómica.</p> <p>Ivanna Zuzich Posada (Mortero de Piedra), Jenny Estrada (periodista), Tomás López Armendáriz (Chef, presidente de la Asociación de Chefs del Guayas), Ministerio de Cultura y Turismo, periodistas Juan Pablo Hidalgo e Ignacio Medina Deza Marquez (chef ecuatoriano).</p> <p>Periodismo especializado, periodismo gastronómico, cultura, identidad, guías, documental</p>
---	--	---	--	--	---

ANEXO B: TABULACIÓN INFORMACION MEDIOS QUE SE MENCIONA

Medios	Cantidad	Medios mencionados
	1	1 Revista Mundo Diners
	1	1 Revista Chef
	1	1 Revista Ñan
	1	1 Blog Laylita
	1	1 Blog Confieso que Cocino
	1	3 Mortero de Piedra
	1	1 Ecuador Gourmet Company
	1	1 Pasaporte Foodies
	1	1 Revista Chiú
	1	1 Revista Chasqui
	1	2 El Telégrafo
	1	1 Revista Yanuk
	1	1 El Universo
	1	2 Ecuavisa
	1	1 RTS
	1	1 Telerama
	1	1 TC Televisión
	1	2 Teleamazonas
	1	1 Canal Uno
	1	1 Gama Tv
	1	1 El Expreso
	1	1 El Comercio
	1	1 Ecuador TV
	1	1 Revista Abordo
	1	1 Revista Hogar
	1	1 Revista Enfoque
	1	1 Radio Ivoox

ANEXO C: FUENTES QUE MENCIONAN EN LAS TESIS

Cantidad	Menciones	Experta	Profesion
1	2	Sofía Macías	Creador/a medio
1	1	Layla Puyol	Creador/a medio
1	1	Pilar Woloszyn	Creador/a medio
1	1	Gabriela Vallejo	Especialista en crítica gastronómica
1	1	Santiago Rosero	Periodista y gastrónomo
1	1	Ana Carolina Maldonado	Chef y docente
1	1	María Cristina Jarrín	Comunicadora y periodista gastronómi
1	3	Ivanna Zauzich	Creador/a medio
1	1	Julio Pazos	Autor libro cocina
1	1	José Rubio	Experto en patrimonio alimentario
1	1	Jenny Estrada	Periodista
1	1	Juan Pablo Holguín	Periodista
1	1	Tomás López Armendáriz	Chef y docente
1	1	Ministerio de Cultura	Entidad Gubernamental
1	3	Ministerio de Turismo	Entidad Gubernamental
1	1	Ignacio Medina	Periodista
1	1	Beatriz Marquéz	Chef
1	1	Daniel Contreras	Chef
1	1	Diego Guitiérrez	Chef
1	1	Manolo Morocho	Chef
1	1	Miguel Ponce	Chef
1	1	E. León	Chef
1	1	Juan José Morán	Chef
1	1	Carlos Fuentes	Chef
1	1	M. Jaramillo	Subdecana
1	1	Verónica Granja	Especialista servicios y turismo
1	1	David Romero	Periodista
1	1	Esteban Verdesoto	Chef
1	1	Pablo Cuvi	Periodista
1	1	Michelle Fried	Nutricionista
1	1	Pablo Zambrano	Chef
1	1	Santiago Cueva	Docente
1	1	Henry Richardson	Chef
1	1	Carlos Gallardo	Decano
1	1	Jessy Lamuso	Chef
1	1	Domingo Chachalo	Chef