



Universidad de Valladolid

CURSO 2018-2019

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Gastrodeavila, blog de periodismo
gastronómico**

Modalidad Profesional

Alumno: Beatriz Dávila Laborda

Tutor: María Monjas Eleta

**Departamento: Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y
de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad**

Convocatoria: Julio 2019

ÍNDICE

1. Introducción	4
1.1. Justificación	4
1.2. Objetivos	7
1.3. Fundamentos teórico-académicos	7
1.3.1. Periodismo gastronómico	7
1.3.2. Evolución del periodismo gastronómico: de los orígenes a la Web 2.0	12
2. Plan de trabajo	15
2.1. Blog Gastrodeavila	16
2.2. Cronología del blog	20
3. Conclusiones	21
4. Bibliografía	23
5. Anexo	26

² Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

RESUMEN

En los últimos años, la gastronomía ha logrado consolidarse como uno de los principales factores de atracción de una sociedad que vive conectada a la Red. El avance de las nuevas tecnologías ha permitido la creación de múltiples herramientas que posibilitan a los usuarios abrir sus propios espacios Web, es el caso de los *weblogs* y los *blogs*. La labor del periodista o comunicador gastronómico actual ha cambiado y va más allá de las líneas de una revista o de las columnas de un diario. Poner en valor el patrimonio gastronómico de una ubicación geográfica como Ávila, es ahora posible gracias a plataformas como WordPress, que permiten volcar desde texto a imágenes en un único espacio digital que posibilita además que esa herencia no se pierda.

Palabras clave:

Periodismo gastronómico, gastronomía, Blog, periodismo cultural, periodismo de servicios, periodismo de consumo, patrimonio cultural.

ABSTRACT

Gastronomy has managed to consolidate as one of the main factors of attraction for a society that lives connected on the Internet. The advancement of new technologies has allowed the creation of multiple tools which enable users to open their own spaces on the Web like weblogs or blogs. The work of the current journalist or gastronomic communicator has changed and it goes beyond the lines of a magazine or the columns of a newspaper. To value the gastronomic heritage of a geographical location such as Ávila, is now possible because of platforms such as WordPress, which allows journalists to upload everything, from text to images in a single digital space. These tools help to prevent the loss of this heritage.

Keywords:

Gastronomic journalism, gastronomy, Blog, cultural journalism, service journalism, consumer journalism, cultural heritage.

³ Dávila Laborda, B. (2019). *Gastrodeavila*, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

1. Introducción

1.1. Justificación

Este trabajo de fin de grado se adscribe a la modalidad profesional que se contempla en la normativa del Grado en Periodismo; una modalidad que consiste en la elaboración de un proyecto profesional en cualquier área de la comunicación: proyectos periodísticos para prensa, radio, televisión, Internet, planes de comunicación, etc. En este caso, se ha optado por la elaboración de un trabajo en formato Blog que se centra en la puesta en valor de la gastronomía de la provincia de Ávila y que queda recogido bajo el nombre 'Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico': <https://gastrodeavila.wordpress.com/>. Periodismo, historia, cultura y gastronomía se aúnan en un único espacio web con el que se va a realizar una ruta por los principales establecimientos, como son los bares de Ávila capital, y un pequeño viaje por zonas de la provincia para mostrar sus alimentos y productos de primera calidad.

La elección de la temática de este Blog deriva de la importancia del sector de la industria agroalimentaria, así como de la hostelería, siendo uno de los mayores soportes económicos y productivos de la nación española, pero sobre todo de Castilla y León. Es aquí donde, según el último estudio realizado por la Consejería de Agricultura de la comunidad, presentado en el año 2017, esta industria genera una cuarta parte del valor añadido bruto industrial, lo que además supone que sean cerca del 57% los puestos de trabajo que se localizan en las poblaciones del territorio castellano-leonés (UGT-Agroalimentaria Castilla y León, 2017:11).

En este aspecto, destaca que sean los productos alimentarios y de bebidas los que ocupen la primera línea industrial de un sector que, además de cumplir con las funciones principales de abastecer y de atender las necesidades de los consumidores de la región, en la comunidad de Castilla y León contribuyen de una manera decisiva a la dinamización de las zonas sobre todo rurales, ayudando a su sostenibilidad, a su crecimiento y también a la creación de empleo.

4 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Dentro de la comunidad castellano y leonesa, muchas han sido las capitales de provincia, así como también las diputaciones provinciales y la Junta de Castilla y León, que han apostado por el sector agroalimentario al ser este considerado como unos de los principales contribuyentes de la dinamización de los núcleos urbanos y agrestes. En este sentido, marcas colectivas como la regional Tierra de Sabor, o en el caso de la provincia abulense, Ávila Auténtica, contribuyen a poner en valor y a aumentar la visibilidad de la oferta alimentaria y gastronómica de estas zonas y haciendo, de ésta última, un espacio web de referencia en la provincia.

La elección del formato Blog para el desarrollo de este proyecto profesional se justifica por las posibilidades que ofrece la Web 2.0; como son el hecho de que aporta una mayor visibilidad a los contenidos publicados así como también, ofrece una mayor facilidad de creación y acceso a los mismos, y permitiendo, a través de una dirección de contacto o un enlace a las redes sociales, una interacción con el público. En la actualidad, gracias sobre todo a la llegada de Internet, se ha permitido la creación de espacios que han supuesto una nueva forma de comunicar y que con ello han permitido, en el caso que ocupa, trasladar esa oferta alimentaria y gastronómica a un público que, con el surgimiento de la denominada Web 2.0 y la proliferación no sólo de las páginas web sino también de los denominados *weblogs*, *blogs* y cuadernos de bitácora, puede tener acceso a este espacio contando con una conexión a la red y accediendo a través de un ordenador, de un dispositivo móvil o de la tablet.

