UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y ARTES

PROGRAMA DE GASTRONOMÍA Y ALTA COCINA

REPORTAJE EDUCOMUNICATIVO SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LAS TENDENCIAS GASTRONÓMICAS MODERNAS EN BUCARAMANGA PARA SU DIFUSIÓN ENTRE JÓVENES

Presentado por:

NEBBI ALEJANDRO CRUZ MORENO

Presentado a:

MG. MARGARETH JULYANA HOLGUÍN MARIÑO

DOCENTE DE PROYECTO INTEGRADOR

Bucaramanga, Colombia, 2020

Resumen

La naturaleza de las tendencias gastronómicas modernas en Bucaramanga es muy reciente y transitoria, poniendo retos para el aprendizaje de los estudiantes de gastronomía y cocina en la ciudad. Quienes deben estar constantemente informados de la propensión del mercado de los alimentos y bebidas, para así poder en un futuro entrar a competir en él. El propósito de este proyecto es entonces realizar un reportaje educomunicativo con la descripción del desarrollo de la escena gastronómica en Bucaramanga. Posteriormente, producir y difundir contenido multimedia informativo y educativo a los alumnos y público interesado. El enfoque de la investigación es cualitativo y los instrumentos aplicados son entrevistas de tipo no probabilísticas a la población involucrada en los restaurantes y entorno académico. La muestra consiste en chefs, un periodista gastronómico, un opinante gastronómico, cocineros, meseros y estudiantes de gastronomía y alta cocina de la UNAB. El material recolectado fue grabado en su gran mayoría en formato de vídeo. Ya que esta es de las maneras más entretenidas y llamativas de compartir la información en esta época. Tras esta aplicación de este instrumento se concluyó que son 4 las tendencias gastronómicas que hay en el área metropolitana: Alta cocina extranjera, comida rápida, comida tradicional y cocina de autor. Los otros 2 resultados más importantes de la investigación consisten en la averiguación de que los pilares de la nueva cocina santandereana son los ingredientes autóctonos, productores locales y la innovación. De igual forma se agrupó los tipos de formación que debe adquirir un estudiante de gastronomía para ejercer exitosamente como un profesional en 4 categorías: cognitiva, cultural, práctica y de carácter. Las principales recomendaciones de este trabajo son seguir documentando el fenómeno, para así mantener la continuidad del registro histórico del acontecimiento. Por otro lado participar en las redes

sociales y las distintas plataformas de “Nueva cocina santandereana” donde está publicado el material multimedia producido.

Palabras clave: tendencias gastronómicas, reportaje, contenido multimedia, entrevistas

Abstract

The nature of the gastronomical tendences in Bucaramanga is very recent and transitory, putting challenges for the learning of the students of gastronomy and cuisine of the city. Wich has to be constantly informed about the propensity of the market of food and drinks, To make competition on it on the future. The purpose of this project is to perform a educomunicative reportaje about the development of the gastronomic scene in Bucaramanga. To later, produce and spread informative and educative multimedia to the students and interested public. El enfoque de la investigación es cualitativo y los instrumentos aplicados son entrevistas The focus of the investigation is cualitative, and the applied instruments are no probabilistic interviews to the population involved in restaurants and the academical enviorment. The sample are composed by chefs, a gastronomial journalist, a gastronomical opinant, cuisiniers, and gastronomy and high cuisine students of the UNAB. The collected material was filmed in great majority, because this is one of the most entertaining and eye catching format of the moment. After aplícate this instrument it was concluded that there are 4 gastronomical tendences on the metropolitan area: High foreign cuisine, fast food, traditional food, and autor’s cuisine. The other 2 most important results of the investigation consist in the averiguation that the pillars of the new santanderean cuisine are the autoctonal ingredients, local producers and innovation. For other side, the kinds of formation that a gastronomy student should adquire to excercise sucessfully as a professional

expressed in four categories: cognitive, cultural, practical and of character. The principal recomendations for this work are to keep documenting the phenomenom to keep the continuity of the historial registration. On the other hand to participate on the Nueva cocina santandereana's social media and diferent plataforms where the multimedia material is publicated.

Key words: Gastronomical tendences, reportage, multimedia content, interview.

Tabla de contenido

Resumen 2
Abstract 3
Tabla de contenido 5
Introducción 8
1.Planteamiento del problema 12
1.1 Descripción del problema 12
1.2 Objetivos 13
1.2.1 Objetivo general. 13
1.2.2 Objetivos específicos. 13
1.3 Justificación. 13
1.4 Delimitaciones y limitaciones 14
2. Marco contextual 16
2.1 Marco de antecedentes 16
2.1.2 Cocina Colombiana para amantes del buen gusto: una aproximación a la producción de la diferencia desde la Nueva Cocina Colombiana. 18
2.1.3 Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. 19
2.1.4 Reflexión académica en diseño y comunicación. 19
2.1.5 Comunicación y gastronomía. Campaña de comunicación del chef José Pizarro. 20
2.1.6 Función didáctica del periodismo gastronómico en internet. 21
2.1. Marco teórico 21
2.3.1 Reportajes. 22
2.2.2 Tendencias gastronómicas predominantes 24
2.2.3 Difusión de contenidos multimedia gastronómicos. 25
2.3 Marco conceptual. 30
2.3.1 Documental. 30
2.3.2 Educomunicación. 30
2.3.3 Gastronomía. 31
2.3.4 Globalización. 31
2.3.5 Tendencias. 32
2.3.7 Reportaje. 32

2.3.8 Indagación. 33
2.3.9 Viralización. 33
2.3.10 Ciberperiodismo. 33
2.4. Marco Legal 34
2.4.1 Sobre la propiedad intelectual. 34
2.4.2 Sobre la valuación de la propiedad intelectual. 34
2.4.3 Sobre las artesanías y el derecho de autor. 35
2.4.4 La obra de arte aplicado. 36
3.Metodología 39
3.1. Enfoque y método de la investigación 39
3.2 Fases de la realización 40
3.3 Descripción de la población objeto 44
3.4 Instrumentos de recolección de información 45
3.4.1 Fuentes de búsqueda ya existentes. 45
3.4.2 Entrevista. 45
3.5 Validación de instrumentos 48
3.6 Procedimiento en la aplicación de instrumentos 48
3.7 Análisis de datos 48
3.8 Aspectos Éticos 47
4. Resultados 48
4.1 Resultados por población. 48
4.1.1 Chefs. 48
4.1.2 Periodista. 49
4.1.3 Opinante gastronómico. 50
4.1.4 Cocineros. 50
4.1.5 Meseros. 52
4.1.6 Estudiantes. 52
4.2 Análisis de datos por subcategoría 53
4.2.1 Reportaje educomunicativo. 53
4.2.2 Tendencias gastronómicas En revistas científicas de Iberoamérica 57
4.2.3 Tendencias gastronómicas bumanguesas 59
4.2.4 Gastronomía en los medios de comunicación 60

4.3 Resultados por categorías: 61
4.3.1 Reportajes: 61
4.3.2 Tendencias gastronómicas predominantes 62
4.3.3 Difusión de contenidos multimedia gastronómicos 63
4.4 Perjuicios en la industria gastronómica durante la cuarentena por la pandemia de Covid-19: 64
5. Conclusiones y recomendaciones 66
5.1 Conclusiones: 66
5.2 Recomendaciones: 68
Referencias bibliográficas 69
Anexos 75
Anexo 1 entrevista dirigida a un chef 75
Anexo 2 entrevista dirigida a un periodista gastronómico. 76
Anexo 3 entrevista dirigida a un opinante gastronómico. 78
Anexo 4 entrevista dirigida a un cocinero 79
Anexo 5 entrevista dirigida a un mesero 80
Anexo 6 entrevista dirigida a un estudiante de gastronomía 80
Anexo 7 consentimiento informado 82

Introducción

La nueva cocina colombiana se encuentra en desarrollo a nivel nacional desde los años 90, empezando en Bogotá. Esta consiste en la estetización y transformación de la cocina tradicional colombiana. Llevándola a un contexto gourmet. Generando una interesante dualidad entre tradicionalismo y cosmopolitismo. Posteriormente se ha difundido el territorio nacional teniendo nichos muy importantes en Medellín y Cartagena.

Se escogió este tema de investigación debido a que no hay mucha literatura sobre la nueva cocina de Santander, por lo que hay una falta documentación de profunda de la temática, lo que podría derivar en su pérdida. Por otro lado, este trabajo pretende elaborar una correcta difusión de la información entre los estudiantes de gastronomía y/o cocina de la ciudad pues son el grupo poblacional que más requiere y puede sacar provecho este conocimiento, bien sea desde un punto de vista académico, o para realizar una inserción en el mercado laboral. Para esto se elaboró contenido multimedia de diversa índole. El cual está publicado en las redes sociales del proyecto.

El marco teórico de este trabajo se basó en 3 pilares teóricos: La metodología correcta para la realización de un hacer un reportaje descriptivo utilizando herramientas del ciberperiodismo. 2. Las tendencias gastronómicas predominantes en Iberoamérica, para contrastarlas las locales. 3. La gastronomía en los medios de comunicación para entender la evolución de esta temática, y las formas más efectivas de difundir contenido. Después se procedió a una investigación acerca de los 10 términos claves de este trabajo con el fin de encontrar rigurosidad lingüística en su desarrollo. Por último, se realizó una averiguación de la legislación concerniente a los derechos de autor de las artesanías y la propiedad intelectual. Para la determinación del correcto tratamiento de la información obtenida.

La metodología del proyecto es de enfoque cualitativo. Y el instrumento aplicado para la recolección de información es la de entrevistas dirigida, pues la muestra investigada es muy específica y concreta, un grupo muy pequeño y carácterístico, no una multitud homogénea. La entrevista (ver anexo 1,2,3,4,5,6) se diseñó con la intención de conocer las características de la tendencia y también para conocer las experiencias, emociones y opiniones de los participantes sobre la misma. El chef docente Freddy Enrique Cancino Abarca realizó la validación del instrumento, al conciderarlo acorde y pertinente para con los fines de la investigación. En el consentimiento informado (ver anexo número 7) se pueden observar las condiciones de protección de información bajo las que se aplicó el instrumento.

La formulación de los resultados de la investigación se construyó de la siguiente manera: Primero se hizo una compilación de los resultados de cada una de las poblaciones entrevistadas. Llegando a los puntos que tienen en común y a aquellos en los que presentan opiniones distintas. Posteriormente se aplicó un proceso de triangulación hermenéutica con el fin de clasificar en la información obtenida en las categorías y subcategorías de la investigación comparando los resultados obtenidos entre distintas poblaciones entrevistadas y el marco de antecedentes. Por último, se da un espacio para explicar los impactos del aislamiento preventivo obligatorio en la industria gastronómica. El cual ocurrió 2 meses después de que se recolectara la información para este trabajo.

Las preguntas del planteamiento del problema (capítulo 1 de este proyecto) fueron contestadas de forma exitosa. Generando los resultados de la investigación. Donde se demuestra que la alta cocina extranjera, comida rápida, tradicional y de autor son las que predominan en Santander. Con respecto a la cocina Santandereana moderna, se pudo concluir que las ideas fundamentales sobre las que se basa son acordes con los de las tendencias culinarias en

Iberoamérica. Se identificaron los chefs más importantes de este movimiento y se determinaron los fundamentos educativos que todo estudiante de gastronomía debe aprender.

1.Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

Son muchas las ideas gastronómicas sobre las que se fundamenta la producción de alimentos en la ciudad y al no realizarse un proyecto investigativo para la obtención de información clara, certera y veraz del proceso evolutivo de nuestra cocina, desde un punto de vista gastronómico esta época y sus aportes podrían caer en el olvido y las nuevas generaciones de gastrónomos y cocineros futuras y en formación carecerán de una guía clara, concisa, actualizada y oportuna para adaptarse y participar en este enriquecedor momento. Un requisito esencial para este fin es la realización de un reportaje de tipo descriptivo.

Las personas que llevan esta transformación culinaria son los chefs más reconocidos de la ciudad. Para entender reconocer, valorar, difundir y transmitir el proceso de cambio y desarrollo de la cocina de la capital santandereana actual se debe resolver la pregunta: *¿Cómo está evolucionando la gastronomía bumanguesa moderna?* Al mismo tiempo otras preguntas inmediatamente subsecuentes a la anterior se generan. *¿Dónde se originan las ideas que están inspirando la reinvención de la gastronomía bumanguesa? ¿Quiénes son los mayores exponentes de esta cocina emergente? ¿Qué pautas y conocimientos deben destinarse para la inserción al contexto del mercado de la nueva generación de gastrónomos que a futuro tendrá a su cargo el trabajo y transformación de la escena gastronómica?*

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

Realizar un reportaje descriptivo sobre el panorama y desarrollo general de las tendencias gastronómicas que se están desarrollando en este momento en Bucaramanga para así tener un registro documentario de la evolución de la escena culinaria y lograr su enseñanza y difusión entre las nuevas generaciones.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Reconocer el origen, las características, progreso, tendencias, métodos e información clave acerca del panorama gastronómico actual de Bucaramanga a partir de una indagación periodística con los mayores exponentes de la cocina en la ciudad.
- Efectuar un archivo y difusión de la información obtenida a través de la producción de material académico, pedagógico e informativo como documentos, infografías, micro documentales, videoblogs, esquemas de ideas, mapas conceptuales, etc. Tanto formales, de carácter académico como con un estilo juvenil y moderno que facilite el recibimiento del contenido entre este público.

1.3 Justificación.

Hay una gran variedad de aplicaciones potenciales que se le podría dar a la información que se obtendrá tras la investigación periodística. Entre estas su uso y aplicación para la formulación de

una idea de negocios en el sector gastronómico. Sin embargo, la direccionalidad que pretende dársele a este proyecto es de tipo informativo y pedagógico, pues se busca realizar un realce a nuestro patrimonio cultural actual a través de su difusión y reconocimiento, y con esta información lograr la introducción clara y efectiva de los alumnos al mercado gastronómico actual de la ciudad.

Es menester de los gastrónomos colaborar activamente con el homenaje y presentación de la gastronomía local por distintos medios, uno de ellos es la documentación de la evolución cultural que se gesta día a día en las cocinas de los chefs más reconocidos de la ciudad. Quienes actualmente están dirigiendo esta reinvención gastronómica

Se hace necesaria esta investigación debido a que no se tienen fuentes sólidas acerca del progreso de la gastronomía Bumanguesa de la actualidad, son pocos los estudios vigentes sobre esta temática tan actual, dinámica y cambiante. La forma en que suelen enterarse los estudiantes de gastronomía es el vos a vos entre ellos, la información que eventualmente obtienen preguntando o reciben por iniciativa propia de sus profesores o chefs con los que trabajan, en sus clases, los eventos gastronómicos que se desarrollan, conversatorios y sus espacios de trabajo, entre otros escenarios. Por lo que no se ofrece realmente información integral sobre este tema. debido a la carencia de una base de datos sobre las tendencias más recientes.

