



La cobertura de *El País* y *The New York Times* de la cocina fusión asiática desde una perspectiva intercultural

Júlia Le Bugnion

Lorena Gómez  
Trabajo de Fin de Grado  
24.05.2024

Facultad de Comunicación, Universidad Pompeu Fabra

## ***Resumen***

La gastronomía ha ganado relevancia progresiva en los medios de comunicación y ha adoptado un rol democratizador de la comida informando sobre las tendencias y las cocinas de otras culturas. Esto supone un reto para el periodismo gastronómico occidental, ante el peligro de caer en una narrativa etnocéntrica. El presente trabajo analiza la cobertura de la cocina fusión asiática de los diarios *El País* y *The New York Times*, con un enfoque comparativo, con el objetivo de determinar si el discurso entre los años 2018 y 2024 se adecua a la comunicación intercultural. Para ello, se ha examinado una muestra con la herramienta del análisis de contenido, prestando atención a los temas más recurrentes, a los elementos de titulación, a los términos para describir la cocina asiática y a la presencia del concepto Occidente y Oriente. Los resultados revelan que el tratamiento es etnocéntrico en las dos cabeceras.

### **Palabras clave:**

Cocina fusión asiática, comunicación intercultural, periodismo gastronómico, etnocentrismo, Occidente y Oriente

## ***Abstract***

Gastronomy has gained progressive relevance in the media and has adopted a democratizing role on food by reporting on trends and cuisines from other cultures. This poses a challenge for Western food journalism, in the face of the danger of falling into an ethnocentric narrative. This paper analyses the coverage of Asian fusion cuisine by the newspapers *El País* and *The New York Times*, with a comparative approach, with the aim of determining whether the discourse between 2018 and 2024 is appropriate for intercultural communication. To this end, a sample has been examined with the content analysis tool, paying attention to the most recurrent themes, the titling elements, the terms to describe Asian cuisine and the presence of the concept of West and East. The results reveal that the treatment is ethnocentric in both newspapers.

### **Key Words:**

Asian fusion cuisine, intercultural communication, food journalism, ethnocentrism, west and east

# ÍNDICE

Resumen.....	2
Abstract .....	2
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
1. Introducción y objetivos .....	6
1.1.Preguntas de investigación .....	7
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
2. Conceptos de los Estudios Culturales .....	12
2.1. Globalización .....	12
2.2. Cultura.....	12
2.3. Alteridad.....	13
2.4. Interculturalidad .....	14
2.5. Comunicación intercultural .....	14
2.6. Identidad cultural.....	15
2.7. Orientalismo y la otredad mediática.....	16
2.8. Etnocentrismo y eurocentrismo.....	16
3. La cocina fusión.....	18
3.1. Gastronomía fusión y Asia .....	18
3.2. Orígenes y evolución histórica.....	19
3.3. Historia y evolución del periodismo gastronómico.....	20
3.5. Antecedentes de la investigación .....	21
<b>ESTUDIO PRÁCTICO .....</b>	<b>23</b>
4. Metodología .....	24
4.1 La herramienta del análisis de contenido .....	24
4.2 Elección de la muestra.....	25
4.3. El sistema de codificación.....	29

5. Resultados .....	35
6. Discusión de los resultados .....	45
<b>Conclusión.....</b>	<b>51</b>
Conclusión .....	52
<b>Limitaciones y líneas futuras .....</b>	<b>54</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>56</b>
Bibliografía .....	57

## **INTRODUCCIÓN**

*«La comida es seguridad nacional.  
La comida es economía. Es empleo, energía, historia.  
La comida lo es todo»*

**Chef José Andrés**

## 1. Introducción y objetivos

Comer lo es casi todo para el ser humano. Conformar el instinto básico de cualquier animal para sobrevivir. Pero, en tanto que el ser humano es social por naturaleza, a lo largo de la evolución de la humanidad, el recurso de alimentarse adoptó otro significado, convirtiéndose en un acto capaz de generar relaciones entre convivientes. Así, comer evolucionó de ser solamente una necesidad primaria a ser un pilar esencial para la construcción de las identidades de las sociedades y las culturas.

Sims afirma que «la gastronomía y la herencia culinaria definen quienes somos, nuestra identidad, tradiciones y estilos de vida» (citado en Fusté-Forné 18). Así, «los alimentos, la cocina y la gastronomía son una parte significativa de la herencia de las sociedades», que se transmite a través de «productos, platos, formas de consumir, eventos y el turismo».

La inquietud de expandir el acto de cocinar y comer de lo particular para tratarlo como un tema de interés general dio fruto al periodismo gastronómico. Primero, tenía escaso prestigio y se incluía como un subtema en las secciones de ocio o de estilo de vida. Pero, progresivamente fue ganando prestigio y relevancia. A lo largo de los años ha quedado patente el importantísimo rol de la prensa para democratizar la comida e influir sobre las decisiones de las personas alrededor de la comida y en sus estilos de vida (Fusté-Forné y Masip 136).

