



👉 [<http://bit.ly/1SX7KwK>]

13 de diciembre de 2015

“Está de moda ir a un restaurante y fotografiar lo que se come”



En los últimos años los espectadores españoles se han aficionado a la gastronomía. Programas como Masterchef o Top Chef han arrasado consiguiendo una audiencia de más de 3 millones de espectadores en los últimos programas. cuv3 ha hablado con una experta en comunicación gastronómica, **Isabel Aires**, que ha dado su opinión sobre este boom televisivo. Es directora de **Aires News**, una de las agencias de comunicación gastronómica de más peso en España.

“Las redes sociales hacen que cualquiera se crea preparado para dar opiniones”

P: ¿Es difícil encargarse de la comunicación en el mundo de la gastronomía?

R: Dentro del sector de la comunicación el mundo gastronómico es gustoso, sabroso, muy dinámico y agradecido respecto al trato con los medios de comunicación. Obviamente toda labor tiene siempre su dificultad, la nuestra en estos momentos es el intrusismo de agentes que se creen auténticos críticos gastronómicos. Las facilidades que dan Internet o las redes sociales hacen que cualquiera se crea preparado para dar opiniones acerca de un restaurante o producto.

P: ¿Cómo nace la idea de montar una agencia de comunicación gastronómica?

R: La verdad es que lo llevo en la sangre. Desde pequeña me he empapado de la gastronomía, la he vivido con pasión gracias a mi padre que era crítico gastronómico de la ‘vieja escuela’ y fue además Premio Nacional de Gastronomía. Después de haber trabajado en otra agencia de comunicación dedicada a gastronomía y debido a la pasión que yo tenía por este sector, me decidí a dar el salto en 2005, un año en que todavía no existían muchas agencias gastronómicas.

P: ¿Ha cambiado el interés de la gente por el mundo de la cocina?

R: Pues sí, la gastronomía está de moda. Está de moda ir a un restaurante y fotografiar todo lo que se come o se ve y compartirlo en las redes sociales. Incluso la crisis ha hecho que aumente. El ser humano cuando siente estrés por la situación de sus país, de su propia familia y demás, creo que necesita desconectar para llevar con más optimismo el día a día, y una de las formas ha sido saliendo y haciendo que cada visita a un local fuera especial. Luego han llegado las páginas web de descuentos tipo El Tenedor, que han hecho que la gente salga más aún o incluso hacer cenas en casa copiando recetas de Youtube.

El boom de Masterchef

P: ¿Tienen los shows de televisión como Masterchef algo que ver?

R: Lo que sale en la tele se pone de moda. Hoy en día todos queremos ser un masterchef. A la gente de la calle le gusta este tipo de programas.

P: ¿Es positivo que aparezcan más programas de este tipo en televisión?

R: Yo no soy fan de este tipo de programas porque está casi todo preparado. Los chef (muchos de ellos amigos míos desde hace tiempo) se han vuelto mediáticos y además me parece que está habiendo una excesiva proliferación de este tipo de formatos televisivos. Al final en España pasa siempre igual, cuando algo se pone de moda, es un boom que termina estallando.

“Prefiero ir a un restaurante, ver cocinar en directo y vivir la experiencia”

P: ¿Cuál es el atractivo de dichos programas?

R: Personalmente yo prefiero ir a un restaurante y ver cocinar en directo, vivir la experiencia por su decoración, su puesta en escena o la explosión de sabores de algunos platos sorprendentes. Pero, como todo reality, al público lo que les gusta es saber quién va a pasar, quién va a hacerlo mejor y apostar por un candidato. Además si al espectador le gusta la cocina es perfecto para ir desde casa creando su propia receta o pensar como haría él los platos.

P: ¿Enriquece a la audiencia desde el punto de vista gastronómico?

R: Enriquece desde el punto de vista de que la gastronomía nunca ha estado tan cerca del espectador. Los presentadores de estos programas son ídolos, todo el mundo los conoce, llenan páginas de revistas, anuncios o productos patrocinados, y eso siempre será bueno.
