

LA FUNCIÓN DIDÁCTICA DEL PERIODISMO GASTRONÓMICO EN INTERNET

Fernando Sánchez Gómez
fernando.s.gomez@gmail.com
Universidad del País Vasco
Investigador

Resumen

Internet y la *Web 2.0* universalizan la *edukomunicación* (García Galindo 1999) culinaria mediante páginas *webs* temáticas y *gastroblogs* con nuevas estrategias pedagógicas y participativas (Pérez Tornero 2005).

El Periodismo Gastronómico nace en la Francia del XIX para instruir ciudadanos en el arte de comer y de recibir invitados. Llega a España en 1976 con idéntica vocación didáctica, cuando cocineros y comunicadores gastronómicos crean el *boom* mediático de las Nuevas Cocinas (Sánchez Gómez 2010).

Esta comunicación muestra su evolución hasta llegar a los medios digitales que difunden las novedosas técnicas culinarias, enseñan a los lectores/consumidores qué alimentos comprar en cada estación y cuáles son más saludables.

Palabras clave: periodismo gastronómico, crítica gastronómica, edukomunicación alimentaria, gastroblogs.

Abstract

Internet and Web 2.0 universalize *edukomunication* (García Galindo 1999) about culinary through thematic web pages and *gastroblogs* with new pedagogic and participatory (Pérez Tornero 2005).

Gastronomic Journalism born in the nineteenth-century France to educate citizens in the art of eating and entertaining. Arrived in Spain in 1976 with the same vocation teaching, where chefs and gastronomic communicators create the media *boom* of the Nuevas Cocinas (Sánchez Gómez 2010).

This paper shows this evolution to digital media diffuses new cooking techniques, teaches readers/consumers what food must buy in each station and which are healthier.

Keywords: gastronomic journalism, gastronomic critic, food edukomunication, gastroblogs.

1. Origen didáctico del Periodismo Gastronómico

El Periodismo Gastronómico surge originalmente en el siglo XIX, en la Francia posrevolucionaria, con la vocación didáctica de formar anfitriones entre la nueva burguesía napoleónica. Los recientes ocupantes de la cúspide del nuevo orden social, los burgueses, aspiraban a banquetear al estilo imperial, pero desconocían el arte de Anfitrión.

Históricamente, las cuestiones relacionadas con la buena mesa, tanto las protocolarias (la manera de comportarse a la misma, el orden del servicio, el modo de recibir a los invitados) como las propiamente gastronómicas (el conocimiento de los mejores bocados y caldos, las recetas de moda, las técnicas culinarias novedosas, las últimas tendencias en la evolución del gusto) habían sido un conocimiento exclusivo de las clases privilegiadas.

El fundador del Periodismo Gastronómico, el periodista francés Alexandre Balthazar Laurent Grimod De La Reynière (1758-1838), había recibido esa esmerada educación, pues pertenecía a la pequeña nobleza de la monarquía que derrocó la Revolución Francesa (Domingo 1998: 12).

De La Reynière, recuerda Domingo (*ibid.*), no había escrito una sola línea difundiendo sus conocimientos gastronómicos y protocolarios antes de la Revolución Francesa, ya que su oficio era el de crítico teatral y entre ese público culto se contaban sus lectores.

Pero, cuando su extraordinario olfato periodístico percibe por las calles de París una creciente demanda de conocimiento en torno a la buena mesa, Grimod inventa un nuevo género: la crítica gastronómica. Esta se dirigía a estos burgueses que competían entre ellos por erigirse en los nuevos anfitriones de la capital del mundo moderno.

Los cocineros habían perdido por entonces su trabajo en palacio. Si no fueron guillotinado como sus amos es porque en Francia tienen la categoría profesional de obreros. Tras la Revolución Francesa, los marmitones salieron a la calle para establecerse por su cuenta. Nacía así la institución culinaria del restaurante.