Me considero una apasionada de la gastronomía y me entusiasma todo lo relacionado con el comer. Me entusiasma probar platos nuevos y enriquecer mi memoria culinaria degustando elaboraciones de culturas diferentes. Creo que es una oportunidad maravillosa el que, hoy en día, gracias a los constantes movimientos migratorios, tengamos a nuestro alcance la posibilidad de probar alimentos de tantísimos países. Así, tuve claro desde un principio que quería dedicar este Trabajo de Fin de Grado a estudiar algún aspecto relacionado con la comida y relacionarla con algún aspecto social.

Personalmente, la cultura asiática me afecta directamente, pues soy adoptada de China, y la integración cultural es para mí un aspecto de suma relevancia. Así, planteando el tema de investigación, hallé un reportaje en *The New York Times* de Ligaya Mishan, «Asian-American Cuisine's Rise, and Triumph», que me despertó mucha curiosidad e interés. En este artículo, la periodista de origen asiático expone el fenómeno de la otredad, a partir de la experiencia de los cocineros que emigraron de países asiáticos a Estados Unidos. Mishan detalla además cuán complicada y difícil es la integración en la sociedad estadounidense para las personas

procedentes de Asia y cómo ello afecta a los restauradores y a la propuesta gastronómica que ofrecen posteriormente. Y, plantea la polémica que surge alrededor del concepto de cocina fusión y el debate en el sector sobre la apropiación o rechazo a este término por sus connotaciones racistas.

La cocina fusión es la mezcla de dos o más elaboraciones de culturas distintas , por lo que existen tantas tipologías como cocinas existentes (Barcelona Culinary Hub). Esta tendencia nació como consecuencia del colonialismo europeo, en el que entraron en contacto productos autóctonos con los exportados por los países colonizadores (Janer, «(In)edible Nature: New World Food and Coloniality» 396), dando lugar a sabores y texturas únicas.

El periodismo actual sigue reflejando en muchos casos dinámicas de poder, de falta de respeto y tolerancia a las culturas y a grupos sociales que, históricamente han sido colonizados. Por lo que, este objeto de estudio, en el que se aúnan las relaciones entre las culturas resulta aún más susceptible de sufrir una mirada etnocéntrica y eurocéntrica en los medios de comunicación. La narrativa que construyen los medios de comunicación con mayor difusión alrededor de las culturas o los migrantes tiene un impacto social extraordinario. Repercute sobre las percepciones de las sociedades sobre los demás y puede ser capaz de provocar una actitud generalizada de rechazo hacia un grupo social concreto (Rodrigo, «La comunicación intercultural» 11).

Así, el trabajo tiene como propósito abordar esta cuestión de suma actualidad, explorando cómo es la cobertura de la cocina fusión asiática dos de los periódicos de habla española e inglesa con más reputación y relevancia en el mundo (SCImago Media 2024). Para ello se analizará una muestra y se prestará atención a los temas más recurrentes, el tipo de texto, los adjetivos más utilizados.

### ***1.1.Preguntas de investigación***

Para responder a dichos objetivos, cada una de las cabeceras sobre la cocina fusión asiática y establecer una comparativa entre los dos diarios. El análisis cuantitativo ha abordado la pregunta sobre los temas más populares de estos artículos y el cualitativo ha permitido dar respuesta a cómo se elaboran estos textos y su contenido.

Así, las preguntas de investigación que vertebran este trabajo son las siguientes:

- **¿Cómo es la cobertura de *El País* y *The New York Times* sobre la cocina fusión asiática?**
- **¿Siguen un estilo de redacción basado en la comunicación intercultural, en tanto que es un tema susceptible a la racialización y al orientalismo o no?**
- **¿Influye la nacionalidad y raíces culturales de los autores en el grado de perspectiva intercultural?**
- **¿Se da la misma relevancia a este tema en las dos cabeceras durante el período elegido?**

Para dar respuesta a las preguntas se han analizado una muestra de artículos de *El País* y *The New York Times* entre los años 2018 y 2024. Y, para realizar el estudio práctico se ha usado la herramienta de análisis de contenido. Esta técnica surgió, precisamente, para estudiar los medios de comunicación de masas de manera sistemática y objetiva, desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo.

La selección de los artículos se ha realizado mediante la base de datos ProQuest Central para *The New York Times*. Mientras que, para *El País* se ha combinado esta herramienta de búsqueda y la manual, en la sección de ‘Cocina oriental’ de la versión digital del periódico, para poder realizar una comparativa equitativa entre las dos cabeceras.