1.4 Delimitaciones y limitaciones

El contexto de la investigación es la escena culinaria bumanguesa con sus respectivas tendencias gastronómicas innovadoras de los años correspondientes a la elaboración de este trabajo (2019-2020). Se estudiará el desarrollo y evolución de la nueva cocina colombiana focalizada en la capital Santandereana, la cual se encuentra en furor. Se develará el origen de la inspiración para la elaboración de nuevos platillos y estilos. Quienes son los responsables de sacar este proceso

adelante, al elaborar los menús y dirigir las operaciones productivas de diversos restaurantes famosos. Qué factores, métodos y conceptos constituyen esta novedosa forma de cocinar. Y pautas, consejos y conocimientos que deben destinarse para la inserción de la nueva generación de Gastrónomos al contexto del mercado, escenario y la oferta culinaria actual.

La delimitación territorial comprende el área metropolitana de Bucaramanga que está constituida por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta y Girón, con especial énfasis en la capital, debido a que es ahí donde está más extendido y familiarizado el consumo de alimentos en establecimientos gastronómicos. Al ser el centro de operaciones de esta índole, es el lugar donde se evidencia mayor globalización, modernización y transculturación.

Una posible restricción que haría difícil la indagación sería la Indisposición de los chefs a entregar información, por distintos motivos. Cómo temor al plagio, o a la revelación de secretos comerciales. Ésta puede manifestarse en distintos niveles, desde dar poca información, incompleta o sesgada, hasta directamente negar la entrevista, Un plan de acción oportuno fue hacer énfasis la protección de los derechos de autor, teniendo sumo cuidado a la hora de formular las preguntas, se diseñaromuy bien evitando en la medida de lo posible la cautela y repliegue de los entrevistados, consiguiendo que se abran y manifiesten la mayor cantidad de información posible.

2. Marco contextual

En este ejercicio de enmarcación se encuentra una exhaustiva búsqueda de información referente a la gastronomía en medios de comunicación, las tendencias gastronómicas predominantes actualmente y las pautas periodísticas educomunicativas para difundir este tipo de material. Además de términos de alta importancia para este trabajo y la legislación tanto nacional como internacional que protege la propiedad intelectual. Con claridad en estos datos se busca el correcto desarrollo de una propuesta investigativa, que tendrá impacto en la forma en la que se educan los estudiantes de gastronomía Santandereanos.

2.1 Marco de antecedentes

En se enseñan algunos apartes de investigaciones internacionales y nacionales de no más de 5 años atrás iniciada esta investigación asociadas a la temática de esta propuesta.

2.1.1 Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica.

En la revista periodística y científica escrita por César Hernández Heredia, Ana Leticia Tamayo Salcedo, Diana Castro Ricalde e Irma Muñoz Muñoz en la Universidad Autónoma de México, México, busca abordar y estudiar las tendencias gastronómicas en las revistas científicas Iberoamericanas para así identificar las áreas de oportunidad para la investigación en este campo.

Es claro el impacto y trascendencia de los medios de comunicación en el campo de la gastronomía y las tendencias en general. Pues estos facilitan la información y viralizan contenido de cualquier índole en cuestión de semanas, días, e incluso horas. Se hace crucial en este sentido identificar cuáles medios son más efectivos y pertinentes a la hora de generar modas y tendencias en las masas. Ketchum (2005) asegura que los temas culinarios en los medios han proliferado en los últimos 20 años. Pero fue hasta la última década que se presenció una red de televisión dedicada exclusivamente a este contenido. “The Food Network”.

Las principales tendencias gastronómicas en este momento son: “El regreso a lo básico”. Tal como su nombre lo sugiere, este movimiento se basa en el realce de los platillos emblemáticos de cada territorio. En contracorriente a la globalización. Fortaleciendo el sentido de pertenencia a un lugar. Por otro lado, se tiene la gastronomía sustentable. Que aboga por el uso de productos frescos, locales y de estación. Esto reactiva las economías locales y el consumidor se deleita con los productos más ricos, frescos, enteros e inmediatos. La última tendencia fuerte es la ciencia en la cocina. Que desde los años 60 viene produciendo nuevas combinaciones de texturas, sabores, formas e ingredientes. Que a simple vista no son compatibles. Además, la casi ilimitada gama de

posibilidades de experimentación. Con logros como mejora de insumos, innovación en técnicas y procesos, originalidad de las cualidades del color, apariencia, perfumes, Sabores etc.

2.1.2 Cocina Colombiana para amantes del buen gusto: una aproximación a la producción de la diferencia desde la Nueva Cocina Colombiana.

Jenny Lizeth Castillo Ríos, colombiana, busca averiguar a través de una investigación cómo se ejerce y desarrolla el poder a través de la producción, acceso y consumo de ciertos tipos de alimentos. Afirma que la cocina es un campo de cohesión, reconocimiento y encuentro para bien o para mal en el cual se generan múltiples procesos socioculturales. Que añade elementos diferenciadores a las comunidades y grupos, además produce y exacerba la diferencia étnica y de clase en un contexto urbano en donde algunos fenómenos tales como la reciente profesionalización de la cocina y el turismo juegan un papel fundamental.

La innovación culinaria está fuertemente ligada con ideales de consumos particulares, que se refieren a la mercantilización de experiencias gastronómicas completas, se transforman en un producto más. A su vez, la exaltación de la cocina tradicional cubre un público con necesidades sociales, de prestigio, identidad, reconocimiento, etc. La innovación y el consumo son evidentes en la nueva cocina colombiana. Así la cocina tradicional innovada, tiene foco en un grupo específico de consumidores. Donde la comida campesina, indígena y negra es estetizada, elitizada para un público extranjero o local interesado en comida auténtica y exótica.

Este proceso permite el acercamiento a la cocina tradicional sin transgredir los límites, la innovación consigue la estandarización de las propuestas modernas, para que así los extranjeros se familiaricen y la consuman en un formato mucho más familiar. La innovación es el marcador que

se separan los sujetos de la tradición culinaria y los consumidores y productores de la nueva cocina colombiana. (Entrevistas chefs, Bogotá, 2013). La sofisticación de la cocina colombiana hace "comestible "lo tradicional para un selecto grupo de consumidores interesados en la aprehensión de experiencias culinarias, y a la vez en las técnicas y tecnologías de la preparación de alimentos.

2.1.3 Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario.

Desde la Universidad de Girona, Girona, España, Francesc Fusté-Forné, postula que el patrimonio culinario es un elemento de comunicación cultural, ahí se manifiestan tanto las tradiciones propiamente culturales como la idiosincrasia de un territorio. La cocina siempre será un puente entre el campo y el sector servicios. Impulsa el desarrollo local y turístico.

La comunicación no es una forma de hacer cultura, ya que "comunicación y cultura son simultáneas y coincidentes" (Beatriz San Juan 2007 p33.) El patrimonio por sus líneas de exploración transdisciplinares abarca cada vez un sentido más social alejándose de lo netamente histórico para proyectarse y extenderse en el tiempo.

2.1.4 Reflexión académica en diseño y comunicación.

El boletín académico semestral de la Universidad de Palermo, Argentina, bajo la autoría de Oscar Echevarría, constituye una publicación semestral desde el año 2000, la cual reúne artículos realizados por docentes, académicos y profesionales invitados. Esto se organiza en torno a temáticas de definidas por la facultad periódicamente cada año desde 1993.

"Reflexión Académica en Diseño y Comunicación es una publicación académica de carácter periódico que reúne reflexiones, construcciones teóricas y descripciones de casos basados en experiencias pedagógicas significativas relacionadas con la enseñanza, el desarrollo de la creatividad, la innovación educativa, las Tic, el arte, la cultura y el diseño."

2.1.5 Comunicación y gastronomía. Campaña de comunicación del chef José Pizarro.

El objetivo principal de la autora, Cristina Rioja Fiz en este proyecto de grado de periodismo es elaborar un Plan de Comunicación para José Pizarro, Chef español. Con foco en la publicación de su tercer libro, Euskadi, un recetario de platos de Donostia y sus alrededores, y la apertura -Little José- Su cuarto restaurante.

La gastronomía es una ciencia y disciplina supremamente íntegra, pues abarca una amplia gama de estudios. Desde técnicos hasta de ciencias naturales avanzada. Y conceptos estéticos y antropológicos. Es bien sabido que la culinaria ha obtenido relevancia económica, social y cultural. Por lo que la comunicación de todo lo relacionado con este sector se ha vuelto un elemento necesario para el desarrollo de cualquier empresa de esta área. Es por esta razón que todos los chefs importantes cuentan con un departamento de comunicación o una agencia encargada de entregar novedades al exterior sobre los mágicos procesos que ocurren en su cocina.

2.1.6 Función didáctica del periodismo gastronómico en internet.

A lo largo del proyecto, realizado por Fernando Sánchez Gómez, de la Universidad del País Vasco, se observa que la Internet y la Web 2.0 universalizan la educomunicación García Galindo (1999) de la gastronomía por medio de páginas web al respecto, gastro blogs, etc. Que incentiven la participación de la comunidad virtual.

El periodismo gastronómico tiene su origen en Francia del siglo XIX, para instruir a los ciudadanos en el arte de comer y recibir invitados. Al llegar a España, en los años setenta se manifestó con el Boom mediático de las nuevas cocinas. La cual continúa hasta nuestros días impulsada por los medios digitales. Las cuales difunden novedosas técnicas culinarias. ¿Qué encontraron?

El fenómeno de la democratización del gusto entre los ciudadanos halló su manera de cimentarse con las redes. A pesar de la masividad de participaciones, este proceso radica y está en manos de los profesionales en el área del periodismo gastronómico. Tanto de los críticos y escritores gastronómicos, cocineros mediáticos.

El comunicador gastronómico modifica las conductas gastronómicas del público y los restaurantes a través de su actividad didáctica. Y estos agentes se unen ahora a la tertulia añadiendo sus propias opiniones en la red, cosa que antes era impensable. Pues los espacios en el periódico para este tipo de actividad eran muy limitados. Ocupando al igual que los diarios virtuales todo un campo de opinión.

2.1.Marco teórico

Se mostrará un resumen contraste y comparación de opiniones de muchos autores conseguidas tras una exhaustiva investigación acerca de diversos temas que constituyen los cimientos del proyecto.

2.3.1 Reportajes.

Según Patterson (2003) El reportaje es una información con carácter profundo; consiguiendo divulgar un tema de actualidad con una investigación más elaborada. En el reportaje el periodista debe tener siempre presente la objetividad como virtud máxima, un fin a perseguir, aunque nunca se logre al 100% debido a que ningún mensaje informativo puede ser carente totalmente de subjetividad, política, imparcialidad, neutralidad de independiente, debido a que durante su elaboración el periodista ordena discrimina manipula e interpreta los datos. Denotando una honesta subjetividad.

Intercala la información con descripciones, añadiendo detalles de interés para el consumidor de la información. Es bastante difícil determinar el propósito del autor de un texto, pues la interpretación y la opinión son muy cercanos y ciertamente se entremezclan en la mayoría de los casos. La imperatividad de una información puede dar a entender subjetividad en un texto. Mientras que, en uno de opinión, puede ser concebido como una interpretación en la mayor medida de lo posible objetiva de los hechos

El reportaje se rige bajo cuatro funciones principales: 1. la de informar. Elemental y primordial, para el conocimiento de la sociedad. 2. Describir; para explicar el suceso. 3. Narrar, Debe hacerse con elocuencia y detalle. 4.investigar, para tener un reportaje sustancioso y novedoso.

2.2.1.1 Tipos de reportajes.

Hay 4 tipos de reportaje según Yanes (2006). Los cuales poseen distintos enfoques, finalidades y características.

- El reportaje objetivo: está construido en torno a encuestas o datos numéricos obtenidos de informes oficiales, infografías diagramas de barras, etc.
- El reportaje retrospectivo: se centran en los datos del pasado que son ahora noticia. Como el currículum de una persona protagonista de un suceso de importancia.
- El reportaje de profundización: reportajes que sacan a la luz detalles nuevos sobre la actualidad informativa.
- Reportaje de investigación: el más importante. Se encarga de encontrar nuevas noticias ocultas a la luz pública, su contenido no está relacionado directamente con la actualidad informativa.

2.2.1.2 Ciberperiodismo.

Desde la WEB 2.0 permitió la interacción entre usuarios. Y el hipermedia, una manera de hacer periodismo mucho más completa, con una mayor cantidad de recursos y estilos disponible(Barbas, 2012) (Larrondo, 2009) Fue en este momento cuando se masificó el consumo de vídeos a través de Youtube.

2.2.2 Tendencias gastronómicas predominantes

Se realizará una descripción de las tendencias que dominan la escena culinaria en diversos contextos en los que está involucrada la cocina Bumanguesa.

2.2.2.1 Tendencias gastronómicas en revistas de Iberoamérica.

La información se viraliza cada vez más rápido, debido a la masiva y omnipresente conexión a internet gracias a los smartphones. Esto ha moldeado de forma definitiva la forma en la que apreciamos la cocina. Se hace crucial en este sentido identificar cuáles medios y redes sociales son más eficaces para la generación de modas en el público general.

En cuanto a las tendencias culinarias que están en furor acaparan el mercado consumidor de alimentos y contenidos se puede hallar: “El regreso a lo básico”. Que busca la belleza de la simplicidad y autenticidad de la gastronomía ancestral local. La segunda corriente es la “gastronomía sustentable”. Con el fin de solucionar problemas ambientales, esta cocina se fundamenta en el uso de productos locales y de temporada. Así se consigue una consolidación económica local mientras se reduce la contaminación por transporte de alimentos. Por último, se encuentra la “ciencia en la cocina”, la cual sorprende desde hace décadas a los comensales con sus inesperadas, revolucionarias y vanguardistas creaciones. La introducción de tantos procedimientos, ingredientes y técnicas nuevas a la cocina abre prácticamente infinito a la creatividad, otorgándole a la comida cada vez matices más complejos (Hernández, Tamayo, Ricalde, Muñoz, 2014, 2015).

