

# THE POWER OF **COMMUNICATION** AND DIGITAL TOOLS



**San Sebastián**  
**Oct / 2023**

**La importancia de explorar el potencial de estrategias digitales de comunicación para conectar paladares diversos, inspirar viajes culinarios memorables y mejorar las experiencias de turismo gastronómico.**

# QUIEN SOY



**Rafael Tonon es un periodista gastronómico brasileño colaborador de Eater, el mayor portal culinario de Estados Unidos.**

**A su vez, ha colaborado para medios de todo el mundo como The Washington Post, Vice, Epicurious y CN Traveler.**

**Desde 2021 coordina el Máster en Periodismo y Comunicación Gastronómica del Basque Culinary Center.**

**Su libro “Las revoluciones de la comida” (Planeta Gastro) repasa la historia de la comida y de lo que comemos desde una mirada inteligente y perspicaz.**

# CONTEXTO



**La comida se ha convertido en una cuestión esencial a la hora de contar nuestra historia en el mundo: las narrativas en torno a la mesa nos han llevado a crear distintas historias sobre cómo comemos.**

**La manera como nos comunicamos cambia nuestros hábitos y incluso nuestra dieta.**

# CONTEXTO



**La manera en que hablamos de comida ha cambiado mucho con la Internet, dando voz a nuevos personajes: influencers, foodies, redes sociales.**

**Las redes sociales han transformado la comunicación del escenario gastronómico en su sentido más global.**

# CONTEXTO



**Comida como estatus: los restaurantes ya no son solo una ocasión, pero sino un plan.**

**La gente habla más de las comidas que tuvieron que de las exhibiciones de arte que vieron.**

# CONTEXTO



**El turismo gastronómico nunca ha sido tan popular: la gente viaja en función de lo que quiere comer.**

**En lugar de coger el coche, toman un vuelo.**

# CONTEXTO



**Foodismo: la década de 2000 hubo una especie de cambio, en el que “los comedores se llenaron de comensales cada vez más bien informados y obsesionados con la comida”**

**Una repentina obsesión que algunas personas empezaron a tener por la comida y los restaurantes: coleccionar restaurantes. Cuanto más lejos, mejor.**



# NUEVAS NARRATIVAS

**Muchos países/regiones han despertado al poder de la gastronomía como factor de atracción de turistas y como motor económico.**

**Sobre todo, para ostentar sus valores culturales e identitarios al mundo. ¡LA COMIDA ES CULTURA!**



# NUEVAS NARRATIVAS

**Los chefs viajan y traen con ellos muchas referencias para sus restaurantes y cocinas — se convierten en “embajadores”**



# NUEVAS NARRATIVAS

**Y ahora hasta los restaurantes viajan**



# NUEVAS NARRATIVAS

**Y nosotros viajamos sin necesitar salir de nuestras casas**



# NUEVAS NARRATIVAS

La gastronomía como “viralización”— efecto TikTok



*“Las historias se han convertido  
en el sexto sabor”*

**Andoni Luis Aduriz, Mugaritz**

# LA NARRATIVA A TRAVÉS DE LA COMIDA

**Comer es una de las pocas cosas en la vida que abarca todos los sentidos**



- **Nunca se trata (sólo) de la comida: escribimos sobre toda la experiencia.**
- **Intenta ir más allá del sabor, centrándote en los detalles visuales y sensoriales.**
- **Sensorial -> sensación -> emoción.**
- **Llevar gente a la mesa (mercado/comida callejera): haz que sienta contigo, vea contigo, pruebe contigo**

# LA NARRATIVA A TRAVÉS DE LA COMIDA

**Hablar de comida es hablar de personas  
(De manos a manos – del granjero al camarero que nos atiende)**



- **Busque un punto de vista original: cuente lo que la gente ya puede saber pero de una manera creativa.**
- **En mi caso, no sólo la forma en la que escribo sino sobre todo a quién decido escuchar / mostrar.**
- **Como storyteller, soy un gatekeeper y necesito elegir a quién abrirle la puerta.**
- **Sentido de responsabilidad: trasladamos realidades.**



# LA NARRATIVA A TRAVÉS DE LA COMIDA

**Cuanto más real, mejor**



- **La gente quiere historias reales con las que puedan conectarse.**
- **Mostrar detrás de escena: método de preparación, origen, el trabajo que implica elaborar un producto.**
- **Elige siempre lo único, lo exclusivo: ¿qué tengo solo yo para mostrar/ofrecer?**



**Eskerik Asko**  
**Muchas Gracias**  
**Thank You**

**@tononrafa**  
**tonon.rafa@gmail.com**