De *El País* solo se han recogido los artículos de la versión editada en España, y no la de Argentina a fin de evitar incluir una tercera sociedad en la muestra comparativa.

Sobre el periodismo gastronómico en la prensa escrita y digital existen múltiples trabajos dedicados a analizar cómo es la cobertura informativa de esta temática (Fusté-Forné, «Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century»; Fusté Forné y Masip, «Reading about Gastronomy—An approach to Food Contents in New York City’s Newspapers»). Igualmente, hay muchos académicos que han abordado el tratamiento mediático de la comida asiática y las identidades de las personas originarias de este continente y migradas a países occidentales, como Riel («Consuming Culture: Negotiating Asian Canadian Identities Through Food Culture and Art» 8-10). También, existe trabajo sobre el valor y significado de los ingredientes procedentes de diferentes culturas en las sociedades y las reacciones que generan para quienes los desconocen (Parasecoli «Savoring Semiotics: Food in Intercultural Communication» 646).



Los medios de comunicación de masas tienen un impacto, a la par que responsabilidad, en la construcción de las autopercepciones –de los migrantes de origen asiático, en este caso– y en las percepciones y actitudes de la sociedad. Sin embargo, hay una laguna en el estudio de la cobertura de la cocina fusión asiática, y que sea crítica con el discurso mediático. Por ello, las preguntas de investigación y el consecuente análisis de contenido persiguen arrojar más información sobre esta cuestión.

El trabajo que más se aproxima a este Trabajo de Fin de Grado es la tesis doctoral de Fusté-Forné («Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century» 2017). Su investigación consiste en una comparativa entre la cobertura periodística sobre la gastronomía entre la prensa española y la estadounidense, a través del análisis de diferentes cabeceras. La metodología que utiliza es la del análisis de contenido. Sin embargo, no se centra en ningún tipo de cocina concreta ni los criterios cuantitativos y cualitativos que tiene en consideración tienen en cuenta la comunicación intercultural.

La interculturalidad y las relaciones postcoloniales son un objeto de estudio primordial para la antropología y sociología y los Estudios Culturales y este trabajo tiene en cuenta la complejidad y grandes dimensiones sobre esta cuestión.

Los medios de comunicación elegidos forman parte del sistema cultural en el que aún continúa habiendo vestigios de colonialismo, ocurre en un entorno en el que el racismo, la falta de tolerancia hacia la pluralidad cultural y los ataques hacia la comunidad asiática siguen siendo chacras sociales,. Es por este motivo que el presente trabajo no pretende hallar un modelo de comunicación intercultural perfecto, sino que, más bien, parte de la consciencia de que no existe, y que aún hay un largo recorrido para acercarse a este. Lo que pretende es establecer una comparativa entre dos de las cabeceras más representativas en el mundo del periodismo para analizar y comprender desde qué perspectiva comunican, por qué es así y realizar un acercamiento a la manera en la que se divulga sobre este aspecto.

La elaboración de este trabajo se ha basado en el libro de Miquel Rodrigo-Alsina «La Comunicación Intercultural» (1999), para establecer el marco de los conceptos de los Estudios Culturales. El «Diccionario de Relaciones Interculturales» (Barañano et al. 2007) también ha resultado de mucha utilidad para concretar los conceptos de los Estudios Culturales que han servido como variables del análisis de contenido.

El trabajo de Fusté-Forné y Masip («Descifrando La Información Periodística Especializada: La Gastronomía En La Prensa Diaria Española» 2019), el artículo de Zilkia Janer en «(In)edible Nature: New World Food and Coloniality» también han resultado valiosos para generar el contexto necesario para elaborar el estudio práctico, en el que la tesis Fusté-Forné (2017) ha resultado un referente.

Este trabajo se estructura en tres capítulos. En el primero de ellos se definen los conceptos que tienen protagonismo en el estudio práctico, como el etnocentrismo, la otredad, la comunicación intercultural, la cocina fusión y el periodismo gastronómico. En el segundo apartado, se explica la metodología, se sintetizan los resultados obtenidos y se exponen las interpretaciones de estos. Y, en el tercer capítulo se presentan las conclusiones y las limitaciones y líneas futuras.

#### **Nota sobre la inclusividad de género**

En este trabajo, no se han hecho distinciones de género para el análisis de contenido, sino que se ha centrado su investigación en identificar los rasgos de la cobertura periodística desde una perspectiva lo más intercultural posible y profundizar sobre cuál es la narrativa que se construye. En la redacción, se asume el uso de los términos masculinos como colectivos y se especifica eventualmente el género sólo cuando el análisis lo requiere.

#### **Nota sobre la escritura de los números**

Los números del cero al quince se han escrito en letras y, a partir del 16, en números, para facilitar la legibilidad.