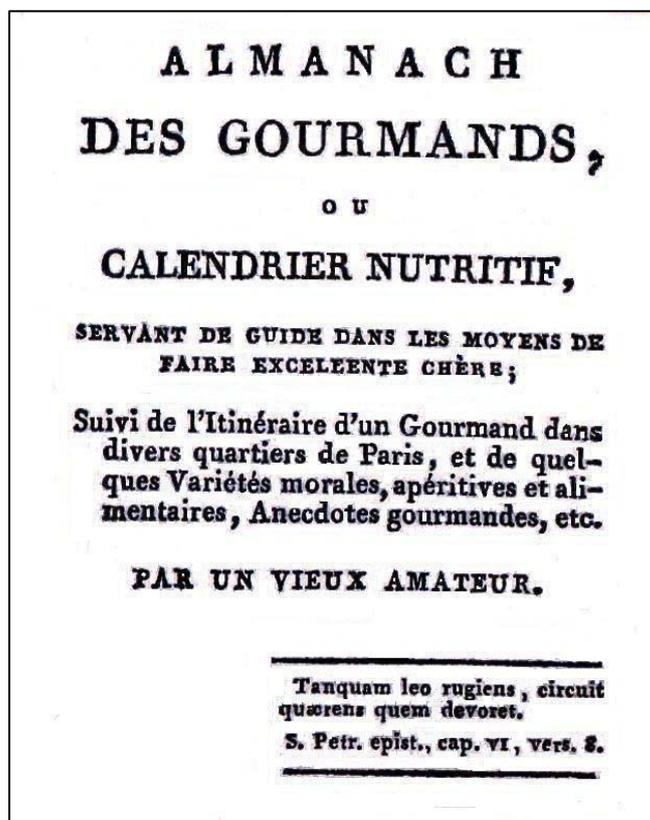
La abolición de los privilegios gremiales permite a los nuevos empresarios de la cocina dar su toque personal a las cartas. La oferta gastronómica se amplía sin un intermediario entre esta y el gran público. Grimod decide entonces lanzar en la prensa unos cuadernillos especializados en consumo y cultura gastronómica. En ellos, según detalla Domingo (1998: 24):

Inventó las primeras guías de restaurantes y, en sus calendarios nutritivos, explicó a las ignorantes clases poderosas nuevas lo que convenía comprar y comer en cada mes del año. Sus paseos, sus descubrimientos gastronómicos, su periodismo constante y tan «nuevo» siempre y todavía, fueron el campo de su militancia en pro del *savoir vivre*, del saber vivir perdido y, según él, fundamental para la articulación de una sociedad armónica y cada vez menos conflictiva. O sea, de una sociedad «burguesa».

Grimod transmitió a la nueva burguesía el saber vivir de la aristocracia del Antiguo Régimen, pero al utilizar, para ello el periodismo, no la transmitió como un «saber de clase».

El primer periodista gastronómico de la Historia enseñó a la nueva clase dominante el arte de boca: cuáles eran los mejores restaurantes, las mejores tiendas de productos *delicatessen* o de alta cocina, qué alimentos debían adquirir en cada momento y cómo agasajar a sus invitados para convertirse de ese modo en los mejores anfitriones del nuevo París.

El periódico se convertía en el vehículo de difusión idóneo para propagar una serie de conocimientos y contenidos educativos hasta entonces restringidos al ámbito exclusivo de una clase social.



Los Almanaques Gastronómicos de Grimod son el antecedente de las actuales guías gastronómicas.

2. El *boom* mediático de la didáctica gastronómica en España

El *boom* del Periodismo Gastronómico tiene lugar en España durante el último cuarto del siglo XX con el paso de la dictadura a la democracia. Esta especialidad periodística se estaba desarrollando en nuestros medios con la intención didáctica de extender la democratización del gusto en un país recién salido de una dictadura, que lo había sido también en lo gastronómico.

La falta de investigación culinaria durante el Régimen había metido en un atolladero a nuestras cocinas regionales. Para comer gastronómicamente bien durante la etapa predemocrática había que ir a Francia. Recuerda Miguel Sen (2007: 10) que el disfrute y conocimiento de la cultura gastronómica internacional, o mejor dicho francesa, se limitaba a un reducido segmento social con acceso al pasaporte. El único que podía pasar la frontera para paladear el sabor de la libertad.

El movimiento de las nuevas cocinas surge aquí a partir de dos acontecimientos mediáticos que también lo son gastronómicos: la I y la II *Mesa Redonda de la Gastronomía*, organizadas en 1976 y 1977, respectivamente,

por la revista *Club de Gourmets*. En ellos hay ponencias de escritores gastronómicos y *chefs* que intercambian sus experiencias y conocimientos profesionales.