Siendo el espacio web el mejor canal a través del cual poder comunicarse con la sociedad en la era digital, este trabajo de fin de grado pretende destacar, a través de un Blog, la importancia que presenta la industria agroalimentaria de Ávila capital y de la provincia ya que, a través de la materia prima presente en la región, así como su gran variedad de productos y elaboraciones, este sector contribuye al posicionamiento y crecimiento de la zona para configurarla como uno de los mayores referentes gastronómicos de la comunidad de Castilla y León.

Otra de las razones que justifican la elección de la modalidad profesional del TFG es que permite de una manera dinámica y amena, aplicar y desarrollar

5 Dávila Laborda, B. (2019). *Gastrodeavila*, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

varios de los conocimientos que se han adquirido tras cursar asignaturas del Grado en Periodismo como:

- Ciberperiodismo: Principal asignatura que permite adquirir los conocimientos necesarios para hacer frente a los retos de trabajo en los medios digitales dentro del actual contexto.
- Documentación Informativa y Periodismo de Investigación: Dos materias fundamentales para poder localizar y gestionar informativamente las fuentes así como también la documentación y los contenidos especializados pero también, para buscar, analizar, jerarquizar y dar forma a los mensajes de tal manera que puedan ser difundidos en este caso a través de un Blog-.
- Fotoperiodismo: Disciplina gráfica fundamental con la que adquirir la capacidad de poder tomar la información periodística como imagen.
- Géneros Periodísticos Interpretativos: Asignatura esencial para el desarrollo de un correcto criterio periodístico y adquisición de un espíritu crítico. Esta materia también ha sido necesaria para poder desarrollar habilidades con las cuales ser capaz de defender argumentos y tomar conciencia de la responsabilidad social periodística.
- Periodismo Cultural y Científico: Dos especialidades periodísticas en las que se incluyen contenidos relativos a la gastronomía entendida como cultura y no sólo como un elemento de consumo.
- Periodismo Especializado: Materia que permite distinguir y comprender la existencia de una modalidad periodística diferenciada.
- Redacción Periodística: Disciplina indispensable para adquirir una correcta capacidad de expresión oral y escrita –tanto sobre el papel como sobre la web- y capacidad de análisis.

Por último, cabe destacar que la principal motivación que ha llevado a la realización del presente trabajo se debe al interés por la especialización periodística en turismo, en viajes, en cultura y en gastronomía. Siendo además la ciudad de Ávila el lugar natal de la autora, se pretende poner en valor el que es considerado como uno de los principales reclamos turísticos de la zona: su gastronomía.

6 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

1.2. Objetivos

El objetivo principal del presente trabajo de fin de grado es, a través de un proyecto realizado en la modalidad profesional, desarrollar un Blog en todas sus etapas, como son el diseño, la redacción y la fotografía, sobre la gastronomía de Ávila capital y provincia.

Este objetivo inicial se concreta en otros objetivos secundarios:

- Difundir y poner en valor los productos y elaboraciones gastronómicas de la ciudad y de la provincia de Ávila.
- Realizar diferentes tipos de textos informativos tales como entrevistas y reportajes para dotar de contenido al Blog.
- Realizar fotografías para ilustrar cada una de las entradas presentes en el Blog.
- Comprender cuál es la función divulgadora de los medios de comunicación y en este caso, en lo que respecta a lo que se conoce como Patrimonio Cultural y la gastronomía.

1.3. Fundamentos teórico-académicos

1.3.1. Periodismo gastronómico

El periodismo gastronómico es una especialización periodística que puede encuadrarse en el periodismo cultural, pero también, en el periodismo de servicios. La gastronomía constituye un área de especialización del periodismo, entendiéndose por tal, el conjunto de parcelas informativas interrelacionadas por unos mismos contenidos y con unos intereses similares (Estévez y Fernández del Moral, 1999: 15) o, como señala Mar de Fontcuberta (1997: 21), un área de contenido periodístico especializado es la que trata determinadas parcelas de la realidad y construye, por tanto, un temario coherente. La gastronomía constituye una parcela de la realidad que incluye contenidos informativos similares e interrelacionados que constituyen un temario coherente.

Pero por otro lado, esta especialidad periodística también puede considerarse como un bloque de especialización dentro del Periodismo Cultural. Esta técnica ha ejercido y ejerce en la prensa un papel relevante en la difusión y divulgación

⁷ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

de las letras y de las artes, pero también en la divulgación y potenciación de la cultura (Arráez, Jensen y Pascual, 2014: 49). Según Jorge B. Rivera, esta especialidad periodística “se ajustó a lo largo de su desarrollo histórico a dos concepciones básicas de la cultura: la concepción ilustrada de las “bellas letras” y las “bellas artes”, y la que –sobre todo a partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural- lo ampliaba hasta convertirlo en una muestra más abarcativa e integradora” (1995: 15). Para Monjas Eleta fue este autor quien señaló un interesante aspecto del periodismo cultural, su heterogeneidad tanto por el tipo de medios que lo abordan como por la diversidad de géneros y productos informativos que incorpora (2015: 9).

Pero el periodismo gastronómico, también puede ser entendido como un área de especialización del periodismo de servicios porque “responde a las nuevas necesidades del periodismo «doméstico», que busca, sin reparar esfuerzos, tanto la proximidad al lector como la captación del publicitario” (Diezhandino, 1993: 119).