2.2.2.2 Tendencias gastronómicas en Bucaramanga.

2.2.2.2.1 Modernización del mercado gastronómico bumangués.

Los 2 pilares del éxito de la gastronomía moderna bumanguesa son el atrevimiento a innovar, como indica Serrano (2016) "la llegada no sólo de cadenas extranjeras sino de emprendimientos locales con unas propuestas gastronómicas realmente interesantes" y el segundo es el rescate de las técnicas tradicionales, tal como expone el chef Carlos Andrés Ibáñez (2018). "Hay una tendencia que es la exaltación de la cocina colombiana, vemos nuevos restaurantes en donde la cocina santandereana es protagonista y es importante porque se está volviendo a lo nuestro y estamos dándole el lugar a nuestras raíces gastronómicas, entonces existen restaurantes de autor, pero también los que muestran la cocina santandereana de una manera más innovadora", Esto, con la igualmente importante modernización de los restaurantes y espacios del disfrute de la comida, están transformando y trascendiendo en la cultura gastronómica de la ciudad bonita.

(García, 2018) (Caracol Radio, 2016)

2.2.3 Difusión de contenidos multimedia gastronómicos.

Se realizó un estudio de los métodos ya existentes de presentación de información gastronómica para la producción de nuevo material adaptado a las plataformas existentes.

2.2.3.1 La gastronomía en medios de comunicación.

El cine es el arte por excelencia del tiempo y el espacio, la gastronomía lo es por lo efímero, sin embargo se genera una gran pregunta, ¿Hasta qué medida puede ser la gastronomía un arte

sin la ayuda de los medios audiovisuales? para responder hay que hacer hincapié en el crecimiento y trascendencia que esta ha obtenido gracias a las comunidades virtuales culinarias, los discursos de cocina saludable, la inclusión de las reseñas en las redes de restaurantes la construcción del gusto desde la virtualidad; el impacto de la relación entre internet, redes sociales etc. Las cuales han aportado inmensamente a el crecimiento de la escena gastronómica especialmente en la pantalla chica. Logrando de lleno la espectacularización del hecho alimentario. (Santamaría, 2016)

El autor opina también que los caminos paralelos que han seguido ambas disciplinas desde la aparición del primer cinematógrafo para detenerse después de realizar una imbricación con la sociedad de su tiempo. Mientras que, en el caso de la gastronomía, desde muchísimo antes, en los festivales a la par que hace hincapié en sus fuentes de inspiración, referencias y canales de exhibición y de divulgación. Fueron estos los canales y nichos de crecimiento de estas 2 grandes culturas. (Juárez, Medina, 2017)

2.2.3.2 Creación de contenido en línea para jóvenes.

La pregunta introductoria es: ¿Cómo informar a los jóvenes de forma entretenida acerca de las tendencias gastronómicas de Bucaramanga?

2.2.3.2.1 Industrias creativas.

Las “industrias creativas” incluyen a las tradicionales “industrias culturales” (editorial, discográfica, cinematográfica, etc.) y añaden disciplinas y artes más modernas, publicidad, moda, arquitectura, diseño industrial y gráfico, entre otras. Las Industrias Creativas obtienen su

valor de la comunicación y fama de su componente creativo e innovador. Bien sean objetos materiales, o con valor simbólico o intangible, siendo fundamental la labor de quien difunde y publicita el contenido. Es de claro conocimiento que estas producciones son paralelas a la mediatización. Nacen con el fin de suplir necesidades del mercado, de una forma similar a otros productos uniformes y seriados, mientras transmiten expresiones culturales, sin importar su valor comercial. (Rodríguez, Viñez, Olivares, 2010) (Segarra, Rodríguez, Hidalgo, 2015)

Se puede encasillar a la gastronomía primordialmente como preparaciones materiales consumibles, mientras que a su vez tienen una parte simbólica y patrimonial debido a la cultura que estas transmiten, y a su vez el valor mediático que la imagen mediática del chef y sus creaciones, que se pueden apreciar en multitud de formatos hipermedia. Consiguiendo estar muy presente en la actual economía creativa. Tanto la televisión como las principales guías de crítica gastronómica están acercando la cultura gastronómica a una gran variedad de públicos, consiguiendo notoriedad como elemento sociocultural y económico.

Entre los elementos potenciadores de la difusión de esta tendencia además de, la rapidez e inmediatez, la segmentación, el multilingüismo, el incremento y la mejora de la eficacia y la eficiencia comunicativa los mensajes específicos comunicados dependiendo del canal elegido, un mayor control sobre los efectos en la comunidad digital todo esto consigue un uso más apropiado y certero de herramientas comunicativas, para fines propios del marketing, como captación y fidelización de clientes, venta de productos, etc. (Rodríguez, Viñez, Olivares, 2010) (Segarra, Rodríguez, Hidalgo, 2015)

La documentación estudiada hace un riguroso análisis de las condiciones y las características para la creación y éxito de las industrias creativas, como estas tienen un impacto en la economía y de qué forma se están desarrollando, evidentemente la gastronomía como área en esta

producción ha tenido un inmenso incremento. Hay enormes ganancias para los negocios gastronómicos debido a la moda y al glamour que estas significan. Como para la comunicación y difusión de este arte a través de creación de contenidos en televisión, radio, artículos revistas etc. (Rodríguez, Viñez, Olivares, 2010) (Segarra, Rodríguez, Hidalgo, 2015)

2.2.3.2.2 Fotografía gastronómica.

La analogía entre el acto de comer y tener relaciones sexuales parece ser una tendencia universal del pensamiento humano. Plantea Levi-Strauss, (1964) en (Laborde, Juárez, Medina, 2017)

. El erotismo es a la sexualidad lo que el arte es al hambre: el triunfo de la cultura sobre el instinto. Sugiere Rossi, (1991) en (Laborde, Juárez, Medina, 2017)

Aún en los libros antiguos, como la Pattiserie Royal Parisenne, de Marie Antoine (Antonin) Carême, las ilustraciones con fabulosas esculturas artísticas haciendo de pasteles y postres un auténtico placer visual, se evidencia la importancia aplastante e indudable de las imágenes, aunque sean inalcanzables para quien adquirió el libro para elaborar la receta. Hay ciertos rasgos compartidos en los chefs o críticos culinarios televisivos y las estrellas porno. Se evidencia cuando estos cocineros se atiborran de ingredientes exóticos, descritos con tentador detalle, y posteriormente son comidos mientras se emiten los más elocuentes mugidos, expresando el éxtasis que se alcanza con la preparación; de esta forma se genera un simulacro de deseo y satisfacción. Sin embargo, hay una gran diferencia entre estas 2 áreas cinematográficas, mientras que la pornografía es explícita y no deja mucho lugar a la imaginación, disminuyendo el sexo y presentándose burdo, la pornografía alimentaria enaltece la comida y la idealiza, con preparaciones de procesos perfectos. (Laborde, Juárez, Medina, 2017)

La gastronomía se ha vuelto un objeto de fetiche, por lo tanto, es común que en nuestra era prime la exhibición del platillo en redes sociales, antes que la degustación del mismo. La innovación tecnológica permite la presentación de estos platillos a un público, bien sea por una cuenta personal, empresarial o de un influencer. Permitiendo a la gastronomía reinventarse y expandirse. Este proceso no deteriora la gastronomía, simplemente la retransmite por otro canal y con otro lenguaje. (Laborde, Juárez, Medina, 2017)

López García, Juárez & Medina (2017) concluyen que la comida y su preparación constituyen un placer voyerista, igual que sus ingredientes, pues provocan emociones y sensaciones antes del consumo. Internet ha generado una gran difusión de contenido para voyeristas culinarios. Estas personas pueden tener preguntas como ¿Cuáles son las comidas más raras del mundo? ¿Cómo será la comida del futuro? ¿Qué platillos de otras culturas parecen repulsivos a la nuestra? y ¿qué platillos comunes de nuestra gastronomía son desagradables para el gusto de otros países, tribus, etc.? ¿Qué comen o comían los personajes poderosos, famosos e históricos como Donald Trump, Marilyn Monroe, Napoleón Bonaparte, Jhon F Kennedy? a su vez concursos de comida de toda índole como quién come en mayor cantidad, o más rápido, o los chiles más picantes, etc. ¿Cuáles con los personajes más famosos por su enfermedad "pica" que les impulsa incontrolablemente a comer objetos y sustancias no nutritivas? ¿Qué comen?

Internet no sólo responde todas las anteriores inquietudes voyeristas, sino que las alienta y amplifica su volumen. Sin embargo, este tipo de tendencias pueden llegar a tener un daño colateral, como se evidencia con los youtubers surcoreanos que se graban comiendo, para que su audiencia vea sus vídeos y al comer no se sientan solos. O la pérdida de la auténtica socialización que natural se da a la hora de comer, al primar la exposición del platillo en las redes sociales y, por lo tanto, la opinión de terceros que no se encuentran presentes durante la comida.

2.3 Marco conceptual.

En este apartado se mostrará la realización de una condensación y análisis de los términos clave del documento y la investigación según varias fuentes y autores.

2.3.1 Documental.

En el Diccionario el país (2019) se define como la película y el género cinematográfico que presenta escenas y personajes, experimentos y hechos reales. Esto se realiza con fines informativos o pedagógicos, indica la Real academia española (2019). Mediante una construcción (obra, estructura) con el predominio y la propuesta de datos fidedignos. Como señala Etienne Souriau, citado en Rojas (2015) es "la presentación de seres o cosas existentes positivamente en la realidad fílmica".

2.3.2 Educomunicación.

La educomunicación es explicada por Aparichi (2010) y Barbas (2010), como un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación. Es también conocida como educación en materia de comunicación, didáctica de los medios, comunicación educativa, didáctica de la imagen, alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación, didáctica de los medios audiovisuales, educación mediática, educación para la

televisión, didáctica de los medios audiovisuales en el contexto iberoamericano, y media literacy o media education, en el contexto anglosajón.

2.3.3 Gastronomía.

La gastronomía engloba el conjunto de conocimientos y actividades que están relacionados con los ingredientes, recetas y técnicas de la culinaria, también trata su evolución histórica (diccionario clave 2019). Una mirada antropológica de la gastronomía la sitúa como un símbolo territorial, una muestra cultural y natural que define el arraigo de los seres humanos hacia un lugar. Fusté-Forné (2016) También se habla de ella como el arte de preparar una buena comida o Afición a comer bien, Real Academia española (2019), apreciando y disfrutando la buena comida y los buenos restaurantes. Diccionario de El país, 2019.

2.3.4 Globalización.

La globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de información, conocimientos y cultura. (Diccionario clave, 2019) De acuerdo con Mittelman (1996) citado en Morales, (s.f) desde un punto de vista económico se define como una fase en la historia del capital cuyo linaje ha unido a distintas sociedades en el mismo sistema; donde se aprecia una dialéctica de continuidades y discontinuidades; y constituyendo conceptualmente una utopía de mercado.

2.3.5 Tendencias.

Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines. Real academia española, (2019) Estas pueden constituir un movimiento político, artístico, científico, estético, etc., orientado hacia una determinada dirección diccionario el país (2019) esta genera una marca y se delimita en un determinado periodo de tiempo.

2.3.6 Patrimonio.

Es resultado de la interacción del ser humano con sus semejantes y con su entorno. Entre los componentes que cuenta el Diccionario el país (2019) están un conjunto de edificios, monumentos, objetos y documentos de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico de un país, así como los yacimientos o zonas arqueológicas del mismo. Éstos son objeto de cuidado especial por parte de la legislación. Real academia española (2019) en un contexto temporal, el patrimonio es un artificio de la creación del ser humano y, por tanto, reversible y dinámico. (García, 2008)

2.3.7 Reportaje.

Trabajo periodístico, cinematográfico, etc., de carácter informativo, referente a un personaje, un suceso de actualidad o cualquier otro tema. Diccionario el país, (2019) La definición de un reportaje, según la voz francesa Compte réude, es la información recabada de algún hecho, viaje o situación redactado por un reportero. Siendo esta de carácter profundo; divulga un acontecimiento de actualidad, pero amplia e investiga mucho más que la noticia. Así lo señala el estudioso sobre este género, (Ulibarri, 2003).

2.3.8 Indagación.

Se entiende por indagación a las actividades estudiantiles en las cuales se desarrollan conocimiento y entendimiento en distintos campos. (Andoni, 2010) En términos generales El Diccionario clave (2019) se refiere a esta como un intento de averiguar algo discurriendo con preguntas.

2.3.9 Viralización.

Adquirir un carácter de conocimiento masivo en un proceso informático de difusión de información. Es viralizada aquella difusión a través de redes sociales o medios electrónicos de algún hecho o evento que causa conmoción social. Real Academia española (2019) El contenido publicado es compartido por cientos, después miles y pasen a ser millones y millones de desconocidos; el país donde se publicó el contenido, el idioma, o tipo de contenido son factores secundarios. Gómez, (2015) El símil con un virus se debe a que estos datos se caracterizan por propagarse a alta velocidad. (The free dictionary, 2019)

2.3.10 Ciberperiodismo.

El periodismo en las redes digitales, y singularmente en internet, es un fenómeno relativamente reciente, cuya expansión, pareja a la de la World Wide Web, comienza aproximadamente en 1994. El estudio de este nuevo fenómeno comunicativo empieza en varios países simultáneamente, favorecido, a su vez, por la posibilidad de comunicación entre académicos. (Díaz, Noci, s.f)

2.4. Marco Legal

2.4.1 Sobre la propiedad intelectual.

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora. (Art 27, parágrafo 1 y 2, declaración universal de los derechos humanos, Organización de las naciones unidas ONU 2015 p.56)

2.4.2 Sobre la valuación de la propiedad intelectual.

La propiedad intelectual está clasificada como un bien intangible según el artículo 5 del capítulo 2 “De la actividad de valuación” del decreto 556 del 2014 por el cual se reglamenta la Ley 1673 de 2013.

Artículo 5°. Categorías en las que los avaluadores pueden inscribirse en el Registro Abierto de Avaluadores.

11	ACTIVOS OPERACIONALES Y ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	Revalorización de activos, inventarios, materia prima, producto en proceso y producto terminado. Establecimientos de comercio.
12	INTANGIBLES	Marcas, patentes, secretos empresariales, derechos autor, nombres comerciales, derechos deportivos, espectro radioeléctrico, fondo de comercio, prima comercial y otros similares.
13	INTANGIBLES ESPECIALES	Daño emergente, lucro cesante, daño moral, servidumbres, derechos herenciales y litigiosos y demás derechos de indemnización o cálculos compensatorios y cualquier otro derecho no contemplado en las clases anteriores.