En el primero de estos eventos coinciden los cocineros Juan Mari Arzak y Pedro Subijana con Paul Bocusse, uno de los líderes de la *Nouvelle Cuisine* francesa. En ese momento, la culinaria gala dobla el cabo de su tercer siglo de dominio absoluto en los fogones de los mejores restaurantes del mundo occidental. Ocupa este puesto en virtud de la gran calidad, extraordinaria capacidad didáctica y carácter enciclopédico que posee la citada cibaria.

Con objeto de transmitirles sus conocimientos, Bocusse invita a Arzak y a Subijana a una estancia en su restaurante lionés, para que conozcan *in situ* la nueva forma de trabajar en cocina, las técnicas culinarias modernas, los nuevos puntos de cocción y los criterios estacionales del menú, esto es, la llamada *cocina del mercado* o *de temporada*, entre otras cuestiones.

A su vuelta, Arzak y Subijana proclaman el nacimiento de la Nueva Cocina Vasca o *Euskal Sukaldaritza Berria*. De forma paralela, se ha constituido por esas fechas en Guipúzcoa un grupo de investigación culinaria: los 14 magníficos de la cocina vasca, donde figuran Karlos Argiñano, María Jesús Fombellida, los citados Arzak y Subijana, entre otras leyendas de los fogones como Ramón Roteta.

Dicho grupo realiza expediciones gastronómicas por España y el extranjero, celebrando almuerzos y cenas de «inventiva y análisis» donde muestran a sus colegas de otras regiones los conocimientos aprendidos, y que ellos ya están aplicando a su cocina, recuperando y modernizando el ancestral recetario vasco (García Santos 2007: 13 y ss.).

Los medios de comunicación españoles se vuelcan desde el primer momento con la difusión del movimiento de las nuevas cocinas a través de sus más importantes firmas: Rafael Ansón (*ABC*), Gonzalo Sol (*Informaciones, Sobremesa, La Vanguardia, Radio Nacional*), Víctor De La Serna (*Informaciones, Diario 16*), Xavier Domingo (*Cambio 16*), Néstor Luján (*Historia y Vida*), Carmen Casas y Luis Bettonica (*La Vanguardia*), Caius Apicius (*Agencia EFE*) y Rafael García Santos (*Diario Vasco, El Correo*), entre otros.

Las demostraciones técnicas de estos cocineros gozan de toda la cobertura mediática. El resto de los cocineros españoles aprende las últimas tendencias gastronómicas que les enseñan sus colegas vascos, para aplicarlos posteriormente a la recuperación y modernización de los históricos recetarios autóctonos de sus respectivas regiones.

De la extraordinaria capacidad didáctica y comunicativa de estos *sukaldaris* es el primer ejemplo Karlos Argiñano, arquetipo en España de la figura del cocinero mediático (Sánchez Gómez 2010a, 2010b).

Cuando en los primeros 90 Elena Santoja es sustituida en *TVE* por este, Argiñano se convierte inmediatamente en el primer cocinero televisivo que oficia de forma sencilla y clara para un público variado que le sigue con facilidad y fidelidad desde hace más de dos décadas. Arzak estima que Argiñano ha enseñado al 70% de los españoles a cocinar y a comer¹.

¹ Reproducido en *Diario de Noticias de Álava*, martes, 17.04.07.

3. Internet y la democratización del gusto

Los medios de comunicación se convierten en el soporte ideal para extender de forma masiva la democratización del gusto entre los ciudadanos. Si bien el Periodismo Gastronómico ha logrado una difusión extraordinaria, la transmisión de este conocimiento seguiría estando en manos de los profesionales, tanto de la escritura golosa (los críticos y escritores gastronómicos) y de los fogones (los cocineros mediáticos). Estos publicaban sus textos (críticas, columnas, reportajes, recetas) en periódicos y todo tipo de revistas, ya que la cuestión gastronómica encuentra cabida en todas.

En un primer momento, los diarios de papel se limitan a volcar los contenidos en la edición digital, como indica la profesora Armañanzas (1998: 62). Unos años después, irán diferenciándose ambas ediciones mediante la puesta en circulación por la red telemática de todo tipo de archivos: texto, imagen, sonido y creando espacios nuevos expresamente para la edición digital como foros, debates, etc., (Armañanzas, *ibid.*).

Entre las primeras ediciones digitales de prensa que incluyen un canal gastronómico se encuentra el *Diario Vasco*, que reproduce los textos periodísticos del crítico gastronómico Rafael García Santos, así como otra serie de contenidos que no figuran en el papel.