En los últimos años, la gastronomía ha logrado consolidarse como un factor de atracción y una experiencia turística llegando a convertirse en una forma de ocio primordial (Fusté-Forté, 2016: 12); una idea que a día de hoy, en plena era digital, permite que el periodismo gastronómico pueda también ser entendido como un periodismo de consumo al haber encontrado “en la web un excelente canal de transmisión” (Armentia, 2008: 99).

La gastronomía, considerada por el autor Francesc Fusté-Forné como “un símbolo territorial, una muestra tanto de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos con arraigo a un determinado lugar” (2016:6), se ha convertido en una nueva fórmula de comunicación así como de transmisión cultural. Esta razón ha llevado a que, desde la perspectiva periodística, se tome en consideración a la gastronomía como un elemento más de la cultura ya que no sólo traza vínculos con la alimentación, sino que también lo hace con el territorio y con la cultura en general.

Según define la Real Academia Española (2018), la cultura es el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico

8 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”; por otro lado, la misma institución puntualiza también en la idea de lo que se considera como cultura popular, la cual, designa como la agrupación de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo y su sociedad. Si bien la gastronomía es tomada en consideración como un elemento más que forma parte de la cultura, podría decirse, en palabras de Fusté-Forné, que “es una fórmula de comunicación y de transmisión cultural” (2016: 4).

En este sentido, una muestra patente de cómo la gastronomía se ha convertido en una herencia del patrimonio histórico, social y cultural y que por tanto ha de ser preservada, puede encontrarse en la declaración de la Dieta Mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. En el año 2008, países como España, Italia, Grecia o Marruecos promocionaron de manera conjunta ante la UNESCO que esta misma dieta, lograra ser reconocida como un elemento cultural patrimonial ya que si bien sus valores y rasgos hacían de ella algo singular y significativa, se tomaba en consideración que fuera más que un simple sistema culinario (Unesco, 2013).

No obstante, fue en el año 2013 cuando, por primera vez en la historia, se valoró que esta dieta forma parte del legado cultural, histórico, social, territorial y medioambiental y que además, se encuentra vinculada al estilo de vida de los pueblos de la cuenca mediterránea. Este hecho sin duda único en el mundo, ha llevado a que dentro del universo del arte culinario, así como de la prensa cultural, la gastronomía se convirtiera hoy en día no sólo en un factor de atracción o una mera experiencia turística, sino que también se ha convertido en parte del ocio patrimonial.

En la actualidad, cuando se habla de periodismo gastronómico, también se está hablando de un periodismo de servicio o servicios; un tipo de periodismo que “busca en sus inicios cubrir una serie de necesidades concretas de sus lectores fundamentalmente ligadas a una situación de carencia y necesidades” (Armentia y Caminos, 2003: 12).

Este tipo de periodismo, que surge en las últimas décadas del siglo XX, encuentra su definición más clara en la obra de la catedrática española de

⁹ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Periodismo, Pilar Diezhandino, quien lo define como aquella “información que aporta al receptor la posibilidad de efectiva acción/reacción. Aquella información, ofrecida oportunamente, que pretende ser del interés personal del lector oyente-espectador; que no se limita a informar sobre sino para; que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y el alcance de esa utilidad. La información cuya meta deja de ser ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, para ofrecer respuestas y orientación” (1993: 124). Pero por otra parte, Diezhandino también sostiene que esta especialidad periodística, “junto a la innovación tecnológica, la nueva estructura informativa y de distribución de contenidos, y la expansión multimedia, es una de las respuestas de la prensa al reto planteado por los nuevos medios” (1993: 118).

Autores como Alberdi, Armentia, Caminos y Marín recalcan que conforme ha evolucionado la prensa, del mismo modo que también se ha producido una evolución en cuanto a la diversidad de especialidades periodísticas –unido a la idea de que la sociedad ha ido incrementando sus intereses y su avidez de estar informados-, se ha ido produciendo de manera paulatina una vertebración del diario inicial que, si bien antes mostraba su especialización a través de los suplementos, ha dado a luz a un diario y a un periodismo de servicios que ha venido a llenar un espacio donde la prensa tradicional ha dejado de mantener su función (2005: 59). En este sentido:

“Podemos decir pues que nos encontramos en una fase de clara transición caracterizada por el hacer periodístico de los últimos años del siglo XX, un periodismo informativo-interpretativo, que va cediendo terreno a unas nuevas formas periodísticas que no tienen todavía un corpus cerrado, pero que se caracteriza por la atención que presta a las nuevas temáticas, nuevas fuentes, nuevos enfoques, nuevas presentaciones y formas de expresión, todo ello orientado a ofrecer un mayor servicio al lector y que identificamos con el nombre de periodismo de servicios” (Alberdi, Armentia, Caminos y Marín, 2002: 65).

En la actualidad, la prensa ha permitido que ya no sean los individuos quienes deban adaptarse a ella sino que son estos últimos quienes, conforme han ido

¹ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 0 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

evolucionando las nuevas tecnologías y la sociedad, hacen que sea la prensa la que deba adaptarse a ellos; unos consumidores que han dejado de acceder a la información de la manera tradicional.

Es en este nuevo contexto donde surge otra modalidad periodística: el periodismo de consumo. Esta modalidad, en la que se integra el periodismo gastronómico y que viene a ser una variante del periodismo de servicios, tiene su aparición motivada en el hecho de que son varios los autores que han encontrado en el espacio web un nuevo canal de transmisión con el que poder acercarse a la sociedad.

La RAE (2018), define consumo como el “impuesto municipal sobre los comestibles y otros géneros que se introducen en una población para venderlos o consumirlos en ella”; una definición que, unida a la idea de que en un mundo completamente conectado el acto de consumir ha terminado por convertirse en la esencia humana con el cambio de milenio (Cortina, 2002:21), destaca que sean el consumo y la información quienes actúen como dos pilares fundamentales de la sociedad moderna (Troitiño, 2003: 302).