Imagen 1. Fragmento del cuadro "categorías en las que los avaluadores pueden inscribirse en el registro abierto de valuadores"

(Ministerio de justicia, Artículo 5, Decreto 556 del 2014, DIARIO OFICIAL. AÑO CXLIX. N. 49092.)

2.4.3 Sobre las artesanías y el derecho de autor.

"El concepto de producción artesanal, definido de la manera más simple, nos remite a la fabricación de objetos en donde predomina el trabajo manual, complementado, en muchos casos, con el uso de máquinas o herramientas rudimentarias. El producto del trabajo artesanal suele combinar cualidades utilitarias con expresiones artísticas, casi siempre relacionadas con la tradición, el folclor y la cultura de un entorno geográfico particular (...) forma parte de la cultura de los pueblos, y en tal calidad, preservador y transmisor de valores y contenidos simbólicos que nos identifican como nación, definiendo, a la vez, perfiles concretos de nuestra diversidad étnica y cultural.

Las expresiones artísticas involucradas en el trabajo artesanal, constituyen el objetivo central de la presente circular, toda vez que las mismas son objeto de protección por el derecho de autor. Dentro de este contexto, se buscará precisar bajo qué circunstancias especiales el artesano se convierte en autor; cuáles son las expresiones artísticas protegidas; cuáles son las prerrogativas que la legislación autoral de nuestro país le concede en su favor y, finalmente, cuáles son las condiciones para el apropiado ejercicio de dichas prerrogativas. (Centro colombiano del derecho de autor CECOLDA, Circular número 10, 5 de diciembre del 2003)

1. **El derecho de autor en el ámbito de la producción artesanal.**

Por obra artística entendemos que es aquella creación cuya finalidad es la de apelar al sentido estético de la persona que la contempla [1]. Definición ésta que es recogida por el artículo 3 de la

Decisión 351 de 1993 en su apartado “obras plásticas o de bellas artes”, y en donde se agrega, que éstas son las pinturas, los dibujos, la escultura, los grabados y la litografía.

Otra categoría de obras artísticas, son las obras de “arte aplicado”, entendidas como aquellas creaciones artísticas con funciones utilitarias o incorporadas en un artículo útil, ya sea una obra de artesanía o producida a escala industrial, como la define la norma comunitaria. (...)

2.4.4 La obra de arte aplicado.

Nuestra legislación comunitaria en materia de derecho de autor y derechos conexos considera como obra de arte aplicado a la industria, las obras artísticas incorporadas en un artículo útil, ya sea en una obra de artesanía o producida a escala industrial. (...)el derecho de autor concede un reconocimiento a la obra incorporada en el elemento utilitario, y no a este en sí mismo considerado.

3. Autor

(...) Los derechos de autor sobre una obra artística, como lo sería un dibujo, escultura, grabado, obra de arte aplicado, son de la persona que la realizó, quien la elaboró imprimiendo todo su ingenio e inteligencia. Es su expresión la que queda plasmada en lo producido, siendo por lo tanto el titular de los derechos morales y patrimoniales de la creación. En consecuencia, si la obra es realizada por un artesano, será él, a la luz de la legislación vigente en materia de derecho de autor, el titular de todas las prerrogativas y facultades que la misma concede.

1. Obras colectivas o en colaboración

Se entiende por obra colectiva, aquélla realizada por un grupo de autores, por iniciativa y orientación de una persona natural o jurídica que la coordina, divulga o publica bajo su nombre. Por este hecho, la ley concede la titularidad de los derechos patrimoniales, que no son otros que la capacidad para disponer la explotación económica de la obra, a quien encargó o coordinó su realización, conservando los autores los derechos morales, vale decir aquellos que garantizan la paternidad e integridad de la creación.

Es pertinente resaltar, que las obras colectivas creadas dentro de un contrato laboral o de prestación de servicios, en donde sea imposible identificar el aporte individual de cada uno de los autores, tendrán por titular a la persona jurídica o natural por cuya cuenta y riesgo se realizaron (Artículos 19, 83 y 92 de la Ley 23 de 1982).

Así las cosas, cuando la obra es creada por una pluralidad de autores, se mantiene el principio general, y todos y cada uno de ellos se considerarán autores de la misma, debiéndose precisar en cada caso si la obra es colectiva o en colaboración en los términos antes esbozados.

5. prerrogativas para los autores

La existencia del derecho de autor atiende a la necesidad de reconocimiento de la creación intelectual y a criterios de índole económico. La protección que se concede al autor nace desde el momento mismo en que se crea la obra, sin que para ello requiera cumplir con formalidad jurídica alguna, y apunta a otorgarle dos clases de derechos:

Los primeros son los morales, que son perpetuos, intransferibles e irrenunciables y lo facultan para reivindicar en todo tiempo la paternidad de su obra; oponerse a toda deformación o modificación que perjudique su honor o reputación o demerite la obra; a publicar su obra o a

conservarla inédita; a modificarla y a retirarla de circulación (artículos 11 Decisión 351 Comisión de la Comunidad Andina y 30 de la Ley 23 de 1982).

En segundo lugar, se encuentran los patrimoniales, que constituyen una facultad exclusiva para realizar, autorizar o prohibir cualquier utilización que se quiera hacer de la obra, como la reproducción; la comunicación pública; la distribución pública; y la traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra (artículos 13 de la Decisión 351 Comisión de la Comunidad Andina y 12 de la Ley 23 de 1982).

En razón de lo anterior, cualquier persona que pretenda utilizar una creación protegida, deberá contar, salvo las excepciones legales, con la autorización previa y expresa del autor, de sus derechohabientes o de los titulares de los derechos patrimoniales, en el caso de tratarse de una obra sobre la cual operó la transferencia de los mismos (artículo 183 de la Ley 23 de 1982). Sin su consentimiento, la utilización de la obra podría llegar a ser calificada judicialmente como ilícita, por vulnerar derechos sobre la creación protegida, siendo probable la aplicación de sanciones de tipo civil y penal.

6. Disposición económica de las obras

(...) Si un tercero está interesado en utilizar la obra de un autor siempre y cuando éste no haya cedido previamente sus derechos patrimoniales, deberá contar con la previa y expresa autorización del titular. La autorización, así como cualquier otra clase de negociación de derechos que se quiera hacer sobre la obra debe estar plenamente identificada en la autorización que extienda a ese tercero, debido a que las negociaciones en derecho de autor tienen la particularidad de ser independientes entre sí, es decir que, la autorización del autor para una

forma de utilización no se extiende a las demás.” (Centro colombiano del derecho de autor CECOLDA, Circular número 10, 5 de diciembre del 2003)

3.Metodología

En este capítulo se hace el planteamiento y definición de la metodología de la investigación elegida para conseguir los datos más pertinentes, certeros y necesarios durante la indagación. Se identifica la muestra, para posteriormente analizar los datos obtenidos.

3.1. Enfoque y método de la investigación

El enfoque investigativo del proyecto es cualitativo, esto significa que el análisis se realizó en un entorno natural, sobre un tema que no se relega únicamente a datos numéricos, sino más sobre

la experiencia, vivencias y emociones de las personas implicadas. Se fundamentó en un diseño fenomenológico ya que se analizó, describió y documentó, las tendencias gastronómicas santandereanas modernas junto con su entorno, participantes, criterios, y opiniones, de esta forma se sabrá en qué están de acuerdo o no, logrando obtener datos estadísticos y patrones de conducta y consumo. (Hernández, 2014)

El trabajo consistió en la realización de una indagación entrevistando distintas personas participantes de este movimiento, en diferentes puntos de su cadena de valor. De esta forma se obtuvo una amplia variedad de perspectivas que nutrirán la investigación. Se registró el conocimiento, los sentimientos e intenciones artísticas del chef como productor de la tendencia, se intercambiaron opiniones con el periodista gastronómico como persona que realiza a su vez, su propia indagación. Se tomó nota atenta del crítico como un especialista en el tema y se recolectaron las experiencias los clientes como los espectadores y participantes finales.

3.2 Fases de la realización

A continuación, un diagrama secuencial donde se especifica la forma de abordaje al problema y los métodos que se emplearán para la obtención de la información y el desarrollo de todas las fases de la investigación.

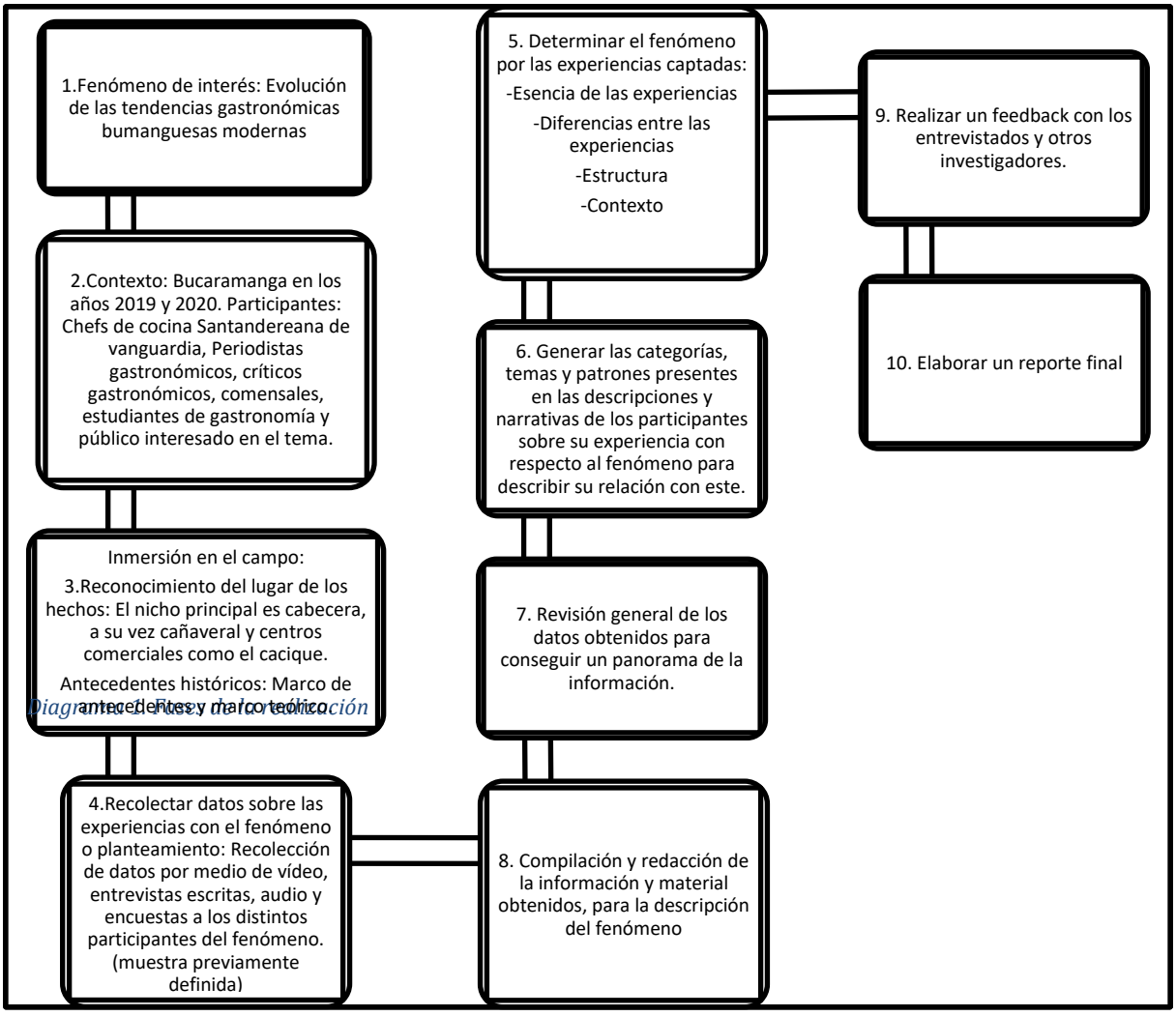


Diagrama 1. Fases de la realización

Hernández (2014)

1. Fenómeno de interés: a través de la formación de una hipótesis con base en el promedio de conocimiento de los estudiantes de gastronomía de distintas instituciones educativas sobre la cultura gastronómica Bumanguesa de vanguardia, según la cual se plantea la necesidad de una base de datos confiable, actualizada, entretenida e interactiva donde los alumnos puedan consultar acerca de las tendencias gastronómicas modernas en Bucaramanga.

2. Contexto: se pretende hacer una investigación de actualidad, por lo tanto, el contexto temporal son los años 2019 y 2020. La población estudiada estuvo compuesta por varios participantes del sector gastronómico moderno tanto desde la academia como la industria.

3. Inmersión en el campo: Tras un proceso de observación panorámica, se concluye que los lugares indicados para llevar a cabo la investigación principalmente son Cabecera, y la zona comercial de Cañaveral, pues es en estos lugares donde pueden encontrarse los restaurantes que están ofreciendo este estilo culinario. Para conocer los antecedentes históricos se realizó una búsqueda intensiva de información con respecto a los reportajes, sus tipos, evolución y tendencias, como el ciberperiodismo, sobre las tendencias gastronómicas actuales en Bucaramanga, Santander e Iberoamérica, por último, la gastronomía en los medios de comunicación.

4. Recolección de datos sobre las experiencias con el fenómeno o planteamiento: El principal medio por el cual se recolectó datos fue el de vídeo. Pero también son fundamentales otros métodos como entrevistas escritas, en audio, encuestas, para tener una mejor y más completa información con la cual trabajar.

5. Determinación el fenómeno por las experiencias captadas: por medio del análisis de 4 factores: Esencia de las experiencias, donde se extrae lo más importante de la información, filtrando la temática innecesaria para enfocarse en el movimiento artístico. Diferencias entre las experiencias: Es de fundamental importancia el análisis de las opiniones de todas las partes implicadas, para contrastarlas y establecer relaciones entre ellas. Estructura, donde se organizan las categorías constructoras del fenómeno. A esto se añade el contexto en el cual tienen lugar las situaciones investigadas.

6. Generación las categorías, temas y patrones presentes en las descripciones y narrativas de los participantes sobre su experiencia con respecto al fenómeno para describir su relación con este: En este paso se ataron cabos al comparar la teoría obtenida con la información recolectada, contestando las preguntas hechas en el planteamiento del problema.

7. Revisión general de los datos obtenidos para conseguir un panorama de la información: Con base en este panorama, que es la información estructurada, se elaboraron los productos finales del proyecto.