En www.lomejordelagastronomia.com, García Santos, uno de los principales artífices mediáticos del *boom* de la gastronomía, da la cobertura informativa de sus congresos gastronómicos internacionales (los primeros celebrados en España), publica críticas gastronómicas de restaurantes y productos de alta culinaria o *delicatessen*, hace crítica de vinos, expresa su opinión sobre las últimas tendencias en la evolución del gusto a través de artículos, da cabida a otros colaboradores para que opinen sobre gastronomía y ofrece noticias del mundo de la cocina. Asimismo, aloja en su página un aula virtual donde cuelga recetas de los más importantes cocineros.

Los medios de comunicación que se publican en *Internet* han aumentado la participación de los lectores. El espacio que el medio tiene habilitado para ello —cartas al director—, observa Armañanzas (2000: 292 y ss.) se ve ampliado en la edición electrónica con foros, *chats*, espacios de debate. La opinión de estos no va a estar ya limitada por el espacio fijo que hasta entonces había tenido en el papel.

Diarios como *El Mundo* han abierto amplios buzones virtuales en los que el volumen de participación ciudadana no tiene límite; también se han creado foros y encuentros digitales. Un ejemplo gastronómico de estos últimos es el que celebra *El Mundo.es* con algunos cocineros mediáticos como Abraham García.

Este fomento de la participación ciudadana en los medios electrónicos consigue que este vaya familiarizándose poco a poco con la informática, hasta dar el salto que supone crear su propia página virtual.

La comunicación gastronómica ha encontrado en la Red todo el espacio virtual necesario que precisaba para extender su revolución, sin necesidad de pagar el alto precio económico y ecológico del papel, así como el de la distribución.

Las publicaciones *on line* especializadas en Gastronomía pueden editarse con menores costos y mayor difusión. Algunas de las más importantes son www.afuegolento.com del cocinero Koldo Royo; www.entremeses.org de la revista gastronómica *Entremeses*. También las hay exclusivas de críticas de restaurantes como www.todorestaurantes.com;

www.restaurantia.com;www.guia-ciudad.com/buscador-restaurantes.html;
 www.restaurantesmadrid.net/; www.buscaestaurante.com
 www.criticaderestaurantes.es, entre otras muchas.

0

Home de la página electrónica de *Lo Mejor de la Gastronomía*, que dirige Rafael García Santos



Los diarios de la prensa generalista también ofrecen al público sus propios buscadores de restaurantes, como los que señalamos a continuación:www.abc.es/restaurantes;/www.elmundo.es/accesible/restaurantes/; http://servicios.elcorreodigital.com/gastronomia/, entre otros.

En casi todas las direcciones señaladas suele incluirse un espacio para la participación de los lectores. Estos dan su opinión personal acerca del restaurante o de cualquier cuestión. No es una opinión profesional, pero al haberse incrementado durante todos estos años el nivel de conocimiento gastronómico de los lectores se ha aumentando con ello el nivel de exigencia con el restaurador.

El enlace a una dirección electrónica es también un recurso cada vez más frecuente en el etiquetado de los productos destinados al consumo. Existen marcas alimentarias que amplían de este modo la información de su producto. Es el caso, entre otros, de algunas bodegas. En la etiqueta de ciertas botellas se ofrece una dirección electrónica donde un cocinero o experto le amplía al comprador la información sobre el caldo que ha adquirido.

6

Por otra parte, la gran mayoría de los cocineros han creado también sus propias páginas *web* y *gastroblogs* en los que ofrecen sus productos, recetas, menús, opiniones de lo más variado, filosofía culinaria; al tiempo que interactúan con sus clientes y seguidores mostrando distintos aspectos de su faceta privada como sus gustos y aficiones personales.

4. Webs gastronómicas y gastroblogs en la educomunicación culinaria

La gran aceptación y uso del mundo digital hace que *Internet* y la *web* ocupen un lugar esencial en la educación en medios (Pérez Tornero 2005: 22). En el caso que tratamos aquí, la *educomunicación* (Pérez Galindo 1999: 10, 11) en materia culinaria.

La *educomunicación* es un espacio científico diferenciado en el que se entrecruzan la educación y la comunicación, necesarias para el mantenimiento y el funcionamiento de las sociedades contemporáneas (Pérez Galindo *ibid.*).

Del mismo modo que Grimod de La Reynière escribía para un público burgués que sabía leer, los contenidos gastronómicos digitales se dirigen hacia una audiencia previamente instruida en la «alfabetización digital» o «formación en nuevas tecnologías».