En la actualidad, el concepto de periodismo de consumo se encuentra muy ligado a que la sociedad se encuentra sumergida en una denominada “Era del Acceso” en la que la red, a pasos agigantados, está abriendo el camino para la adquisición de nuevas mercancías y en un espacio en que, incluso logrando anticiparse a los deseos del consumidor, se aceptan consejos de productos no imaginados desde mercados proactivos (Cortina, 2002: 25).

Otros teóricos sostienen que la labor principal de este tipo de periodismo debe ser, no tanto permitir la accesibilidad a los contenidos como facilitar la elección de los mismos:

“El periodismo de y sobre consumo se presenta hoy como una parcela desde la que hacer un gran servicio al ciudadano, de ayudar a construir una realidad social donde el ser humano dirige la actividad que le circunda y no es una marioneta de otros poderes; donde el ser es más importante que el tener y que el parecer; donde la tecnología es un

¹ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico.
¹ Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

instrumento para mejorar la calidad de vida y no un conjunto de utensilios cuya posesión sugiera éxito social” (Rivas Troitiño, 2003: 312).

1.3.2. Evolución del periodismo gastronómico: de los orígenes a la Web 2.0

Lo que se conoce como Periodismo Gastronómico surge en Francia en el siglo XIX. Así lo señalan autores como el periodista Fernando Sánchez Gómez, quien destaca fuera en la Francia revolucionaria donde emerge esta especialidad pero con la vocación didáctica de formar a los anfitriones entre la nueva burguesía napoleónica (2010: 2). Por otro lado, defienden también el origen de este periodismo gastronómico otros autores como el profesor César Aguilera quien, en su obra ‘Historia de la Alimentación Mediterránea’ (1997), afirma que incluso antes de la Revolución francesa, emergen en el país galo los primeros restaurantes como fueran los de Rozé de Chantoiseau en 1766 (1997: 199).

Las cuestiones relacionadas con el arte de la buena mesa, ya fueren protocolarias así como las propiamente gastronómicas, habían estado, desde sus inicios, exclusivamente reservadas para las clases privilegiadas. Sin embargo, no fue hasta la llegada del periodista francés, Grimod de la Reynière, cuando emerge, por primera vez, el concepto de prensa gastronómica:

“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 alimento debían adquirir en cada momento y como agasajar a sus invitados para convertirse de ese modo en los mejores anfitriones del nuevo París” (Sánchez Gómez, 2010: 2).

En España, el auge de la prensa gastronómica no llega hasta el último cuarto del siglo XX en que se produce el paso de la dictadura franquista a la democracia; entonces, la nueva modalidad periodística se desarrollaba con una finalidad didáctica. No obstante, no fue hasta finales de los años 70, donde fueron dos los acontecimientos mediáticos, la I y la II Mesa Redonda de la Gastronomía -ambas organizadas por la revista *Club de Gourmets*-, a raíz de

1 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico.
2 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

los cuales comenzaron a intercambiarse experiencias y conocimientos profesionales en la materia y donde destacaron figuras como Arzak, Subijana y Bocuse. Es en este momento en que los medios de comunicación comenzaron a volcarse con la difusión del movimiento de las nuevas cocinas a través de sus más importantes firmas tales como Rafael Ansón para *ABC* o Gonzalo Sol para *La Vanguardia* (Sánchez Gómez, 2010: 3-4).

Desde entonces, junto a los críticos –destacando la figura del Conde de los Andes, Francisco Moreno de Herrera, que firmaba bajo el pseudónimo de Savarín (Álvarez, 2014)- y las primeras revistas especializadas en gastronomía -como la Guía Repsol, anterior ‘Guía del viajero’ (Castillo, 2017)-, el fenómeno gastronómico ha ido sufriendo de manera paulatina una mediatización sin precedentes. Los medios de comunicación tradicionales –prensa, radio y televisión-, lograron convertirse en el soporte ideal para extender el conocimiento de una nueva especialidad periodística a la sociedad y en este sentido, ha sido la televisión el espacio en que la gastronomía se ha ido consolidando al haber encontrado aquí la posibilidad de emisión de programas que, en la última década, han logrado convertir la comida en un fenómeno más de los medios de comunicación (Fusté-Forné, 2017: 59).

En la actualidad, la llegada de Internet al entorno de la comunicación ha permitido la creación de nuevos espacios trayendo consigo una nueva forma de elaboración de estrategias comunicativas basadas en la bidireccionalidad. Si bien, anteriormente los diarios de papel encontraron en la Red el espacio en el cual volcar los contenidos en sus respectivas ediciones digitales, la llegada de la Web 2.0, y con ello el nacimiento de los primeros espacios web como los Blog, permitieron por ejemplo que textos periodísticos como los del crítico Rafael García Santos del *Diario Vasco*, pudieran tener cabida en el espacio web (Sánchez Gómez, 2010:5).