#### **Nota sobre el estilo de referencia**

El sistema de referencias para elaborar la bibliografía utilizado ha sido el MLA 9th Edition, recomendado para los trabajos académicos del ámbito de la comunicación y las ciencias sociales.

## **MARCO TEÓRICO**

## **2. Conceptos de los Estudios Culturales**

El presente trabajo de investigación se sitúa en la perspectiva teórica de los Estudios Culturales desde donde se abordan, de manera transdisciplinar, fenómenos comunicativos contemporáneos como el que nos ocupa, esto es, la cobertura y el tratamiento periodístico de la cocina fusión asiática desde una perspectiva intercultural. Al construir este marco teórico, no se pretende hacer un repaso exhaustivo de los conceptos y las aportaciones en torno a la comunicación intercultural, pues no es el objetivo que persigue este trabajo. Pero sí que se pondrá especial énfasis aquí a aquellos conceptos cuya complejidad requiere una previa definición para comprender de qué modo se aplican. Y que, servirán posteriormente, como criterios para el análisis de contenido y como variables a tener en cuenta en la interpretación de los resultados del caso práctico.

### ***2.1. Globalización***

En primer lugar, es preciso comprender el contexto en el que sucede el fenómeno de la interculturalidad. El concepto de globalización hace referencia a la interdependencia de las economías, culturas y habitantes del mundo, como resultado de las relaciones de intercambio entre países. Sobre todo, de servicios, tecnología e inversiones, y de la circulación de las personas e informaciones transfronterizas, si se aplica este concepto a la época actual, tal y como explica Melina Kolb («What Is Globalization?» 1). Estos contactos tienen efectos con connotaciones políticas que generan ventajas, pero también perjudican a algunos grupos sociales.

Sin embargo, esta «conectividad transplanetaria» (Aart, «Defining Globalisation» 1471) ha ido sucediendo a lo largo de la historia de la humanidad, desde hace siglos. La ruta de la seda que unía China con los países europeos fue una de las primeras vías de conexión a través de las relaciones económicas (National Geographic, «Globalization»). Este auge de contactos entre realidades distintas vivió su apogeo durante la Época Moderna y el colonialismo, época en la que los europeos tomaron consciencia de la existencia de un «otro», concepto que se explicará más adelante.

### ***2.2. Cultura***

Existe una gran diversidad de concepciones sobre qué es la cultura. En «Diccionario de relaciones interculturales: diversidad y globalización» presentan la definición del antropólogo

inglés Edward Burnett Tylor quien afirma que abarca el saber, las creencias, los hábitos, el arte, la moral y cualquier otra habilidad lograda por el ser humano en tanto que parte de la sociedad (Barañano et al. 47). Esta cultura no es lineal ni fija, sino que es un fenómeno que, según esta concepción, evoluciona, a pesar de que en este desarrollo surjan evocaciones del pasado. La visión de Boas (citado en *ídem*) es que la cultura comprende las expresiones de las tradiciones sociales de un grupo y las respuestas de los miembros de estas comunidades influenciadas por estas, y los frutos de las dinámicas de los individuos afectadas también por las costumbres sociales.

En cualquier caso, los autores de esta obra defienden que el denominador común en la amplia variedad de definiciones es que la cultura juega un papel clave en las formas de pensar y de actuar de los actores sociales (*ibidem* 49).

### **2.3. Alteridad**

El cuestionamiento sobre el otro y el plantearse cuánto llegar a saberse sobre las personas de culturas distintas, así el cómo relacionarse con dicha diferencia nació en la antigüedad y la filosofía. Se desarrolló de la mano de la colonización con la toma de conciencia de que existían estilos de vida y formas de pensar diferentes a la propia, hasta consolidarse hoy en día debido al fenómeno de la globalización (*ibidem* 29). Es así como se define el término de la alteridad, el entrar en contacto y experimentar «la diferencia y lo extraño», es decir «la otredad» (*ídem*).

Son estas variaciones y la gestión etnocéntrica de los individuos hacia estas diferencias las que han generado las dificultades para respetar y comprender al otro y su manera de pensar, sentir y vivir. Estos conflictos no se dan en casos aislados, sino que tienen un origen colectivo y estructural. Barañano *et al.* explican esta complejidad:

Lo propio y lo extraño son más que resultados de elecciones individuales diversas, producto de historias sociales paralelas, instituciones y reglas que forman a los individuos para pertenecer y actuar en una sociedad específica, y, por tanto, para ver como raros a los demás y tener problemas para encontrarse con ellos. (29)

En el marco de estas relaciones con el otro se dan los fenómenos de etnocentrismo, podemos plantear la interculturalidad.