Al próximo reto de alfabetizar digitalmente a la población está contribuyendo de forma muy positiva la gran oferta multimedia que existe en torno a la función vital de alimentarse. Así, mediante la consulta cotidiana de temas culinarios se fomenta la alfabetización digital. El manejo de funciones esenciales como navegar, copiar y pegar recetas, conocer el funcionamiento de un archivo de imagen o saber cómo almacenar sus propios recetarios en documentos y carpetas, entre otras acciones, es un excelente proceso para que las personas más alejadas de las aplicaciones informáticas adquieran la soltura necesaria con las nuevas tecnologías.

Una vez adquirida esta formación, estas personas pueden encontrarse en disposición de aprender otros contenidos *educomunicativos*. En este sentido, la distribución de ordenadores portátiles entre los escolares va a familiarizar a estos con las nuevas tecnologías desde las primeras etapas de su formación educativa.

Hasta este momento en España, «que una persona con más de 50 años tenga un *blog* es todo un logro». El entrecomillado anterior corresponde a Gonzalo Sol («Comer, charlar y beber» en *Intereconomía*), de la Real Academia Española de Gastronomía y uno de los autores pioneros del *boom* del Periodismo Gastronómico en España.

Este precursor de la moderna cultura culinaria es el autor de las pioneras guías gastronómicas escritas por españoles: las *Guías Gastronómicas Sol* (1973), que inician al gran público en la educación del paladar, de cara a la revolución gastronómica que se avecinaría pocos años después desde Guipúzcoa.

A la hora de crear su blog gastronómico o *gastroblog*, Gonzalo Sol afirma que lo hizo movido por el mismo afán didáctico que le llevó a escribir de gastronomía en los medios de comunicación españoles de mayor difusión. Su intención, afirma Sol, ha sido siempre didáctica. Sus guías gastronómicas sólo tenían una intención: ser útiles informando acerca de algo que todo el mundo deseaba saber: dónde comer bien².

² Gonzalo Sol, entrevista virtual (Inédita).

Otra de las ventajas de la tecnología multimedia aplicada a la cocina es la conservación de las fórmulas culinarias o recetas. Muchos de los títulos históricos en papel no han podido conservarse. Al tratarse de libros con un eminente carácter profesional su destino era el de ser usados en las cocinas donde el humo y la grasa provocaban su deplorable destrucción.

Actualmente en las cocinas es frecuente ver cada vez más terminales de ordenador y otros soportes tecnológicos como agendas y libros electrónicos, tabletas de lectura donde los cocineros consultan las cuestiones técnicas propias de su oficio o las económicas del negocio, como el control de los pedidos de materias primas.



Imagen del *blog* gastronómico de Gonzalo Sol. Este madrileño, modelo del 35, es uno de los pioneros de la moderna escritura gastronómica en España.

Asimismo, las escuelas de hostelería y cocina han incorporado el ordenador a la enseñanza de sus alumnos. Entre los distintos ejemplos de las aplicaciones multimedia en la formación de nuevos cocineros y restauradores merece destacarse el de la Escuela de Hostelería de Leioa y el gran trabajo llevado a cabo por su director Mikel Valcárcel. La *web* de esta afamada escuela vizcaína, www.gastronomiavasca.net, incorpora los menús programados que efectúan sus alumnos para los distintos comedores. A saber, carta, menú y *buffet*. Cada uno de ellos entraña un diferente nivel de responsabilidad y dificultad para el alumnado que se ejercita en los mismos.

Esta *web* ofrece un amplísimo listado de recetas, así como de técnicas culinarias y un extenso glosario de materias primas. El carácter didáctico de estos elementos se ve incrementado con la incorporación de videos donde se muestra cómo realizarlos. Desde un punto de vista dietético, la página de la Escuela de Hostelería de Leioa da una completa información alimentaria sobre los nutrientes y calorías que aporta cada una de las fórmulas que ofrece.

Desde uno más práctico, los alumnos, así como cualquier visitante de la página disponen de un muy eficaz calculador de cantidades al lado de cada receta, lo que sin duda facilita el cálculo de las materias primas cuando el menú debe realizarse para un gran número de comensales.