Al igual que hicieron los medios generalistas, que creaban secciones especializadas en gastronomía dentro de las propias ediciones digitales, múltiples han sido los espacios web especializados en estos espacios de manera íntegra en la materia y donde encontramos:

1 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 3 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

- Blogs integrados en medios de comunicación. En este apartado se pueden encontrar espacios *webblog* como ‘El Comidista’, espacio Blog creado en 2009 por el periodista vizcaíno, Mikel López Iturriaga, que posteriormente pasó a ser una sección más de *El País*; o ‘Gatrocultura’, Blog creado por el presidente de la Real Academia de la Gastronomía española, Rafael Ansón, en colaboración con el diario económico Expansión.
- Blogs dependientes de empresas. En este apartado cabe mencionar a la empresa *Repsol*, donde la nacional *Guía Repsol* abrió el cambio de siglo con el lanzamiento de su página web en el año 2000 (Castillo, 2017); y también la empresa Thermomix con su Blog ‘Thermomix por el mundo’. también, son motivo de mención en este apartado *blogs* como ‘Con el Morro Fino: Blog de gastronomía y restaurantes de Madrid’, que actúa como lanzadera de de proyectos gastronómicos.
- Blogs de cocina. Divididos a su vez en tres tipos: De recetas, donde pueden encontrarse Blogs ilustrados con video-recetas y fotografías como ‘Recetas de ¡Escándalo!’; Informativos, que incorporan crítica de restaurantes y eventos, entre otros asuntos, como es el caso de Blog ‘Con el Morro Fino: Blog de gastronomía y restaurantes de Madrid’; y Especializados, ya fuere en comida vegana, nutricional y/o saludable, como es el caso ‘Danza de Fogones’.

Autores como Roser Torras (2018), destacan que en el momento actual, son “un buen puñado de periodistas dedicados en cuerpo y alma a la cocina y con un conocimiento del sector variado e inmenso”. Sin embargo, viene a ser un tema de discusión cuál va a ser el futuro de esta profesión porque el crítico gastronómico de la prensa tradicional se encuentra ahora con un nuevo competidor: el *gastroblogger*.

Los denominados *influencers* de la nueva generación de la prensa gastronómica y que cuentan además con una propia asociación, *Asociación de Gastrobloggers y Medios online*, han tomado el relevo de figuras profesionales gracias a la proliferación de las redes sociales, pero para Torras (2018): “No es posible ser crítico gastronómico sin conocer de forma directa y al dedillo las cocinas tradicionales, que son la base de todo, ni sin haber comido ni comer

1 Dávila Laborda, B. (2019). *Gastrodeavila*, blog de periodismo gastronómico. 4 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

constantemente en las grandes casas, que son las que marcan las tendencias”. Y apunta a que en la actualidad, son muchos los medios de comunicación los que dejan en manos de becarios sin un criterio profesional esta tarea informativa: “Nos encontramos con lo que está ocurriendo, con periodistas poco formados y con escaso juicio, con becarios sin la formación mínima y más aún, con un alto porcentaje de intrusismo profesional, *bloggers* de medio pelo, *influencers* que se venden por un chupito y caraduras que pretenden comer gratis como periodistas *freelance*” (Torras, 2018).

Por último, si bien en España el interés por la gastronomía ha venido a ser un atractivo relativamente reciente, destacan los casos de éxitos no sólo de los formatos *webblog* y Blog, sino también otros que no obstante quedan fuera del ámbito de actuación del trabajo. Se trata de los formatos televisivos de programas como ‘Karlos Arguiñano en tu cocina’ –actualmente en *Antena 3*- o ‘Torres en la cocina’ –*La 1 de RTVE*-; y realities como ‘Top Chef’ –en *Antena 3* (desde 2013 a 2017)- o *Masterchef* –en antena en *La 1 de RTVE* (desde 2013)-, programa culinario por excelencia que el millón de espectadores de audiencia.

2. Plan de trabajo

El primer paso para la elaboración del presente trabajo final de grado en la modalidad profesional ha sido la tarea documental. Esta labor ha sido fundamental para poder abordar la redacción de muchas de las entradas del Blog del mismo modo que también, ha sido esencial para poder dar forma al marco teórico de la presente memoria.

Desde un inicio se ha intentado que, a medida que se ha ido creando el espacio web, se ha ido profundizando en la búsqueda de información para dotarle de contenido, sin embargo, la publicación de las entradas no ha contado con una regularidad fija. Y en este sentido, cabe señalar además que una de las mayores dificultades ha sido la de conseguir la documentación señalada para algunas de las publicaciones del Blog en tanto que, al no presentar en algunos casos información exacta o detallada al respecto, la herencia recibida gracias al “boca a boca” ha sido también un recurso importante.

¹ Dávila Laborda, B. (2019). *Gastrodeavila*, blog de periodismo gastronómico. 5 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

2.1. Blog Gastrodeavila

El espacio ubicado en la Red, ‘Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico’, puede ser consultado a través del siguiente enlace: <http://gastrodeavila.wordpress.com/> .

Para la creación de este Blog se apostó desde un inicio por el sistema gratuito de WordPress. Este software gratuito ofrece la posibilidad de gestionar contenidos en cualquier tipo de página web; el sistema de publicación de entradas ordenadas por fecha y actualizadas, y la posibilidad de poder marcarlas en distintos tipos de categorías en función de su temática, su diseño visual gracias a una amplia variedad de plantillas sencillas y su estructura, hicieron que esta plataforma se configurara como la más efectiva y dinámica para la elaboración de este trabajo.

A la hora de dar forma al Blog, se tomaron como referencia otras páginas webs referentes al tema de trabajo, como han podido ser la local Ávila Auténtica y la regional Tierra de Sabor; dos espacios albergados en la Red y cuyo contenido se encuentra dispuesto de manera ordenada en función de sus categorías.

De entre las funcionalidades que WordPress ofrecía para la creación de este trabajo destacan que, además de ser fácil de instalar y de personalizar, es una plataforma flexible, versátil, segura y eficiente; permite llegar a todo tipo de públicos que navegan por la red gracias a la promoción –servicio que no se ha utilizado para este trabajo- y a otras herramientas como el posicionamiento SEO, la conexión con el público a través de las redes sociales y una dirección de contacto y a través también de la gestión de comentarios.