8. Compilación y redacción de la información y material obtenidos, para la descripción del fenómeno: Una de las fases finales del proceso. Donde se organiza, presenta y filtra el conocimiento adquirido a lo largo de la indagación, verificando o refutando las hipótesis que se formularon al principio de este. Es también donde el proceso creativo tiene lugar. Ya que en este punto se ensambla todo el material inédito, generando el contenido educativo que se difundirá entre el público objetivo de la investigación.

9. Realización de un feedback con los entrevistados y otros investigadores: Este paso es fundamental, pues la comunidad tanto general como la especializada puede opinar al respecto, aporte sus propios juicios e información adicional, esta forma de realimentación permitirá la actualización del conocimiento obtenido durante el proyecto, adicionando matices y puntos de vista, generando debate y enriqueciendo el trabajo realizado.

10. Elaboración de un reporte final: consiste en el contraste de la información conseguida durante la investigación con la recogida del feedback. Se procede a mostrar un resumen general en el cual se formulan las conclusiones del proyecto a la comunidad. El proceso de feedback puede prolongarse indefinidamente.

3.3 Descripción de la población objeto

El universo donde se genera el proyecto es Bucaramanga y su área metropolitana. Las poblaciones que se evaluarán y la razón por la cual fueron escogidas son las siguientes: Personas que trabajan en el sector de la gastronomía, pues son ellas quienes producen el fenómeno gastronómico en sí. Estudiantes y académicos de gastronomía de la ciudad, para hacer un análisis de sus conocimientos y juicios de valor sobre la cultura gastronómica moderna.

La muestra que se estudiará es de tipo no probabilística, o dirigida. Las personas entrevistadas no constituyen una mayoría homogénea, ya que estas personas son elegidas por pertenecer a grupos o poseer características bien definidas, en este caso la interacción con el fenómeno culinario investigado.

Se estudió y singularmente, por su autoridad, representatividad y trascendencia, a 3 chefs. Ya que son ellos quienes dirigen la cocina y el establecimiento, diseñan los menús y supervisan la producción de los alimentos. Lo que los convierte en la cabeza del movimiento artístico. También se entrevistará a un periodista gastronómico, que tenga una investigación enfocada en el mismo campo de acción que esta indagación, la gastronomía bumanguesa moderna. Un opinante gastronómico es también parte fundamental del trabajo, ya que una persona que se dedique a esto es muy rigurosa, específica y detallista a la hora de examinar y evaluar un platillo, o tendencia gastronómica.

Se entrevistó a 7 cocineros operantes establecimiento, por lo que conocen de primera mano los procesos de producción y están familiarizados con la información que les proporcionan los chefs sobre el estilo culinario del restaurante. También a los meseros. Se entrevistó a 4 de ellos ya que tienen conocimiento acerca de la generalidad de las opiniones de los clientes al degustar los platillos de su restaurante. En cuanto a la muestra de estudiantes de gastronomía se entrevistó a 4 estudiantes de la UNAB.

3.4 Instrumentos de recolección de información

Acá se encuentran todas las características de los instrumentos que se aplicaron con el fin de recoger toda la información necesaria para el proyecto.

3.4.1 Fuentes de búsqueda ya existentes.

En el marco contextual del trabajo se realizó una rigurosa búsqueda de textos, documentos, revistas, etc. Acerca de 3 temas principales: el reportaje, tendencias gastronómicas modernas, y difusión de contenido multimedia gastronómicos. Otros elementos de investigación de suma importancia son los artefactos, la tecnología y algunos métodos con la cuales elaborar sus sofisticadas preparaciones.

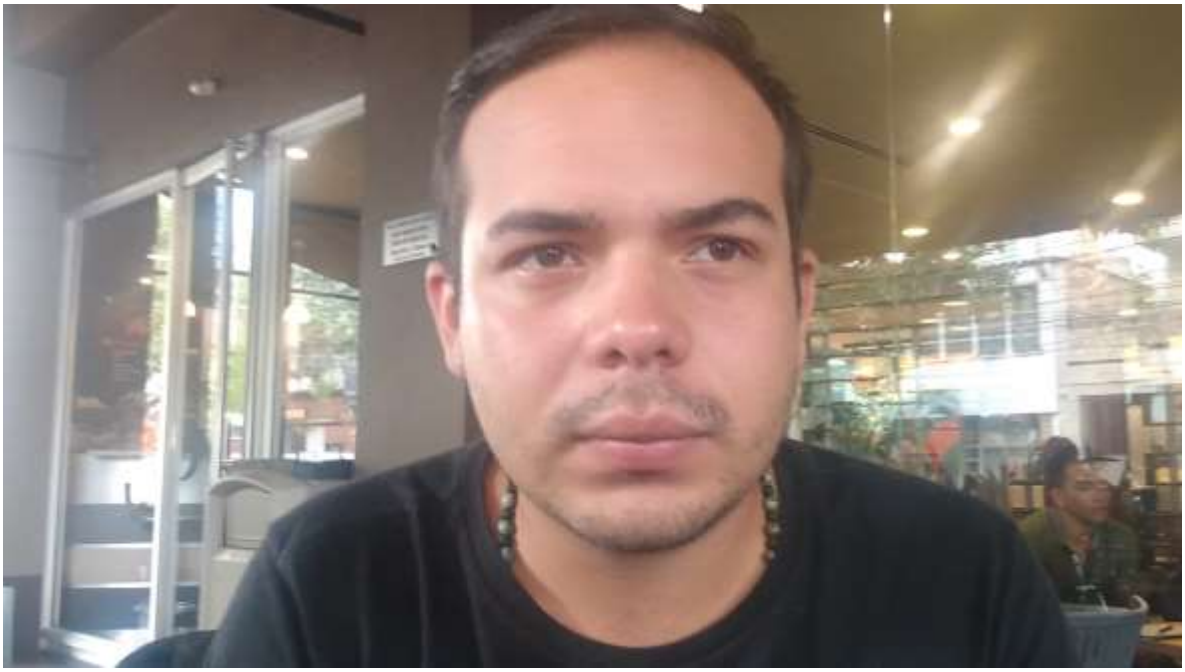
3.4.2 Entrevista.

Las entrevistas que se manejaron están en los Anexos del 1 al 6 de este documento. Se pretende manejó un entorno amigable en la entrevista, buscando animar y motivar la

proactividad del entrevistado con la idea de que está aportando a la educación de los gastrónomos que están en formación y su público en general. Se aplicaron los 6 tipos de pregunta según Mertens (2010): de opinión, de expresión de sentimientos, de conocimientos, sensitivas, de antecedentes, y de simulación para eliminar la monotonía y hacerla más amena para el entrevistado y el público receptor del trabajo. Se omitió y recortó en la edición del material los fragmentos de información que tengan fines directamente publicitarios, el objetivo es obtención de la información sobre la cultura gastronómica y la comida en sí, no promocionar empresas. (Hernández, 2014)

El foco del proyecto es la difusión de la información obtenida a través del hipermedia, para ello al aplicarse las entrevistas se hizo una grabación de vídeo de estas, tras el cual se redactaron en texto. Se extraerán los audios del clip para su difusión en formato radial, o digital, (Su peso reducido hará fácil compartir esta información por varias plataformas o redes sociales). Y en base a los datos obtenidos se elaboraron infografías, posters, e incluso "memes".

Fotografía 1. Entrevista al instructor William Álvarez Carreño.



Fotografía 2. Entrevista al Chef Alejandro Torres

3.5 Validación de instrumentos

Se presentaron los formatos de entrevista al chef docente de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Freddy Enrique Cancino Abarca. El profesional del campo de la gastronomía valoró la calidad y pertinencia de las preguntas, y formuló correcciones pertinentes para estas. Para que quedaran más enfocadas y ajustadas a la realidad del entorno gastronómico.

3.6 Procedimiento en la aplicación de instrumentos

Las entrevistas se obtuvieron en formato de audio o vídeo, con la siguiente metodología: Se realizó una visita a los distintos escenarios donde se encuentran la población objeto, los restaurantes e instituciones educativas. Posteriormente se contactó a las personas y se les comentó un breve resumen del proyecto.

Se invitó a participar de la entrevista, contestando las preguntas, grabando con cámaras o Audio. Después se realizó la transcripción de la entrevista. Posteriormente se editó el material para rescatar los datos más importantes. El consentimiento informado firmado por el participante permite el análisis y publicación de la información y material obtenidos.

3.7 Análisis de datos

La siguiente tabla muestra las categorías apriorísticas, contempladas al inicio de la investigación, es importante resaltar que durante el proceso de recolección de información surgieron otras infrasubcategorías denominadas emergentes, estas son: Directrices para estudiantes de gastronomía: Constituyen todos los consejos que profesionales de la gastronomía y personas en el negocio recomiendan a gastrónomos y cocineros en formación. fuentes de

información: Material académico recomendado por la población entrevistada para los alumnos. Ingredientes: La importancia de los ingredientes locales en las nuevas tendencias. Exportación de la cocina: Técnicas para visibilizarla y exportarla a otros departamentos y países.

Ámbito temático	Problema de investigación	Pregunta de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Infrasubcategorías
Tendencias en la gastronomía de Bucaramanga	Son muchas las ideas gastronómicas sobre las que se fundamenta la restauración en la ciudad, y al no realizarse un proyecto investigativo sobre estas, las nuevas generaciones de gastrónomos y cocineros futuras y en formación carecerán de una guía clara, concisa, actualizada y oportuna para adaptarse y participar en este enriquecedor momento. Para esto es necesario un reportaje de tipo descriptivo.	¿Cómo evoluciona la gastronomía bumanguesa moderna?	Realizar un reportaje descriptivo sobre el desarrollo general de las tendencias culinarias en desarrollo en Bucaramanga para así tener un registro documentario de la evolución de la escena culinaria y lograr su enseñanza y difusión entre las nuevas generaciones.	Reconocer el origen, las características, progreso, tendencias, e información clave acerca del panorama gastronómico actual de Bucaramanga Efectuar un archivo y difusión de la información obtenida a través de la producción de material académico, pedagógico e informativo.	reportajes tendencias gastronómicas Predominantes Difusión de contenidos multimedia gastronómicos	Tipos de reportajes Reportaje educomunicativo Ciberperiodismo Tendencias gastronómicas En revistas científicas de Iberoamérica Tendencias gastronómicas bumanguesas Gastronomía en los medios de comunicación Creación de contenido gastronómico en línea para jóvenes	Reportaje investigativo, objetivo, retrospectivo, y de profundización. Fuentes de información recomendadas para estudiantes. Directrices para estudiantes de cocina. La ciencia en la cocina. Regreso a lo tradicional. Gastronomía sustentable. Modernización del mercado Gastronómico. Técnicas de cocina innovadoras. Platillos nuevos Gremios gastronómicos y chefs Ingredientes. Exportación de la cocina. Industrias creativas. Fotografía gastronómica.

3.8 Aspectos Éticos

Es fundamental para la protección de la población entrevistada y la validez de la información recolectados el diligenciamiento del consentimiento firmado. En el cual se expresan claramente los términos del uso de la información e imagen, protección de datos. (Ver anexo 5).

4. Resultados

En este capítulo se resume, clasifica y contrasta la información obtenida a través de la investigación con los distintos instrumentos de recolección de datos y las fuentes consultadas en el capítulo 2.

4.1 Resultados por población.

Lo primero que se realizó fue condensar todas las respuestas de los entrevistados por grupos poblacionales. Así se descubrió que en general los participantes identifican que las tendencias gastronómicas más importantes son: La alta cocina extranjera italiana, francesa, española, japonesa, peruana, etc. Un fuerte impacto de la comida rápida, especialmente pizzas y hamburguesas. También un auge en los restaurantes especializados en carnes. Por otro lado, la cocina de autor, molecular y de vanguardia. en la cual se encuentra la cocina santandereana moderna. A su vez, se mantendrá siempre las ventas de la cocina tradicional.

4.1.1 Chefs.

Se preguntó a los participantes sobre la cocina Santandereana moderna, el chef Alejandro Torres la describió como: “Una cocina inspirada en el campesino, con buena técnica, presentación y respeto a los ingredientes”. Desde el purismo, con filosofías como la de Carlos Gaviria, quien opina: “La cocina colombiana es tan perfecta, que lo único que necesitábamos era cambiarle la ropita, es decir la manera de presentar”. Otra opción es desde la perspectiva desde la modernización, Aplicando técnicas de cocina vanguardista y molecular. Y de esta manera conseguir, como expresó Torres: “de esta manera introducir las raíces culinarias a un mercado

mucho más global y capitalista". Algunas de las ideas de los chefs son preparaciones de cocina internacional con productos santandereanos, emplatado en lienzos, y la deconstrucción de platillos tradicionales, como la sopa de ruyas, arepas cari secas, el mute y el ajiaco santafereño.

Las recomendaciones que los chefs hicieron a la próxima generación de estudiantes de gastronomía son que investiguen y busquen ejercer un liderazgo. Es necesario ser propositivos, apasionados y osados. Además, que aborden la cocina de forma interdisciplinar, aplicando en ella ciencias y artes como la fotografía, la música, las ciencias naturales, matemáticas y la pintura.

4.1.2 Periodista.

El señor Rommel Silva, opina que "Santander es una región del país privilegiada, virtuosa porque tiene montañas, ríos, sus diferentes pisos térmicos le permiten tener una despensa muy amplia de productos (…) falta acercarse más a los ingredientes autóctonos. no al salmón y a la Angus Certified beef, (…) sino a la trucha y las reses colombianas, pollo criollo y cabro."

Sobre la cocina en los medios de comunicación, Silva Asevera que la mayoría de la información y contenido expuesto está influenciada económicamente. Son simples ventanas publicitarias. Para encontrar contenido cultural auténtico al respecto, el periodista recomienda consultar canales regionales. Y obras como la Biblioteca Básica de Cocina colombiana y el Gran libro de la cocina colombiana. También la serie El fogón de los nonos (Netflix).

4.1.3 Opinante gastronómico.

La principal tendencia moderna que se ve en Bucaramanga según Nicolás Duarte, creador de la página web Food And Places Bucaramanga es el posicionamiento de la cocina de autor. Actualmente está en tendencia volver a las raíces. Por supuesto debe mencionarse que Bucaramanga gastronómicamente ha destacado por las hamburguesas, pues se encuentran propuestas únicas en el país. Duarte considera que "El éxito de los establecimientos se debe a la generación de una experiencia muy variada y cultural para el comensal".