## ***2.4. Interculturalidad***

Antes de abordar la comunicación intercultural resulta imperativo definir primero qué se entiende por interculturalidad,

El Glosario de la Diversidad Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México lo define de este modo:

Proyecto político que busca la simetría entre los miembros de una sociedad multicultural, basada en el diálogo igualitario y en el control cultural autónomo de sus partes. Esta propuesta de política cultural tiene como objetivo romper con la lógica de asimetría en las relaciones interculturales. Sus fundamentos filosóficos apelan a un ambiente de diversidad de elementos culturales entre dos a más culturas, que tengan la capacidad de dialogar, en una relación de equidad, de dignidad y de enriquecimiento mutuo.

Según Miquel Rodrigo (1999), experto en Teorías de la Comunicación, la interculturalidad es el resultado de la globalización, de estar en contacto y familiarizarse con conocimientos de otros países, lenguas y culturas. Y, añade como apunte, que se diferencia de la pluriculturalidad, que es la circunstancia de que haya diversas culturas en un entorno (72).

## ***2.5. Comunicación intercultural***

Rodrigo define la comunicación intercultural como «la comunicación interpersonal entre pueblos con diferentes sistemas socioculturales» (*ibidem* 27).

Para Rodrigo (1999) este tipo de comunicación exige establecer una actitud de apertura para conocer otras culturas, desde la curiosidad y el no-juicio, con la intención de aprender de ellas. Y, por tanto, de desprenderse de la actitud de superioridad y de imposición colonialista, de querer «modificar las culturas no dominantes para hacerlas lo más próximas posibles a las dominadoras» (*ibidem* 78) o de aquellos acercamientos en los que, en primera instancia parece haber un interés, pero en realidad, subyace la intención de compararse para devaluar a los demás y terminar reclusándose en las formas de pensar con las que uno se identifica (Rodrigo 78).

Es por ello, que este acercamiento requiere tomar responsabilidad cultural y social hacia la propia cultura, es decir, de cuestionarse su propia identidad cultural y de los valores que la

conforman. En concreto, según este teórico de la comunicación, esto es necesario en el lenguaje, dado que contiene muy a menudo expresiones estereotipadas y discriminatorias que se han usado históricamente para definir una realidad. A través del habla, las naciones han «deshumanizado» a otras poblaciones, con el objetivo de crear un mensaje consensuado en su contra (*ídem*), que ha hecho mella de manera profunda en los universos de las culturas.

Rodrigo reivindica la importancia de la forma en la que se transmite esta información y cómo se representa la diversidad cultural, capaces de crear efectos sociales a grande escala y son lo que terminan dando forma a las representaciones sobre la realidad que hacen los países. De este modo, si dicha comunicación se produce desde una perspectiva que intencionadamente resalta los aspectos más extremos o criticables o desde una posición donde no existe el cuestionamiento o el sentido crítico, ello puede llegar a generar un «efecto de rechazo» a una cultura (*ibidem* 13).

El periodismo cultural es una especialización que debe gestionar especialmente estas vicisitudes y en esta misma obra, el autor trata de responder a cómo debería ser una comunicación intercultural. Para este experto, se debe huir de un tono paternalista y de victimismo (*ibidem* 80) y de asimilacionismo.

Estos términos se tendrán en cuenta en el análisis de contenido, y por su relevancia en esta investigación se hablará de ellas con más detalle más adelante.

## ***2.6. Identidad cultural***

Teniendo en cuenta que este trabajo analizará las variables y datos teniendo presente la interculturalidad, se considera de hecho definir la identidad cultural desde esta perspectiva.

Así, desde este punto de vista, la identidad se construye a partir de la evolución de la humanidad, de los sucesos históricos, de la política y las decisiones económicas y del contacto repetitivo con otros actores en el contexto social (*ibidem* 51).

Aquí, cabe definir también el asimilacionismo, pues incide directamente sobre la libertad identitaria de las personas y el respeto a la diversidad cultural. El asimilacionismo nace en la época colonial en la que los ocupantes pretendían absorber la cultura de la potencia colonizada, subyugándola a la suya propia hasta hacerla desaparecer. Este concepto se volverá a mencionar más adelante, en la explicación sobre los orígenes de la cocina fusión.

## ***2.7. Orientalismo y la otredad mediática***

El orientalismo es el concepto de Este (referido a Asia) desde la perspectiva dicotómica que lo sitúa en una posición de inferioridad en comparación al Oeste (Lertromyanant 2023).

El diccionario de Cambridge añade que se trata de los prejuicios occidentales sobre los países de Oriente Medio y del Este, en concreto sobre las sociedades y estilos de vida, considerados «misteriosos» o anticuados. Y que, además, requieren del apoyo de los países de Occidente para desarrollarse.