En primer lugar, lo primero que se abordó fue el logotipo del Blog. Se quiso realizar una figura sencilla y elegante en la que no predominase el color para conservar su carácter, donde los trazos hicieran gala del lugar en que se ubica y no fuera además predominante. Con el programa ‘Paint’, se escogió diseñar un elemento de la muralla de la ciudad de Ávila siendo además, lo más representativo y característico de la zona: un torreón con sus almenas y merlones.

¹ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 6 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Imagen 5. Logotipo



Fuente: Elaboración propia

Para el diseño del Blog se ha seleccionado la plantilla denominada 'Canapé'. Este viene a ser un tema diseñado por la propia plataforma WordPress para restaurantes y negocios relacionados con la comida que buscan ofrecer un aspecto clásico y elegante. La plantilla ofrece la posibilidad de acompañar las publicaciones con una imagen destacada que ocupa un ancho casi completo de la página, un menú y áreas para colocar los *widgets* que ofrecen un acceso fácil a las funciones más empleadas y dotan de información visual.

Imagen 1. Gastrodeavila, Blog de periodismo gastronómico.



Fuente: Elaboración Propia

1 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 7 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

La plantilla 'Canapé' ofrece también la posibilidad de crear un menú de acuerdo a las preferencias del Blog; en este caso, el menú se ha creado de tal modo que a través de una barra desplegable, se pueda tener acceso a los contenidos ordenados en función de sus categorías:

- Rincón Gastro. En esta primera categoría del menú se va a tener acceso a las publicaciones del Blog que se ordenan en función de su contenido:
 - ¿Tapemos? Espacio en el que se presenta una ruta por la gastronomía de los principales establecimientos, como son los bares de Ávila capital, y un pequeño viaje por algunas zonas de la provincia para mostrar sus alimentos y productos de primera calidad.
 - A bocados con... Un espacio en el que se va a dialogar con algunos de los más destacados expertos abulenses del mundo de la gastronomía.
 - Marca Ávila. En este espacio se presentan los alimentos y productos de primera calidad de zonas de la capital y de la provincia de Ávila.

Imagen 2. Menú desplegable



Fuente: Elaboración propia

- Sello de autor. Del mismo modo que en el mundo de la gastronomía predomina la denominada “cocina de autor”, en esta segunda categoría se quiso hacer un guiño para, en este espacio, abordar una breve explicación de por qué se ha creado el Blog, cuáles son sus finalidades y quién es la autora.

¹ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 8 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Imagen 3. Sello de autor



Rincón Gastro ▾ · Sello de autor · Contacto

GASTRODEÁVILA

SELLO DE AUTOR

Este blog ha sido creado por Beatriz Dávila Laborda, estudiante del grado en Periodismo por la Universidad de Valladolid.

Siendo natural de Ávila, ha creado este Blog con objeto de poner en valor el que es considerado como uno de los principales reclamos turísticos de su tierra: la **gastronomía**.

Periodismo, historia, cultura y gastronomía se aúnan en un único espacio web con el que se va a realizar una ruta por los principales establecimientos, como son los bares de Ávila capital, y un pequeño viaje por zonas de la provincia para mostrar sus alimentos y productos de primera calidad.

Fuente: Elaboración propia

- **Contacto.** WordPress ofrece la posibilidad de interactuar con el público a través de una categoría que les permite conectar con el Blog.

Imagen 4. Contacto



Rincón Gastro ▾ · Sello de autor · Contacto

GASTRODEÁVILA

CONTACTO

Es una página de contacto con información básica y un formulario de contacto.

Nombre (necesario)

Correo electrónico (necesario)

Sitio web

Comentario (necesario)

Fuente: Elaboración propia

¹ Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 9 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

2.2. Cronología del blog

Una vez que estuvo creado el espacio Blog y una vez que se habían definido tanto el diseño, como el formato y su estructura así como también las pestañas de los apartados, las entradas empezaron a incluirse a partir del día 26 de febrero de 2019.

- *Pincho de tortilla a los pies del Molino del Adaja (26/02/2019)*: se trata de un artículo que, a modo de reportaje, marca la base sobre lo que se va a tratar en el Blog.
- *Aperitivos de 'REPERA' (01/03/2019)*: en el establecimiento LAREPRA, se hizo un reportaje sobre uno de los establecimientos más modernos y característicos de Ávila por hacer arroz –paella- los domingos.
- *El Pimentón de Candeleda (07/03/2019)*: con este reportaje se ha querido destacar uno de los productos más característicos del sur de la provincia de Ávila, el pimentón de Candeleda.
- *Una de criollas en la casa de 'La Bruja' (11/03/2019)*: del mismo modo que se recuerdan la paremia y dichos castellanos, este reportaje pone en valor la herencia cultural y gastronómica recibida desde el pasado y conservada en la actualidad.
- *Pide una de "alegría" en la colegiata catedralicia (16/03/2019)*: este reportaje busca reportar a un tiempo pasado en que abulenses y viajeros hacían gala de la ciudad de Ávila. La "alegría" es uno de los alimentos que dan vida a este establecimiento.
- *Bocados de Soles de Gredos (25/03/2019)*: como si de un publireportaje se tratara, se busca poner en valor los dulces de Hoyocasero, municipio de Ávila.
- *Una historia detrás del cremoso de Candeleda (05/04/2019)*: con este reportaje se busca destacar las cualidades de uno de los quesos de cabra más famosos de la provincia de Ávila.
- *Las carrilleras con tinto de Velada (10/04/2019)*: en este reportaje se destaca el entorno privilegiado en que se ubica el Palacio de los Velada. Su cocina pretende recordar un tiempo en que el bullicio y trasiego de las más altas nobles esferas hacían vida de esta hacienda.

² Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 0 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

- *Patatas hechas con mucho “soul”* (15/04/2019): este reportaje destaca la esencia de un establecimiento en que la juventud se amarra con el corazón a la nostalgia de un pasado no vivido pero que mira al futuro con los ojos y la mente abierta a un presente al que se aferran.
- *Auténticas glorias de Ávila* (05/05/2019): la tradición, la dulzura y la ternura de las cosas bien hechas se destacan en este artículo a modo de publireportaje.
- *Judías de El Barco de Ávila con sello IGP* (10/05/2019): el carácter de este artículo viene a ser tanto informativo como formativo en tanto que destaca el potencial del producto estrella de El Barco de Ávila.
- *Los Verdugo, su cocina y su palacio* (19/05/2019): este reportaje destaca la cocina de un establecimiento que cuenta con el privilegio de ubicarse al lado de la Sede de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.
- *Iván, el Top Chef de Ávila* (23/05/2019): el chef abulense Iván Fernández, que fue concursante del programa televisivo de Atresmedia, Top Chef 2013, ha sido el artífice de una cocina moderna y de vanguardia en la provincia de Ávila.
- *Las tapas clásicas de Casa de Postas* (07/06/2019): un reportaje que destaca algunas de las delicias más clásicas de una de las barras de bar más concurridas de Ávila.
- *La Carne de Ávila es IGP* (11/06/2019): con título informativo poco más se puede decir de la carne de la provincia de Ávila.
- *El Gastrobar del Palacio de Sofraga* (17/06/2019): intramuros de la ciudad de Ávila, decenas de palacios han abierto sus puertas al público en los últimos años. Este reportaje destaca la esencia del Palacio Sofraga que gracias a su apuesta gastrobar, nos hace partícipes de un patrimonio que es necesario preservar.

3. Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo de fin de grado, desarrollar un Blog en todas sus etapas como son el diseño, la fotografía y la redacción de los contenidos sobre la gastronomía de Ávila capital y provincia, ha podido desarrollarse correctamente.

² Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico.
¹ Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Cabe señalar que uno de los primeros obstáculos que se han presentado para la elaboración del Blog, ha sido la tarea documental; un hecho que se ha debido a la dificultad de encontrar la información que permitiera dotar de contenido a algunas de las publicaciones del trabajo. No obstante, esa dificultad ha permitido que se pudiera profundizar y disfrutar de una acción informativo-documental que ha hecho que en algunos casos, y por vez primera, una gran parte de la información quedara ubicada y alojada en la Red.

A pesar de las dificultades en lo que respecta a la búsqueda de información, este trabajo ha permitido difundir y poner en valor los productos y elaboraciones gastronómicas de la ciudad y de la provincia de Ávila. Gracias al desarrollo del Blog, se ha dado a conocer un sector para el cual el ejercicio de la prensa es fundamental en cuanto a su popularización y posicionamiento. Las regiones de la provincia de Ávila manifiestan, a través de su gastronomía, su propia identidad cultural; una idea que reafirma que ésta misma deba ser tenida en cuenta como un patrimonio cultural que es preciso trasladar y preservar, y en este sentido, se ha destacado en este trabajo que la transmisión de la herencia cultural gastronómica ha actuado –aún a día hoy-, como una fórmula de comunicación más que permite, de otro modo, potenciar el valor del lugar que se visita.

Las tareas informativa y documental han permitido dotar de contenido las publicaciones del Blog, pero también, el desarrollo de esta función ha permitido dar a conocer cuáles son las labores del periodista o comunicador gastronómico en la actualidad. Las tareas del periodista especializado en gastronomía son varias: ya no es tanto informar como desarrollar una función didáctica para la sociedad; debe adaptarse a las últimas tendencias y desarrollar una actividad valorativa de lo que fueron, de lo que son y de lo que serán; y una actividad persuasiva en tanto que no sólo trata de mostrar las nuevas propensiones gastronómicas sino que también, busca modificar la conducta de la sociedad respecto a ellas.

Por otro lado, la fotografía ha podido estar presente de una manera muy importante en el desarrollo de este trabajo y es que, gracias a la elección de la plataforma WordPress, se ha permitido dotar de contenido fotográfico a las

² Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 2 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

publicaciones del Blog y reafirmar que la imagen es un elemento de gran importancia como apoyo a la información.

En cuanto al desarrollo del último objetivo de este proyecto, se ha podido conocer y comprender cuál es la función divulgadora de los medios de comunicación. La revolución tecnológica ha facilitado el acceso de la sociedad al mundo de la gastronomía con una simple conexión a la Red ya sea a través de un dispositivo móvil, del ordenador o de la *tablet*. Pero también, han sido las nuevas tecnologías las que han abierto a la gastronomía la posibilidad de acercarse a un público que se veía limitado a las columnas de opinión de las revistas y diarios en papel.

En la actualidad, se presentan una infinidad de páginas Web cuya temática gira en torno a la gastronomía. Desde blogs donde se vuelcan recetarios y se recomienda dónde y qué comer, hasta espacios en los principales diarios y revistas que aconsejan sobre nutrición o una alimentación especializada y/o saludable; sin embargo, este trabajo de fin de grado ha permitido conocer que son más bien escasos los espacios que busquen poner en valor lo que representa el atractivo gastronómico y cuál es su beneficio para el lugar en que se encuentran.

4. Bibliografía

Aguilera, C. (1997). *Historia de la Alimentación Mediterránea*. Madrid: Editorial Complutense.