Recomienda a la próxima generación de gastrónomos en Bucaramanga que impulsen el consumo local, que aprovechen el potencial gastronómico de la ciudad. Así surgirán empresas como Maíz Pelao. Que ha participado en Cocinarte en Bogotá en varias ocasiones. También sugiere explorar y probar muchos platillos distintos. Para conocer sus aromas, sabores etc. para así encontrar y renovar sus gustos personales.

4.1.4 Cocineros.

Se preguntó a los cocineros de distintos restaurantes de la ciudad sobre las sensaciones que acompañan la participación en la industria tan reciente. Hablaron de interés, importancia, trascendencia, competitividad, orgullo, honor, deber y sentido de pertenencia con la cultura del departamento de Santander. Innovar en la nueva cocina santandereana como todo un reto, ya que es difícil debido a que las personas no tienen cariño por su propia cocina, por lo que muchos optan por elaborar comida extranjera, pues es más "fácil de vender".

Ven en Bucaramanga un futuro muy prometedor, En los últimos años ha habido un auge de restaurantes y actualmente está creciendo a un ritmo nunca visto, se encuentra en pleno boom

gastronómico. El público, sobre todo gente joven, comenzará a culturizarse más y a deleitarse con distintas propuestas artísticas.

Se pidió a los participantes del estudio que, a partir de sus conocimientos y experiencia, cimentados a lo largo de su trabajo en la industria, formularan recomendaciones a las personas preparándose en distintas instituciones educativas próximas a salir a trabajar en el sector gastronomía. Las pautas dadas son las siguientes: Durante la etapa de formación Investigar, consultar, estudiar tendencias nuevas, noticias, técnicas, métodos de preparación de alimentos, para introducirse correctamente en el entorno gastronómico. Aseveran también que todo gastrónomo debe conocer los productos y preparaciones que se manejan localmente. Ya que hay una inmensa variedad de platillos, técnicas, e ingredientes maravillosos en su zona de origen.

Todos los entrevistados concuerdan en que trabajar en la cocina es el punto más importante de la formación como gastrónomo. Lo primero es especializarse en un área en el restaurante, para llegar a la maestría se requiere dedicación y esfuerzo, sacrificios como cortadas, quemaduras, irse a la cama muy tarde, despertarse muy temprano a trabajar etc.

Una de las ideas más erróneas que tienen los estudiantes al graduarse, es que inmediatamente llegarán a un restaurante a administrar, a dirigir una cocina, a ejercer un papel superior en ella. Nada más alejado de la realidad, se requiere de un largo proceso para llegar a esa meta.

Durante el trabajo se hace fundamental captar el conocimiento de cada Chef, cocinero, mesero, y todo el personal de la industria. Pues todos ellos tras sus experiencias tienen conocimientos por aportar. Al adquirir este saber se debe mantener la humildad, uno de los valores más difíciles de ejercitar en este entorno laboral. Pues sin ella, se perderá toda oportunidad de procesar e interiorizar conocimiento nuevo, la excesiva confianza y la sensación de suficiencia juegan en contra del cocinero en este sentido.

4.1.5 Meseros.

Se preguntó cuáles eran los platillos estrella de cada restaurante El Cabrón exaltó su Cabro al horno glaseado en miel de Oiba. Cotiza longaniza Ostentó su sabrosa Cotiza, con chorizos del valle de San José y chicharrón crujiente. Penélope sorprendió con sus Deditos al Grill, que consisten en una polenta de arepa de maíz pelao con chicharrón de cabro.
Maíz Pelao se lució con el Cabro cocido en sus jugos por 72 horas, y su clásica arepa con carne oreada.

La clientela de estos negocios, compuesta por muchos jóvenes, Destaca las siguientes características los restaurantes como las más influyentes para su decisión de consumir en un establecimiento en concreto: la variedad de platillos por la rotación de la carta, por la experiencia variada que genera en los clientes. la calidad e innovación en las preparaciones, ya que el público se está haciendo cada vez más crítico y es atraído por la novedad. Y por último el ambiente del restaurante, un lugar agradable y un estilo propio e interesante son claves.

4.1.6 Estudiantes.

De la información obtenida de los estudiantes de la UNAB se concluye que muchos de ellos conocen las tendencias predominantes de la ciudad, alta cocina extranjera y rápida, sin embargo, no todos ellos conocen la nueva cocina santandereana. Los que sí lo hacen la describen íntegramente. Como un estilo gastronómico derivado de la cocina tradicional, la cual es modernizada y elaborada con más estética, a través de la aplicación de técnicas de vanguardia.

Consiguiendo rescatar la cultura, los productos y materia prima autóctonos. Los chefs que relacionan con esta tendencia son Carlos Contreras y Carlos Ibáñez.

4.2 Análisis de datos por subcategoría

En esta sección de realiza una triangulación con el marco contextual realizado previamente en el capítulo 2.

4.2.1 Reportaje educomunicativo.

En esta sección se reúne y estructura toda la información pertinente dirigida a estudiantes de Gastronomía. Para realizar un apoyo en su proceso académico y nutrir la base de conocimientos de la próxima generación de gastrónomos en Bucaramanga.

Directrices para estudiantes de cocina.

Para el desarrollo del del profesional en gastronomía líder, es necesario adquirir una robusta curva de aprendizaje interdisciplinar. Se realizará a continuación la presentación de un resumen de las principales competencias que un aspirante o trabajador de un sector de la gastronomía debe desarrollar. Mapfrfgrgrg

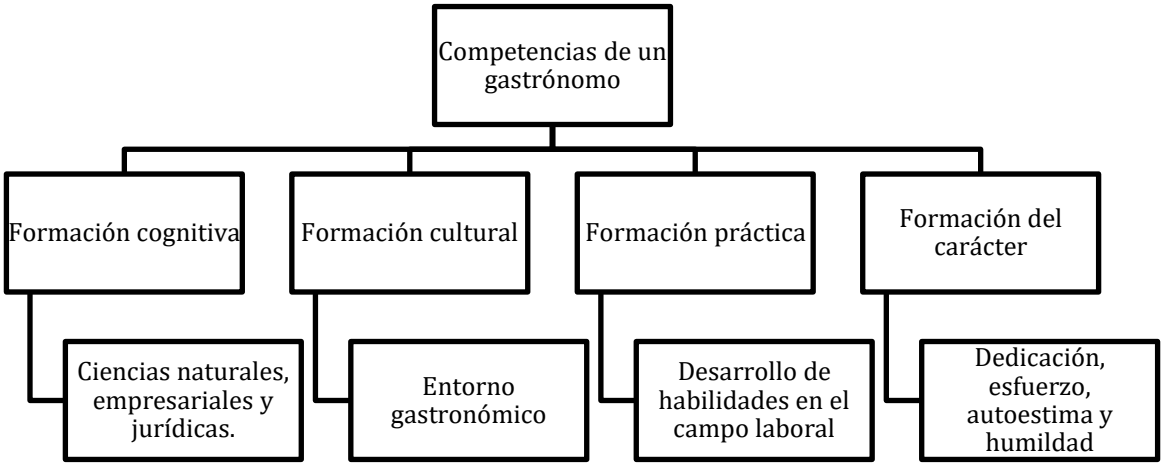


Diagrama 2. Mapa conceptual competencias de un gastrónomo

Para una persona interesada en administrar, o emprender un establecimiento productor de alimentos y bebidas es necesario desarrollar conocimientos de economía, fianzas y legislación para conocer su terreno y dirigir sus inversiones. Para ejecutar la operación en la práctica se requiere dominio de matemáticas contables, negocios, administración y logística de operaciones. Para la comercialización requiere saber: protocolos de atención al cliente, habilidades sociales, estética y marketing.

Para la producción deben tenerse nociones generales y específicas de los métodos de preparación y conservación de alimentos, propiedades organolépticas, físicas y químicas de la materia prima y demás áreas del conocimiento específicas dependiendo de la proyección profesional del estudiante.

La inmersión en la cultura gastronómica se necesita para el desarrollo de propuestas de negocio viables, además del disfrute y enriquecimiento intelectual del estudiante. debe realizarse por distintos medios, buscar noticias, tendencias, libros, revistas, documentales, televisión, etc. Por otro lado, la exploración sensorial, degustando distintitos ingredientes, platillos, bebidas, etc y así descubrir nuevos gustos personales. El proceso creativo es interdisciplinario. La música, pintura, fotografías y otras artes sirven de inspiración para el artista.

En la fase práctica, trabajar en la cocina es el punto más importante en la formación de un gastrónomo. Debe generarse primero especialización en un área. (Cocina caliente, cocina fría, Pastelería, Enología, servicio, etc). Para poder ejecutar un trabajo efectivo, organizado y veloz. Sólo tras un largo camino de práctica se conseguirá obtener un cargo directivo en el establecimiento. Durante el trabajo se hace fundamental captar la información que brinde cada Chef, cocinero, mesero, y todo el personal de la industria. Pues todos ellos tras sus experiencias han adquirido mucho conocimiento.

Es bien sabido que la cocina es uno de los que más requieren carácter, esfuerzo y dedicación. Habrá jordanas extenuantes, que empiecen temprano en la mañana y terminen a altas horas de la madrugada, lidiar con clientes difíciles y también accidentes como cortadas y quemaduras. La autoestima, manifestada en la valentía y valoración de las propias ideas, es el motor de los proyectos exitosos. Es fundamental mantener y desarrollar la humildad en todas las fases del proceso pues la arrogancia impide el desarrollo del profesional y la captación de nuevos conocimientos.

Fuentes de información recomendadas para estudiantes.

Se preguntó por referencias a los partícipes de la investigación por fuentes de información para estudiantes de gastronomía y el público en general. Recomendaron las siguientes obras y autores.

Tipo de Material	Nombre	Autor
Libro	Técnicas profesionales de cocina colombiana.	Carlos Gaviria Arbeláez
	La biblioteca de los sabores	Niki Segnit.
	Sentido del Cacao.	Jordi roca.
	El Sabor ancestral y moderno.	Leonor Espinoza .
	Lo que cuenta el caldero.	Leonor Espinoza.
	Yo también quiero ser chef.	Hermanos Rausch.
	Molecule-R.	Stephane Poussardin.
	Biblioteca Básica De Cocinas tradicionales de colombia.	Ministerio de cultura de Colombia (Recopilador)
	El Gran libro de la cocina colombiana.	Carlos Ordoñez Caicedo
	El Fogón de mis nonos	Gobernación de Santander
Revista	Revista De Mesa.	
Películas	Un viaje de 10 metros.	Lasse Hallstöm.
	Ratatouille.	Brad Brid.
	Una buena receta.	John Wells.
Canales de tv	Señal Colombia	
	Canal Tro (o canal regional del estudiante)	
Series	Chef's Table	Clay Jeter, Brian McGinn, Andrew Fried, Abigail Fuller.
Blog	Food and Places Bga	Nicolás Duarte

Tabla 1.Recomendaciones bibliográficas por parte de chefs

4.2.2 Tendencias gastronómicas En revistas científicas de Iberoamérica

La ciencia en la cocina:

Hay nuevas formas de cocinar que implican aplicación de conocimientos científicos a un nivel más avanzado. En cuanto a física, Técnicas de cocción con electricidad, al vacío, a temperaturas muy elevadas, y en química y biología el uso de nitrógeno líquido, ingredientes como el alginato, kappa, agar-agar, xantana, lecitina de soja, que producen reacciones químicas tales como esferificación, gelificación, emulsificación, etc. Antes usadas en la industria de los alimentos, pero ahora aplicadas directamente en la cocina. En cuanto a emplatados de vanguardia la matemática se hace indispensable para mantener la armonía, simetría, proporciones y perspectiva visual de un platillo.

La tecnología se introduce de varias maneras a la cocina, la más elemental es la planificación y montaje de una cocina industrial, donde se busca generar una gran cantidad de platillos en muy poco tiempo. Por otro lado, la tendencia de la cocina molecular trajo consigo preparaciones mucho más sofisticadas, se crearon herramientas y maquinaria como los hornos inteligentes, la Thermomix, el sifón con cargas de NO2, etc.

Regreso a lo tradicional.

Esta tendencia está teniendo cada vez más crecimiento en la ciudad. Exaltando a cultura y patrimonio local, consiguiendo competir en un mercado más global. La principal dificultad es la falta de aprecio del público por su propia cocina, aún no se ha generalizado en el público un sentido de pertenencia por la cultura propia. Pues suelen considerar la extranjera como superior y

más importante. Aunque la que en Colombia se prepara por lo general es sólo una imitación, pues aquí no se consigue la materia prima ni se respetan a cabalidad los procedimientos europeos.

Partiendo entonces, de la cocina e ingredientes tradicionales, hay distintos niveles y formas de innovación que se les pueden añadir. Desde una perspectiva más purista, como la Carlos Gaviria: "La cocina colombiana es tan perfecta, que lo único que necesitábamos era cambiarle la ropita, es decir la manera de presentar". Hasta la aplicación de técnicas vanguardistas, alta tecnología, cocina molecular, etc.

Resumen de los requisitos para el desarrollo de este estilo culinario:

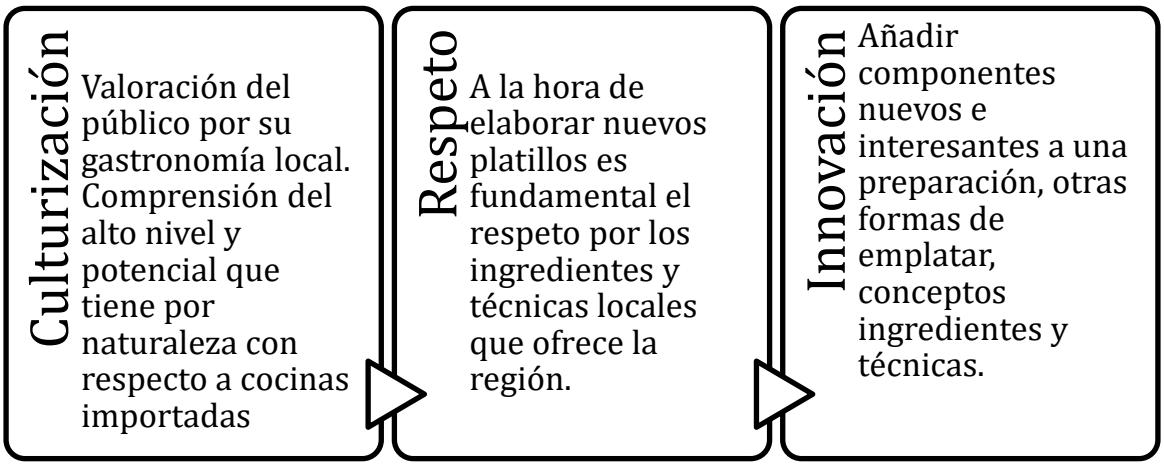


Diagrama 3. Requisitos para el estilo de cocina "Regreso a lo tradicional"

Gastronomía sustentable.