5. Los contenidos **edud comunicativos** en Gastronomía

El recetario fue la primera compilación de conocimientos empíricos que el homínido transmitió a la siguiente generación. Con el descubrimiento de la cocina no se desarrolla tan solo la capacidad del lenguaje humano, según los biólogos evolucionistas (Cordón 1982). Ya que con la aplicación del fuego a la materia se inicia un proceso imparable de transformaciones químicas que comienza con la primera vaca que se cayó accidentalmente al fuego y llega hasta la fisión controlada del átomo.

Asimismo, el avance histórico en los conocimientos culinarios ha ido, a lo largo de cada etapa histórica, generando una importante industria auxiliar para estas transformaciones químicas.

El de la *Nouvelle Cuisine* es un movimiento que rescata la idea de los tratadistas clásicos —incluido Aristóteles— del alimento saludable, del alimento bueno que cura el cuerpo, característico de la cocina dietética o «alimentación conveniente»³. La idea de combinar la dietética con la gastronomía es el primer contenido que podemos identificar en el movimiento de las nuevas cocinas.

³ DRAE, edición *on line*.

Salud y Gastronomía son dos cuestiones muy importantes para suscitar el interés de la población hacia la comunicación gastronómica.

El cometido didáctico original del Periodismo Gastronómico ha evolucionado conforme lo hacían los nuevos soportes mediáticos, adaptándose a las posibilidades que le ofrecen las nuevas tecnologías. En la escritura convencional del Periodismo Gastronómico, la enseñanza que hemos mencionado se lleva a cabo por medio de las funciones lenguaje siguientes: la referencial o metalingüística, apelativa o conativa y expresiva. Mediante las funciones referencial o metalingüística se refleja el conocimiento o pericia en materia gastronómica del comunicador (profesional o aficionado, como se ha dicho).

Este conocimiento gastronómico del *educomunicador* abarca una escala que puede ir desde la historia de los platos, de los recetarios históricos y sus actualizaciones conforme a las nuevas tendencias en la evolución del gusto; la época ideal de la materia prima empleada en la elaboración, la mejor técnica culinaria para prepararla y su aporte nutritivo a la salud del comensal.

Por medio de la función apelativa o conativa del lenguaje orienta el consumo gastronómico de la audiencia, pero también al cocinero en su profesión. En caso de que este esté desarrollando su oficio conforme a otra época, pasada por lo general. Con este recurso trata de persuadir a los lectores y profesionales de la restauración sobre cómo se alcanza lo mejor en Gastronomía.

Una orientación inteligente del consumo tiene consecuencias muy positivas para el desarrollo de la economía de un país, mediante la mejora en general del nivel de su restauración. Ya que un lector gastronómicamente instruido puede mostrarse más exigente en el restaurante. Lo que obligará al cocinero a esforzarse más en su arte. Este ha sido el mecanismo que ha seguido la crítica gastronómica para situar a las cocinas de España entre las primeras del mundo occidental.

Acabamos de ofrecer el esquema de contenidos originarios de la didáctica gastronómica en los medios de comunicación españoles a mediados de los años 70 del pasado siglo. Es, por otra parte, el que se reproduce actualmente en el mundo digital con una presencia abrumadora de páginas y enlaces en los que podemos encontrar los criterios de valor gastronómico intemporales que rescataron las nuevas cocinas: el empleo de un producto fresco o de temporada, las técnicas culinarias poco agresivas con la materia prima de elaboración y la idea del alimento saludable (Sánchez Gómez 2010). Estos son difundidos universalmente a través del lenguaje *multimedia* tanto por los profesionales de los medios de comunicación como por los ciudadanos particulares a través de los *gastroblogs*.

6. Conclusiones

1. El comunicador gastronómico desarrolla una actividad didáctica (educar el paladar en las últimas tendencias evolutivas del gusto), valorativa del hecho gastronómico y persuasiva en el sentido de que trata de modificar una determinada conducta gastronómica (en el comensal y en el restaurador, a quienes orienta hacia lo mejor de la Gastronomía).

La *educomunicación* en gastronomía mantiene la idea originaria del fundador de la comunicación gastronómica, de articular una sociedad armónica y cada

vez menos conflictiva. Esto es, una sociedad de consumidores educados en un consumo racional. Esta faceta se amplía con los medios electrónicos.

2. El Periodismo Gastronómico se desarrolló en España a partir de 1976 con la misma vocación didáctica con que había nacido en Francia. La revolución tecnológica de las comunicaciones y la generalización en el uso de los medios electrónicos facilita la incorporación del gran público a la escritura gastronómica. Los espacios que ocupan profesionales y aficionados se encuentran muy bien delimitados.

3. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha abierto la posibilidad de la comunicación gastronómica al gran público, que hasta ahora se veía limitado a los espacios de opinión que le prestaba el periódico, como las cartas al director. El público se suma a la actividad de la crítica gastronómica aportando su opinión en la Red.

4. El desarrollo de las llamadas *Web 2* y *3.0* ha quitado la exclusiva de la comunicación gastronómica a los profesionales. Esta comparte espacio virtual con la opinión particular de un público aficionado a estos temas que, en muchas ocasiones, no lo hace nada mal. Si bien no debe obviarse el trabajo de los expertos, ya que la cuestión de la alta cocina de vanguardia requiere el concurso de un profesional, tanto para su ejecución como para su correcta interpretación dentro de la actual tendencia en la evolución del gusto en la tribuna pública de un medio de comunicación.

5. Desde el punto de vista de la conservación del material gastronómico el ambiente humeante y grasiento propio de las antiguas cocinas (actualmente las hay muy modernas que son auténticos laboratorios) estropea el soporte que lo contiene, mas no el contenido que se encuentra siempre disponible y con la posibilidad de actualizarse permanentemente.

6. La consulta cotidiana de temas culinarios en el ordenador puede contribuir a la mejora de la alfabetización mediática de una parte importante de la población que había permanecido al margen de la revolución tecnológica. La carpeta del ordenador puede sustituir a las carpetas físicas donde se almacenaban hasta hace muy poco las recetas de toda la vida.

Las nuevas tecnologías de la comunicación no solo agilizan la consulta de las mismas, sino que también mejoran la capacidad educativa mediante la posibilidad de incluir videos en los que se aprecia mejor el proceso de elaboración. Esta información también se encuentra en los discos ópticos que se venden o regalan con el ejemplar de la publicación.

7. En *Internet* se ha creado en los últimos años un espacio muy importante para la difusión de la comunicación gastronómica que no pasa por las páginas electrónicas de los diarios. La opinión gastronómica en la Red tampoco es competencia exclusiva de los medios de comunicación, porque cualquiera puede dar su opinión particular de un restaurante en el espacio que las publicaciones electrónicas habilitan para ello.

7. Referencias bibliográficas

- Armañanzas, E. (2000). «Opinión en el periodismo electrónico: El País, El Mundo y ABC». Estudios Sobre el Mensaje Periodístico, nº 6, pp. 289-306.
- ARMAÑANZAS, E. (1998). «Prensa electrónica española. Periódicos de Madrid y Barcelona en la Red Digital». En: Actas del XIV Congreso de Estudios Vascos. Sociedad de la Información. Donostia: Eusko Ikaskuntza, pp. 61-65.
- CORDÓN, F. (1982). Cocinar hizo al hombre. Barcelona: Tusquets.
- DOMINGO, X. (1980). Cuando sólo nos queda la comida. Barcelona: Tusquets
- DOMINGO, X. (1998). «Grimod de La Reynière o la gastronomía militante». En:
- GRIMOD DE LA REYNIÈRE, B.A. Manual de anfitriones y guía de golosos. Barcelona: Tusquets.
- EFE. «Los cocineros mediáticos ayudan a impulsar la Gastronomía». Diario de Noticias de Álava, 17.04.07. (www.noticiasdegipuzkoa.com/ediciones/2007/04/17/mirarte/ocio/)
- García Galindo, J. A. (1999). «Comunicación, educación y democracia». Comunicar, nº 13, pp. 10-12.
- GARCÍA SANTOS, R. (2007). La cocina vasca de ayer, hoy y mañana. San Sebastián: Hiria.
- GRIMOD DE LA REYNIÈRE, B. A. (1998). Manual de anfitriones y guía de golosos. Barcelona: Tusquets.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (2005). «Hacia un nuevo concepto de educación en medios». Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, nº 24, pp. 21-24.
- SÁNCHEZ GÓMEZ, F. (2010a). La Crítica Gastronómica como género periodístico. Rafael García Santos y la Nueva Cocina Vasca. Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco.
- SÁNCHEZ GÓMEZ, F. (2010b). «El cocinero mediático». (En prensa)
- SEN, M. (2007). Luces y sombras del reinado de Ferrán Adrià. Barcelona: La Esfera de los libros.
- SOL, G. (1973). Guía gastronómica de España. Madrid: G.S. editor.