La otredad mediática está definida en términos etnocéntricos en «Western-Led Press Coverage of Mainland China and Vietnam during the SARS Crisis: Reassessing the Concept of ‘Media Representation of the Other’», pero de su concepción se desprende que consiste en el fenómeno por el cual los medios de comunicación occidentales crean una narrativa distorsionada y negativa de los países denominados ‘subdesarrollados’ o de los que han sido gobernados por ideologías antagonistas como la comunista (Huang y Chi Mei Leung 302).

## ***2.8. Etnocentrismo y eurocentrismo***

El Diccionario de la Lengua Española define el etnocentrismo como la «tendencia emocional que hace de la cultura propia el criterio exclusivo para interpretar los comportamientos de otros grupos, razas o sociedades». Se trata de un concepto propio de la antropología y la sociología y que si se analiza etimológicamente se desprende ‘etno’, el grupo cultural del que cada uno forma parte y ‘centrismo’, como la perspectiva desde el que se emiten los juicios (Rodrigo 81).

Así, las valoraciones que se hacen desde este punto de vista parten de la creencia de que el propio grupo cultural constituye el ejemplo de lo adecuado, en comparación a aquello que es distinto, que se considera de menor categoría, como algo «exótico» o «inadmisible» (*ídem*). Se parte de un deseo de universalizar la humanidad, particularizándola a las propias formas de pensar y ver la vida.

Aun así, es importante recordar que el etnocentrismo es siempre en relación al otro, aunque lo sitúe en una posición inferior, precisamente porque se compara con este (*ídem*). De allí se desprende el eurocentrismo, la universalización a partir de los valores europeos –que beben de la histórica dominación–. Y, esta creencia de superioridad cultural se manifiesta en el lenguaje a través de los prejuicios.



### 2.8.1. El etnocentrismo en la prensa

La perspectiva etnocéntrica resulta incompatible con la comunicación intercultural, por consiguiente, dado que rechaza cualquier punto de vista distinto al propio. Ello tiene consecuencias en el lenguaje y en los medios de masas, se difunde y se propaga a gran escala.

Estrella Israel (4) acuña el término de ruido intercultural para referirse a este hecho, como «las distorsiones que se producen en la representación informativa de los otros, es decir en la construcción informativa de la diferencia».

Una de las expresiones más claras con el que se expresa esta distorsión en la comunicación cultural es a través de los prejuicios, que son inclinaciones nocivas hacia grupos sociales estereotipados (Rodrigo 82). Los prejuicios nacen del presupuesto que el grupo cultural al que se pertenece es mejor que el de los demás, por lo que se considera «moral y culturalmente más valiosa» (*ídem*). Esta perspectiva se construye además desde la falta de conocimiento de aquél que es juzgado, donde esta laguna se resuelva a través del uso de estereotipos.

Si se tiene en cuenta la definición que hace Rodrigo (64) sobre los estereotipos y que se tendrá en cuenta para el análisis de contenido, estos se entienden como las simplificaciones que se hacen sobre hechos y que forman parte del colectivo imaginario de una cultura. La formación de estereotipos se da, entre otros motivos, para organizar de manera simplista y superficial aquello que se desconoce sobre los grupos sociales, de forma negativa.

En el estilo y lenguaje de los medios de comunicación, esta estereotipación se manifiesta a través de un tono de infantilización o ridiculización. A menudo, también en un sentido de incredulidad o asombro, en el que subyace la creencia sobre la ‘inferioridad’ del otro en tanto que diferente.

Un estilo que infantiliza se entiende por aquél en el que la cobertura periodística dota a algo o a alguien de rasgos de «ingenuidad» o «inmadurez» (Diccionario de la Lengua Española). En este caso, se aplicaría a los cocineros, platos, el establecimiento, conceptos o cultura de la cocina asiática. Pero, también cabe el tono de victimización hacia la sociedad europea o estadounidense, en el sentido de reconocer, pero sin responsabilidad real, de la falta de conocimiento sobre la cocina asiática.

Y, respecto a la ridiculización esta se refleja cuando se caricaturiza, parodia o se hace burla (*ídem*) de un sujeto o aspecto. El tono de incredulidad se comprende como aquél que expresa

escepticismo o falta de creencia en algo o alguien. En el periodismo gastronómico se identificaría con un deje de desconfianza o recelo de algún elemento, por pertenecer a una cultura diferente a la que perteneciera el/la autor/a.

Y un tono de asombro correspondería a manifestar extrañeza, sorpresa o estupor, pero con un componente de incredulidad añadido, por corresponder a la cultura asiática.

El problema radica en que la difusión de la información desde una perspectiva eurocéntrica o etnocéntrica magnifica esta chacra y puede llegar incluso a legitimarla (*ídem*).