Muchos restaurantes se han acogido a la gastronomía sustentable especialmente en su logística de abastecimiento. Trabajando con productos locales, especialmente a pequeños productores para así dar sustento y promoción a la comunidad evitando la financiación del traslado de productos de importación, representativos de otros territorios, para disminuir la contaminación aérea.

4.2.3 Tendencias gastronómicas bumanguesas

Actualmente hay un boom gastronómico en la ciudad, la mayoría de estos establecimientos y conceptos llegaron en las últimas 2 décadas a Bucaramanga por los hoteles y los negocios. Sobre todo, desde Bogotá. Muchos de ellos están ranqueados entre los mejores restaurantes de la ciudad. Los principales productos que venden son la comida rápida, la comida italiana, cocina francesa, cocina española, cocina oriental y las carnes. También hay ejemplos muy representativos de cocina fusión, cocina de autor, y cocina santandereana moderna.

Técnicas de cocina innovadoras:

Se mencionarán a continuación formas de preparar alimentos producto de la creatividad de la generación actual de chefs: La deconstrucción de platillos tradicionales: Se consigue aplicando técnicas de cocina distintas a las típicas, por lo que el comensal reconoce el platillo, pero al mismo tiempo se encuentra con sabores y aromas más complejos.

La estetización de la cocina tradicional brilla por su manera de presentar platillos aparentemente comunes, de formas tan vanguardistas, Dándoles mucho valor agregado.

La cocina fusión puede darse utilizando productos y técnicas de cocción regionales en la cocina internacional o viceversa.

Ingredientes:

El uso de ingredientes regionales es el pilar de este movimiento. La gran cantidad de ríos, pisos térmicos y ecosistemas que tiene Santander permiten la obtención de una gran cantidad de productos. El objetivo es elaborar algo magnífico, a otro nivel con materia prima aparentemente común y corriente, como la trucha, el cabro, el pollo criollo, el arequipe de Floridablanca, la piña perolera, el bocadillo veleño, y la carne oreada.

4.2.4 Gastronomía en los medios de comunicación

Para conseguir la exportación de la cocina Bumanguesa se necesita primero generar reconocimiento y valoración de la cultura gastronómica Santandereana entre la población local. Con la difusión de material cultural e informativo por radio, prensa, revistas, televisión, redes sociales, eventos culturales, etc. Para resaltar el valor a las recetas locales sobre las extranjeras. De esta forma la gente aumentará su consumo los negocios prosperarán y empezarán a abrir franquicias y extenderse. Llevando nuestra cultura al exterior.

El periodista Rommel Silva afirma que los canales de comunicación gastronómica de la ciudad, como revistas, periódicos, etc. están fuertemente sesgados, pues son ventanas publicitarias, patrocinadas por los mismos restaurantes, son otros medios de los negocios para promocionarse, sólo que no tan directos. En comparación a la participación en eventos como cocina al parque, Burger Master, Pizza Master, Empanada master, etc. Que, sin embargo,

propician la mediatización y espectacularización de la escena gastronómica de la ciudad. Después de analizar lo anterior, se puede inferir que falta mucho contenido netamente cultural e investigativo por generarse.

4.3 Resultados por categorías:

Se procede a reunir toda la información para compilarla de forma más global en sus principales categorías.

4.3.1 Reportajes:

A lo largo de la investigación se buscó rescatar las ideas principales de los discursos de cada uno de los participantes de la investigación, para determinar los puntos en común entre ellos y posteriormente sus opiniones más singulares, divergentes y luego presentarlas. Después se elaboró una descripción narrativa de los hechos más relevantes a través de una triangulación de la información recolectada con los antecedentes y marco teórico del trabajo. Obteniendo los resultados generales de la investigación. Lo cual constituye el contenido más interesante para el público amante de la gastronomía en general, esta se presentará en los medios digitales de "Nueva cocina santandereana".

Posteriormente se procedió a seleccionar la información más pertinente recolectada de los trabajadores y académicos del sector gastronómico, además de sus fuentes de conocimiento recomendadas para apoyar la etapa de aprendizaje y desarrollo de estudiantes de gastronomía.

Esta base de datos está clasificada para las formaciones cognitiva, cultural, práctica y de carácter. Del alumno.

4.3.2 Tendencias gastronómicas predominantes

Puede inferirse que la gastronomía moderna de Bucaramanga está siguiendo las tendencias gastronómicas iberoamericanas más importantes. En los restaurantes visitados los participantes en la medida que respondían las preguntas formuladas revelaban que en la producción del restaurante estaban inmersos los conceptos y filosofías de innovación, realce patrimonial y producción sostenible.

De forma cada vez más rápida la gente está valorando de nuevo su propia cultura gastronómica. vuelven a protagonizar en la escena las preparaciones que siempre habían tenido lugar en el departamento, el uso y realce de la rica despensa de ingredientes y la aplicación de los métodos de preparación ancestrales de Santander en las cocinas de los mejores restaurantes de la ciudad. Consolidando la economía de la región. Adicional a esto la aplicación de técnicas como la deconstrucción, fusión de sus platillos y la alta tecnología en la cocina están aportando un valor agregado tanto cultural como monetario muy necesitado en las recetas. Es muy largo aún el camino por recorrer para que el santandereano se enorgullezca e impulse e invierta en su estilo de cocina, haciendo que sea reconocida ampliamente a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, se mantiene una competencia feroz con la comida internacional en la ciudad, especialmente la comida europea y asiática. Que gracias a su reconocimiento a nivel mundial consigue consolidar bases de clientes por donde van. Pero, debe mencionarse que muchos de restaurantes realizan simples imitaciones de la cocina extranjera. Pues primero,

comprensiblemente no pueden adquirir los ingredientes necesarios para esos estilos de cocina. Pero también en muchas ocasiones no respetan realmente los métodos que esas preparaciones conllevan. Así que inclusive muchos extranjeros, cuando viajan a Bucaramanga no suelen tener calificaciones muy positivas hacia ciertos restaurantes que intentan emular las cocinas de sus países de origen.

4.3.3 Difusión de contenidos multimedia gastronómicos

En Bucaramanga definitivamente hay una espectacularización del hecho culinario, pues la popularización de eventos como Cocina Al Parque, Burger Máster y ferias gastronómicas como la del día del cocinero UNAB se está concentrando una amplia cantidad de público no sólo presencialmente. Sino también de forma remota a través de medios como la televisión, transmisión en vivo, reportajes, artículos, videoblogs, etc. Por lo tanto, la industria creativa de la gastronomía en Santander se encuentra en su punto más álgido. Obteniendo alta notoriedad como elemento sociocultural y económico.

A nivel más individual también se aprecia la aparición de foodies, personas dedicadas a compartir contenido en redes sociales, bien sea por fotos, videoblogs o memes acerca de la comida y sus opiniones respecto a ella. En concursos entre restaurantes que implican la participación del público se encuentra una amplia variedad de ellos, y por parte también de los consumidores en general, exhibiendo la comida que adquirieron y están a punto de degustar. Demostrando que el placer voyerista de la gastronomía se ha introducido en la cultura gastronómica digital de la ciudad.

4.4 Perjuicios en la industria gastronómica durante la cuarentena por la pandemia de Covid-19:

A pesar del crecimiento del sector económico, durante la finalización de este proyecto ocurre una situación de emergencia Sanitaria a nivel mundial. Siendo el sector gastronómico uno de los más perjudicados por las siguientes razones:

Se impuso una cuarentena en Colombia por el coronavirus Covid-19 fue publicado e instaurado por el gobierno nacional el decreto 593 del 24 de abril de 2020. El artículo 23, donde se enuncias las excepciones por las que está permitida la circulación de personas por el territorio nacional se encuentra incluida:

Punto 23: "La comercialización de productos de los establecimientos y locales gastronómicos mediante el uso de plataformas de comercio electrónico o por entrega a domicilio, los restaurantes ubicados dentro de las instalaciones hoteleras solo podrán prestar servicios a sus huéspedes".

Otro punto clave para comprender esta problemática es el artículo 62 del código sustantivo del trabajo. "Terminación del contrato por justa causa". Al analizarlo, se concluye que la pandemia no es una razón válida para despedir un empleado fijo.

Se preguntó al chef Marcelo Fiorotto, del restaurante Mía Nonna, miembro del grupo gastronómico G3 Holding, sobre el panorama empresarial con respecto al coronavirus y las medidas que tomó para mitigar las pérdidas para el negocio. Comentó que el problema más grande es conseguir financiar los arriendos de los distintos establecimientos de la asociación gastronómica. Que pueden llegar a los 12'000.000 de pesos. Siendo estos un costo fijo, constituye la mayor pérdida en el transcurso de la pandemia. Considerando un futuro próximo, en el que los restaurantes por ley sólo abrirán al 30% de su capacidad observa que los ingresos

no serán suficientes para cubrir ese gasto en el mejor de los casos. Pues los restaurantes al funcionar al menos del 50% de su capacidad están ya trabajando a pérdida.

El otro gran problema es la nómina. El restaurante tomó las siguientes medidas para amortiguar el golpe financiero. Se dejó de contratar a empleados por turnos, pues no hay labores por realizar en el restaurante. Muchos empleados antiguos salieron a vacaciones pagas, Los meseros están encargándose de los domicilios.

En cuanto a las ventas, como la mayoría de estas son presenciales, se invirtió capital en publicidad. En Mía Nona se diseñó una línea de alimentos empacados al vacío y congelados, por ejemplo, pastas secas, fetuccini, spaguettis, raviolis y también una variedad de salsas en frascos. El restaurante Zekkei lanzó promociones para sus sushis y baos a domicilio. Para el restaurante Cortéz se ideó una línea de sándwiches, almuerzos ejecutivos y también paellas listas empacadas al vacío, por último, un kit para preparar paellas con todos los ingredientes contenidos en una caja. Impulsado por una campaña publicitaria interesante. Que consiste en la realización de una transmisión en vivo en determinada fecha enseñando a preparar la paella a sus clientes en sus respectivos hogares.

El chef Víctor Ezequiel Mendoza, docente de la universidad autónoma de Bucaramanga comentó que alterno a su trabajo como docente de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, se dedica a vender empanadas argentinas horneadas. También explicó que el restaurante “Selvática” para el cual diseñó el menú actual se mantuvo un tiempo totalmente detenido, mientras ciertos platillos eran rediseñados para venderse a domicilio.

Gustavo Adolfo Abril Valencia, profesor de la Universidad Autónoma de Bucaramanga compartió detalles del manejo de la situación que tiene su restaurante. El local se encuentra cerrado, la mercancía que quedaba en el inventario días antes de la cuarentena se repartió a los

empleados. Algunos de ellos se encuentran vacaciones y los demás se encuentran trabajando en un horario lo más reducido posible dentro del marco legal, para no tener que cancelar ningún contrato. Actualmente se está diseñando un menú de domicilios para mantener la competitividad durante la Cuarentena.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones:

El reportaje fue concluido exitosamente, consiguiendo responder todas las preguntas planteadas al principio del proyecto. Y se obtuvo suficiente material audiovisual para la creación del contenido multimedia educativo e informativo. Tras la investigación se logró responder las preguntas problémicas planteadas en el capítulo 1: *¿Cómo está evolucionando la gastronomía bumanguesa moderna?* A través de la recolección de información se determinó Finalmente que existen 4 corrientes principales en la gastronomía moderna de Bucaramanga:

1. Alta cocina extranjera (Donde sobresalen cocina europea y asiática)

2. comida rápida, especialmente pizzas y hamburguesas

3. comida tradicional, la cual siempre ha estado presente en el departamento

4. Cocina de autor. Las ideas sobre las que se cimienta la revolución gastronómica bumanguesa son el respeto a los ingredientes, productores y la aplicación de conceptos innovadores.

Acerca de *¿Quiénes son los mayores exponentes de esta cocina emergente?* se comprobó que los mayores exponentes de este estilo culinario son los chefs Carlos Andrés Ibáñez, Carlos Jesús Contreras Ayala y Canén Martínez Archives. Con respecto a la pregunta: *¿dónde se originan las ideas que están inspirando la reinvención de la gastronomía bumanguesa?* Se concreto que los 3 pilares de la nueva gastronomía santandereana son los ingredientes autóctonos, productores locales, y las técnicas de cocina innovadoras.

Con el fin de responder la complicada pregunta, de la que deriva en el producto de este de este proyecto: *¿Qué pautas y conocimientos deben destinarse para la inserción al contexto del mercado de la nueva generación de gastrónomos que a futuro tendrá a su cargo el trabajo y transformación de la escena gastronómica?* Se dividió en 4 grupos los tipos de formación que debe adquirir un estudiante de gastronomía o cocina. Los cuales son: Cognitiva: Las destrezas intelectuales, administrativas, sociabilidad e ingenio de la persona. Cultural: El contexto histórico y artístico que debe tener un estudiante. Prácticas: Las habilidades de un cocinero en el trabajo, su velocidad, resistencia, orden, creatividad, etc. Y por último del carácter: Donde destacan valores y actitudes como la osadía, creatividad, humildad y persistencia.

5.2 Recomendaciones:

El requisito más importante para que la gastronomía santandereana moderna sea reconocida nacional e internacionalmente, es que primero debe tener una fuerte acogida por los santandereanos. Para esto debe generarse una cultura de valor por lo propio, sobre lo importado o extranjero. Promoviendo el consumo de este tipo de comida, consiguiendo el aumento de su demanda y valor en el mercado. Por otro lado, es importante tener en cuenta que la piedra angular del movimiento, los productores, ingredientes e innovación. Son estables. La nueva cocina colombiana puede desaparecer en un futuro, lo que se mantendrá entonces son estos 3 componentes.

Se recomienda continuar con el estudio de las tendencias gastronómicas en Bucaramanga, ya que su naturaleza cambiante es una de las principales razones por las que cautiva tanto a la clientela de la ciudad bonita. Un estudio profundo del tema generará una duradera, detallada y valiosa historia del arte culinario de este territorio. Que podrá ser aprovechada por las generaciones de gastrónomos en un futuro más distante que el que apunta este proyecto.