Alberdi, A., Armentia Vizueté, J. I., Caminos, J. M. y Marín, F. (2005). El periodismo de servicios en la prensa digital española. En Gómez y Méndez, J. M. (ED) *Las tecnologías Periodísticas: desde el ayer al mañana* (pp. 56-79). Sociedad Española de Periodística. Recuperado de: <http://fama2.us.es/fco/digicomu/cap5.pdf>

Álvarez, C. (21 de agosto de 2014). El Conde de los Andes y los huevos fritos. ABC. Recuperado de: <https://www.abc.es/estilo/gastronomia/20140821/abci-savarin-huevos-fritos-201408202137.html>

² Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico.
³ Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Armentia Vizuete, J. I. (2008). El periodismo de consumo en la red: las webs especializadas en vinos. En Sabés, F. y Verón J.J. (ed.), *Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica*, Zaragoza, Asociación de Prensa de Aragón, pp. 99-109.

Armentia Vizuete, J. I. y Caminos Marget, J. M. (2003). Los formatos de lectura rápida como seña de identidad visual del diario de servicios. En *DOXA Comunicación. Revista Interdisciplinar de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales. Artículos de Investigación*, pp. 9-34.

Armentia Vizuete, J. I., Caminos, J. M., Elexgaray, J. y Merchán, I. (2000). La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura. En *Zer: Revista de estudios de comunicación*, Nº 8, (2000) pp. 1-16.

Arráez Betancort, R.M., Jensen Casado, E. y Pascual Pérez, C. (2014). Periodismo cultural en la postmodernidad. En *Historia de la Comunicación social*. Nº 19, pp. 49-61. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4897469>

Castells, M. (2008). El Reconocimiento Internacional de la Dieta Mediterránea como Patrimonio Inmaterial: Oportunidades para el Turismo Gastronómico Balear. En *Boletín Gestión Cultural*, nº 17: Gestión del Patrimonio Inmaterial pp. 1-16. Disponible en <http://www.gestioncultural.org/boletin/2008/bgc17-MCastells.pdf>

Castillo, T. (30 de agosto de 2017). Origen e historia de la Guía Repsol y sus soles. En *Bon Viveur*. Recuperado de: <http://www.bonviveur.es/noticias/origen-e-historia-de-la-guia-repsol-y-sus-soles>

Cortina, A. (2002). Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global” en *Taurus. Madrid*. Disponible en <http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cd2/index/assoc/consumca.dir/consumcat0001.pdf>

De Fontcuberta, M, (1997). Propuestas sistemáticas para el análisis y la producción de información periodística especializada” en Esteve Ramírez, F.

2 Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 4 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

(coord.). *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia Fundación Universitaria San Pablo CEU, p. 17-23.

Diezhandino Prieto, M. P. (1993). El «periodismo de servicio», la utilidad en el discurso periodístico. En *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, Nº 15, pp. 117-125. Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/13274804.pdf>

Esteve Ramírez, F. y Fernández del Moral, J. (1999). *Fundamentos de la Información Periodística especializada*. Madrid: Síntesis.

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. En *Dixit*, Nº 24, pp. 4-16. Recuperado de: <http://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1166/1505>

Fusté-Forné, F. (2017). Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century. En *Universitat de Ramon Llull*. Disponible en https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/404567/Tesi_Francesc_Fuste.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Fusté-Forné, F. (2018). Descifrando la información periodística especializada: la gastronomía en la prensa diaria española. En *Observatorio (obs*) Journal*. Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquema, Universidad Ramon Llull, España., pp. 108-121. Disponible en <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1210/pdf>

Medina, F. X. y Solanilla, L. (2013). Patrimonio culinario, institucionalización y medios digitales. En *PH Investigación: revista del IAPH para la investigación del patrimonio cultural*, Nº. 1, pp. 55-75 Recuperado de: <https://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4019>

Monjas Eleta, M. (2015). Medios especializados en cultura en Internet. Una propuesta de clasificación. En *Ogigia: Revista electrónica de estudios hispánicos*. Universidad de Valladolid. Nº 17 pp. 7-21. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6301204>

Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*, 23ª. Ed., (versión 23.2 en línea) Disponible en <http://www.rae.es/> (2018).

² Dávila Laborda, B. (2019). *Gastrodeavila*, blog de periodismo gastronómico. 5 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.

Rivas Troitiño, J. M. (2003). La información de consumo en la restauración del periodismo. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Universidad Complutense de Madrid* pp. 301-314. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0303110301A>

Sánchez Gómez, F. (2010). La función didáctica del periodismo gastronómico en Internet” en Pérez Tornero, J. M. *Alfabetización mediática y culturas digitales*. Universidad del País Vasco, pp. 1-12.

Torras, R. (9 de enero de 2018). ¿Hacia dónde va el periodismo gastronómico? Recuperado de: <https://www.vilaviniteca.es/blog/es/hacia-donde-va-el-periodismo-gastronomico/>

UGT-Agroalimentaria Castilla y León. Consejería de Agricultura y Ganadería. Junta de Castilla y León. (2017). *Estudio de la Industria Agroalimentaria de Castilla y León en los Sectores cárnico, vitivinícola, productos artesanos y precocinados*. Recuperado de: <https://agriculturaganaderia.jcyl.es/web/jcyl/AgriculturaGanaderia/es/Plantilla100DetalleFeed/1246464862173/Publicacion/1284253463125/Redaccion>

Unesco. (2013). La dieta mediterránea. *Chipre, Croacia, España, Grecia, Italia, Marruecos y Portugal. Inscrito en 2013 (8.com) en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/la-dieta-mediterranea-00884>

5. Anexo

El producto periodístico: <https://gastrodeavila.wordpress.com/>.

² Dávila Laborda, B. (2019). Gastrodeavila, blog de periodismo gastronómico. 6 Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2018-2019.