### **3. La cocina fusión**

#### ***3.1. Gastronomía fusión y Asia***

La cocina fusión es una especialidad que ha sido estudiada por expertos y profesionales del sector y de la que existen definiciones dispares en la literatura especializada. No obstante, numerosas descripciones que se dan sobre esta están salpicadas de connotaciones etnocéntricas (Janer, «(In)edible Nature: New World Food and Coloniality» 393).

Según Janer, hay definiciones que aparecen en enciclopedias de gastronomía, en bibliografía publicada por profesionales del sector o en declaraciones públicas de chefs con prestigio internacional que desvirtúan los orígenes de la cocina fusión y que la infravaloran en relación a la cocina de fusión actual, que es la que se considera ‘verdaderamente’ innovadora y más valiosa (*ídem*).

Ello tiene una explicación histórica relativa a la divulgación sobre esta profesión, que históricamente ha emanado de la posición de privilegio europea en relación a que las corrientes de pensamiento y ciencias europeas constituían el modelo ideal. La gastronomía no ha sido una excepción para Janer, donde la cocina francesa se estableció como el arquetipo en el que las cocinas del mundo tenían que reflejarse.

Teniendo en cuenta, por tanto, este contexto, algunas aproximaciones a la cocina fusión la contemplan así. Uyar y Zengin (citado en «Gastronomic evolution: A review of traditional and contemporary Food Culture» 193-194) la describen como la creación de una «nueva cocina, nueva comida, nuevos sabores y nuevas presentaciones», al ofrecer una combinación de productos de diferentes países. Anon (citado en Mishan) añade a esta explicación que las

técnicas culinarias de diferentes partes del mundo las realizan chefs de cocina creativa, que plasman el resultado en un único plato.

La intención de crear platos que sean excepcionales haciendo una cocina más atrevida y especial es un aspecto clave para esta tendencia culinaria y la inquietud por elaborar un producto final que no se parezca a las materias primas de diferente nacionalidad utilizadas, según Can et al. (citado en *ídem*).

### **3.2. Orígenes y evolución histórica**

La cocina fusión se desarrolló en los años 60 y 70 en Estados Unidos (Barcelona Culinary Hub).

Existen tantas cocinas fusión como gastronomía en el mundo, pero entre las más populares hay muchas en las que los ingredientes son de origen asiático, como la Nikkei (japonesa y peruana) o la Balti (india y británica). La mezcla de cocinas de diferentes países de Asia también es fusión y, en ambos casos, estas cocinas tienen mucha presencia en todas partes del mundo.

Según Janer, la cocina fusión tiene raíces en el siglo XVI y en el Caribe, concretamente, en tanto que fue el epicentro de relaciones comerciales colonialistas y destino de productos procedentes de Asia, África, las Américas y Europa. Los ingredientes que empezaron a formar parte más temprano de la cocina en el Caribe fueron los de las tres primeras localizaciones, dado que había gente que sabía darle uso («(In)edible Nature: New World Food and Coloniality» 396).

La autora destaca que el proceso de ‘fusión’ de estos productos se vio duramente afectado por el colonialismo europeo. Como consecuencia, se dio una «pérdida parcial» de la cultura y tradiciones de los países colonizados, quienes se vieron forzados a incorporar los valores de una forma distinta de pensamiento. Este proceso de «transculturación» que continúa sucediendo hoy en día supone un perjuicio para la memoria, gastronómica en este caso, de las personas que la sufren; afecta directamente a la percepción sobre la valía de sus tradiciones y, en conjunto sobre su identidad cultural, según Delia Chiaro («Food and translation, translation and food» 239).

Esta circunstancia se ha trasladado hacia la percepción de los platos y los restaurantes, según Janer (393), que reivindica que los restaurantes fusión de técnicas y productos alejados de la

tradicción francesa se consideran «exóticos» o que sirven como «inspiración», pero no se consideran cocinas con bases consistentes y firmes.

### 3.2.1. La cocina de fusión transmoderna

Algunos expertos han descrito cómo debería ser la cocina fusión, nombrándola como una «cocina de fusión transmoderna». Esta, según Dussel (citado en Janer 403) consistiría en una disciplina que rompería con la dominación de la tradición culinaria francesa, sin jerarquía, sin exclusividad, accesible, y donde las cocinas del mundo se contemplarían y pondrían en valor de forma horizontal, huyendo de reduccionismos y de minimizar las cocinas del mundo (*ibidem* 393).

## 3.3. *Historia y evolución del periodismo gastronómico*

Los orígenes del periodismo gastronómico se dieron a partir de la modernización que propulsó la Revolución Francesa, a partir de comienzos del siglo XIX, según Jones y Taylor (citado en Fusté-Forné y Masip 110). En este sentido, los gastrónomos franceses Jean Anthelme Brillat-Savarin y Grimod de la Reynière fueron los primeros en publicar información periodística de esta especialidad.