Un excelente complemento metodológico sería la aplicación de encuestas a una muestra más grande, compuesta por comensales, para averiguar el gusto y sentir de los consumidores de los productos del estilo descrito en este trabajo. Otro enfoque interesantísimo sería una profundización en los pilares de la nueva cocina santandereana. Como la ciencia e innovación en la cocina, el regreso a lo tradicional y la cocina sostenible. Pues no se han desarrollado demasiadas investigaciones al respecto.

Por último, si se desea, se recomienda a todos los lectores si gustan participar en el proyecto a través de las distintas plataformas, por las que se difundirá, buscando: “Nueva cocina

santandereana” en Youtube, Facebook, Instagram, etc. Pues la participación con la sociedad es uno de los principales objetivos de esta investigación.

Imagen 2. Logo de nueva cocina santandereana

Referencias bibliográficas

Andoni Garritz. Indagación: *las habilidades para desarrollarla y promover el aprendizaje*. Educ. quím.,21(2), 106-110, 2010. Universidad Nacional Autónoma de México, ISSN 0187-893-X 2010. México.

Aparichi Roberto, Crovi Delia, Huergo Jorge. *Educomunicación, más allá del 2.0* (2010) Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=CDglBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT1&dq=Educomunicaci%C3%B3n,+m%C3%A1s+all%C3%A1+del+2.0.&ots=DipbNU5vzs&sig=bkw6fK2DT7l55kwze_3CaW-IygQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Educomunicaci%C3%B3n%2C%20m%C3%A1s%20all%C3%A1%20del%202.0.&f=false

Barbas Coslado, Ángel. *Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado.* Foro de Educación, vol. 10, núm. 14, 2012, pp. 157-175 FahrenHouse Cabrerizos, España

Caracol Radio. 24 de octubre de2016. *De restaurantes a experiencias gastronómicas*, Tomado de: https://caracol.com.co/emisora/2016/10/21/bucaramanga/1477062414_860478.html

Castillo Ríos Jenny Lizeth. Universidad Javeriana (2014) *Cocina Colombiana para amantes del buen gusto: una aproximación a la producción de la diferencia desde la Nueva Cocina Colombiana* recuperado de: https://core.ac.uk/download/pdf/71420134.pdf

Centro colombiano del derecho de autor CECOLDA, *Circular número 10*, 5 de diciembre del 2003

César Hernández Heredia, Ana Leticia Tamayo Salcedo, Diana Castro Ricalde, Irma Muñoz Muñoz. Todos de la Universidad Autónoma de México (2015) *Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica*. Tomado de: http://www.redalyc.org/jatsRepo/104/10444319009/html/index.html

Cisterna Cabrera, Francisco. (2005) *Categorización Y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa.* departamento de ciencias de la educación facultad de Educación y humanidades. Universidad de Bio-Bío, Chillán. ISSN 0717-196X.

Díaz Marcos Palacios, Javier Noci (eds.) *Ciberperiodismo: métodos de investigación una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. s.f.

Diccionario clave, 2019. Http://clave.smdiccionarios.com/app.php

Diccionario el país, 2019. https://servicios.elpais.com/diccionarios/

García Ayala, Maria Alejandra. *La gastronomía y su cuarto de hora.* 20 de julio de 2018 Vanguardia Liberal tomado de: https://www.vanguardia.com/economia/500-empresas-generadoras/la-gastronomia-y-su-cuarto-de-hora-JEVL439440.

García López Angélica. *Patrimonio Cultural, diferentes perspectivas* (2008) Arqueoweb, revista sobre arqueología en internet. UCM tomado de: https://webs.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/9-2/angelica.pdf

Gómez-Zorrilla Sanjuán, José Manuel. *El fenómeno de la viralización, el poder del siglo XXI* (2015) El Mundo, Andalucía, Málaga, España. Tomado de: https://www.elmundo.es/andalucia/2015/09/07/55ed7633268e3e4a118b457a.html

Francesc Fusté-Forné. *Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario.* (2016) Universidad de Girona, España. obtenido de: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912016000100001&script=sci_arttext

Juárez Lorenzo Mariano, Medina Xavier. Ed. López García Julián. *Comida y mundo virtual: internet, redes sociales y representaciones visuales.* (2017) Editorial UOC tomado de: https://ebookcentral-proquest-com.aure.unab.edu.co/lib/unabsp/detail.action?docID=4870395&query=Comida+y+mundo+virtual%3A+internet%2C+redes+sociales+y++representaciones+visuales+

Larrondo-Urieta Ainara. *Ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo* (2009). Navarra.

Ministerio de justicia, Artículo 5, Decreto 556 del 2014, *DIARIO OFICIAL. AÑO* CXLIX. N. 49092.

Morales A, Fernando*, Globalización: Conceptos, Características y Contradicciones* s.f. Tomado de: https://dialnet.unirioja.es › descarga › articulo › 4796216.

Organización de las naciones unidas ONU. *Declaración universal de los derechos humano*s Art 27, paragraf. 1 y 2. (2015) p.56

Oscar Echevarría (2019) Universidad de Palermo*, Reflexión académica en diseño y comunicación*. Obtenido de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/749_libro.pdf#page=230

Patterson Carlos Miguel. *El buen reportaje, su estructura y características* (2003) (P1) E-ISSN: 1138-5820 Canarias.

Rioja Fiz, Cristina. *Comunicación y gastronomía. Campaña de comunicación del chef José Pizarro.* (2017) Universidad de Valladolid. Obtenido de: http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/28135/1/TFG_F_2017_274.pdf

Real academia española, 2019. https://dle.rae.es

Rodríguez Ferrandíz, Raúl; Tur Viñez, Victoria; Olivares Delgado, Fernando*, Industrias creativas: novedades, objeciones y perspectivas*. En: Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social : celebrado en La Laguna, los días 7, 9 y 10 de diciembre de 2010. La Laguna : Sociedad Latina de Comunicación Social, 2010. ISBN 978-84-938428-0-2

Rojas Bez, José. *El documental, entre definiciones e indefiniciones* (2015) Facultad de Artes de los Medios Audiovisuales, Universidad de las Artes de Cuba (ISA). La Habana, Cuba. ISSN 0718-7181

Sánchez Gómez, Fernando (2010) Universidad del país Vasco*, La función didáctica del periodismo gastronómico en internet.* Obtenido de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/57419/la_funcion_didactica_del_periodismo_gastronomico_en_internet.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santamaría, Andrea. *El arte cinematográfico y el arte gastronómico Dos caminos paralelos que transitan en torno al Tiempo*. (2016) ISSN-e 2172-0150, Nº. 12. Madrid

Segarra-Saavedra Jesús, Hidalgo-Marí, Tatiana y Rodríguez-MonteagudonEliseo (2015*). La gastronomía como Industria Creativa en un contexto digital*. Análisis de webs y redes sociales de los restaurantes españoles con estrella Michelin. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº10. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 135-154. DOI: http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.10.9

Ulibarro, Eduardi, 2003, *Revista Latina de Comunicación Social 56* - julio – diciembre de 2003

Yanes Mesa Rafael. *El reportaje, Texto informativo aglutinador de distintos géneros periodísticos* (2006) (p2) Madrid.

Anexos

Anexo 1 entrevista dirigida a un chef

Nombre: _____

Edad: _____

Género: F____ M____

Ocupación: _____

¿Qué otras tendencias gastronómicas que ha visto en Bucaramanga?

¿Qué siente propulsar y participar en un movimiento gastronómico que no se había visto antes en Bucaramanga?

¿Cuál ha sido su experiencia con otros chefs en el medio?

¿Cuál cree que sea el motivo del éxito de los restaurantes de dichos chefs?

¿Qué tipo de gastronomía moderna representa a Santander frente a otros departamentos y el mundo?

¿Cómo se puede conseguir que esta nueva tendencia se exporte y tenga más presencia a nivel nacional e internacional?

¿Qué elementos de la nueva cocina colombiana (Que se creó en Bogotá en los 90's) se aplican en la cocina bumanguesa moderna?

¿Cómo conseguir la innovación en la cocina y al mismo tiempo conservar sus raíces y transmitir la tradición?

¿Podría contarnos algunas de sus inspiraciones a la hora de generar un platillo?

¿Qué influencias y estilos usted admira y aplica en sus platillos?

¿Cómo cree que será el futuro de la gastronomía en la ciudad?

¿Qué otras culturas influyen en sus platillos?

¿Cómo relaciona usted las matemáticas con la cocina?

¿Qué recetas tradicionales quisiera deconstruir en un futuro?

¿Qué recomendaría a las próximas generaciones de gastrónomos que se está preparando en Bucaramanga?

¿Cómo los animaría a despertar su creatividad, pensamiento innovador y científico?

¿Qué libros, series, películas o textos académicos recomendaría para estos estudiantes?

Anexo 2 entrevista dirigida a un periodista gastronómico.

Nombre: _____

Edad: _____

Género: F____ M____

Ocupación: _____

¿Cuáles son las últimas tendencias gastronómicas que ha visto en Bucaramanga?

¿Considera usted la gastronomía santandereana moderna de alta calidad? ¿Por qué razones?

¿Cuál cree que sea el motivo del éxito de los restaurantes de este movimiento en la ciudad?

¿Qué tipo de gastronomía moderna representa a Santander frente a otros departamentos y el mundo?

¿Cómo se puede conseguir que esta nueva tendencia se exporte y tenga más presencia a nivel nacional e internacional?

¿Qué elementos de la nueva cocina colombiana (Que se creó en Bogotá en los 90's) se aplican en la cocina bumanguesa moderna?

¿Qué tanto ha aumentado la cultura general de la gente en los últimos años con respecto a la gastronomía?

¿Cómo se consigue la innovación en la cocina y al mismo tiempo la conservación de sus raíces y su tradición?

¿Cómo cree que será el futuro de la gastronomía en la ciudad?

¿Qué otras culturas influyen en esta nueva forma de cocinar?

¿Qué medios de comunicación brindan información objetiva sobre el tema para recomendar a los estudiantes de gastronomía de la ciudad?

¿Qué libros, series, películas o textos académicos recomendaría para estos estudiantes?

Anexo 3 entrevista dirigida a un opinante gastronómico.

Nombre: _____

Edad: _____

Género: F____ M____

Ocupación: _____

¿Cuáles son las últimas tendencias gastronómicas que ha visto en Bucaramanga?

¿Cuál cree que sea el motivo del éxito de los restaurantes de este movimiento en la ciudad?

¿Qué tipo de gastronomía moderna representa a Santander frente a otros departamentos y el mundo?

¿Qué tipo de cocina moderna le ha llamado más la atención?

¿Considera usted la cocina Santandereana moderna de alta calidad? ¿Por qué razones?

¿Qué tipo de modificaciones en los platillos considera usted innecesarias o excesivas?

¿Cómo se consigue la innovación en la cocina y al mismo tiempo la conservación de sus raíces y su tradición?

¿Cómo cree que será el futuro de la gastronomía en la ciudad?

¿Qué recomendaría a las próximas generaciones de gastrónomos que se está preparando en Bucaramanga?

¿Cómo conseguiría que estos alumnos obtuvieran una visión más crítica y un mejor gusto y criterio a la hora de probar un platillo?

¿Qué libros, series, películas o textos académicos recomendaría para estos estudiantes?

Anexo 4 entrevista dirigida a un cocinero

Nombre: _____

Edad: _____

Género: F____ M____

Ocupación: _____

¿Qué otras tendencias gastronómicas modernas que ha visto en Bucaramanga?

¿Qué siente propulsar y participar en un movimiento gastronómico que no se había visto antes en Bucaramanga?

¿Cuál ha sido su experiencia con otros chefs y cocineros en el medio?

¿Cómo conseguir la innovación en la cocina y al mismo tiempo conservar sus raíces y transmitir la tradición?

¿Cómo cree que será el futuro de la gastronomía en la ciudad?

¿Qué otras culturas influyen en los platillos que prepara?

¿Qué recomendaría a las próximas generaciones de gastrónomos que se está preparando en Bucaramanga?

¿Qué libros, series, películas o textos académicos recomendaría para estos estudiantes?

Anexo 5 entrevista dirigida a un mesero

Nombre: _____

Edad: _____

Género: F____ M____

Ocupación: _____

¿Cuáles son los platillos que la gente más pide?

¿Cómo manifiestan interés las personas sobre estos platillos tan distintos?

¿Alguna vez alguien se ha quejado por una receta muy extraña para él?

¿Qué le han comunicado las personas sobre sus experiencias con la comida?

Anexo 6 entrevista dirigida a un estudiante de gastronomía

Nombre: _____

Edad: _____

Género: F____ M____

Ocupación: _____

¿Cuáles cree que son las tendencias gastronómicas que hay en Bucaramanga?

¿Qué entiende por cocina Santandereana vanguardista?

¿Qué chefs relacionaría con este movimiento?

¿Ha probado algún platillo de esta naturaleza? ¿Qué opinión tiene de él? ¿Cuál es su favorito?

¿Está de acuerdo con esta modernización y transculturación de la gastronomía local?

Anexo 7 consentimiento informado

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES HUMANIDADES Y ARTES

PROGRAMA DE GASTRONOMÍA Y ALTA COCINA

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES EN INVESTIGACIÓN

Reportaje educomunicativo sobre la evolución de las tendencias gastronómicas modernas en Bucaramanga para su difusión entre jóvenes

El presente documento tiene como fin dar a conocer el propósito de esta investigación y solicitar su participación en dicho estudio, si usted así lo desea.

Se informa que la participación es absolutamente voluntaria e implica unos minutos de su tiempo para responder a unas preguntas que el estudiante investigador Nebbi Alejandro Cruz Moreno realice de manera oral o escrita, la conversación se grabará en formato de audio y/o vídeo, de manera que el estudiante pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado con el único fin de alimentar el estudio realizado con información relevante, esta información será

confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Su identidad no será expuesta si así lo prefiere.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. De tener inquietudes sobre su participación, puede contactar al teléfono 6436111 ext 319 Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Una copia de este documento le será entregada y una vez finalizado el estudio puede solicitar información sobre los resultados al teléfono mencionado anteriormente, sin que esto amerite ningún tipo de beneficio.

Acepto la participación en el proyecto de grado Reportaje educomunicativo sobre la evolución de las tendencias gastronómicas modernas en Bucaramanga para su difusión entre jóvenes.

Cuyo propósito es Realizar un reportaje descriptivo sobre el panorama y desarrollo general de las tendencias gastronómicas que se están desarrollando en este momento en Bucaramanga para así tener un registro documentario de la evolución de la escena culinaria y lograr su enseñanza y difusión entre las nuevas generaciones.

_____	_____	_____
Nombre del Participante	Firma del Participante	Fecha