La popularización de este tipo de contenido fue *in crescendo* ante el desarrollo del modelo de las sociedades consumistas, quienes comenzaron a preocuparse por obtener información sobre cómo usar su tiempo libre, lo que conllevó una mayor demanda de información sobre sitios en los que comer y beber. Esta información se incluía y continúa siendo así en las secciones de estilo de vida, encasillándose en la categoría de ‘soft news’ (Hanusch citado en Fusté-Forné, «Reading about Gastronomy—An approach to Food Contents in New York City’s Newspapers» 20).

A pesar de ello, el periodismo de estilo de vida consiguió democratizar y socializar la gastronomía (Hartley citado en *idem*) e influir sobre los gustos y decisiones culinarias de los lectores, hasta hoy en día.

### 3.3.1. El debate en el sector sobre el uso del término ‘fusión’

Tal y como se ha mencionado en la introducción, una de las cuestiones principales que propulsa este proyecto es el debate que existe en el sector con respecto al empleo del término ‘fusión’

(Mishan, «Asian-American Cuisine's Rise, and Triumph»), que pone de manifiesto las discriminaciones étnicas, la otredad y el etnocentrismo.

La periodista cita a Maiko Kyogoku, chef del restaurante Bessou en Nueva York, que relata:

Cualquier inmigrante es un forastero al principio. Pero para los asiáticos en Estados Unidos, hay un sentido más crudo de la otredad. No encajamos en el binario estadounidense de blanco y negro. Hemos sido el enemigo; los subyugados; los pueblos «inferiores» cuya lucha por un punto de apoyo en la sociedad fue vista históricamente como una amenaza para el orden estadounidense. Y, sin embargo, también hemos sido los «buenos» migrantes, demostrando que somos dignos de la beneficencia estadounidense.

En este contexto, también se ha dado la situación en la que reconocidos profesionales de la cocina al comienzo han rechazado este término, pero más tarde, lo han abrazado. Como ejemplo, el cocinero chino David Chang (Rossetto, «How Momofuku's David Chang learned to embrace the word 'fusion'»).

### ***3.4. Antecedentes de la investigación***

Francesc Fusté-Forné y Pere Masip realizaron un estudio que forma parte del libro de Vodanovic («Lifestyle Journalism: Social Media, Consumption and Experience») donde analizaron la cobertura gastronómica en las versión impresa de *El País* y *The New York Times*, entre los años 2005-2015, sin centrarse en ningún subtema en específico. Los dos investigadores eligieron estos dos diarios por los mismos motivos que han incentivado a seleccionarnos también en este estudio: su gran relevancia en el sistema de medios de comunicación de su país y su trayectoria en cubrir temas relacionados con la gastronomía.

Los artículos que ambos autores seleccionaron no eran de ninguna sección en particular. En total hallaron 8030 noticias sobre comida y gastronomía en ambas cabeceras. Debido al tamaño extraordinario de esta muestra, hicieron un proceso de cribado en dos fases, la primera por años y, a partir de ella, eligieron dos artículos por semana de cada diario, resultando en un total de 2553 piezas., 708 del periódico español y 1845 del estadounidense.

Los resultados de este estudio destacaron la figura de aquellos chefs que son personajes públicos por su influencia en el creciente interés de la población por la gastronomía. Asimismo, las conclusiones reflejaron que a partir de este rol de ‘influenciadores’ de los cocineros, el

periodismo especializado en comida estaba dando lugar a nuevos temas de interés general, como eventos gastronómicos, lugares conocidos por su propuesta culinaria o alimentos en concreto. El discurso narrativo resultante a partir de estas transformaciones estaba siendo, según los dos investigadores, de pasar de dar un sentido «utilitario» a la comida y a cocinar (*ídem*) a uno de goce y de disfrute.

## **ESTUDIO PRÁCTICO**

## 4. Metodología

### 4.1 La herramienta del análisis de contenido

La elaboración del marco práctico se basa en el análisis de contenido (Krippendorff citado en Fusté-Forné y Masip «Descifrando la información periodística especializada: la gastronomía en la prensa diaria española» 111).

Esta metodología nació para examinar los medios de comunicación de masas (Domas, Marsh), y consiste en la interpretación de textos, que pueden ser de todo tipo, y en la recolección de información. Y a partir de su análisis se pueden extraer resultados que reflejan situaciones sociales («Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada» 2).

Se basa en el método científico y según Berelson (citado en *ídem*) constituye, por tanto, una técnica «para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación». Andreu también hace referencia a la definición de Krippendorff (*ídem* 3), quien afirma que sistematizar y la objetividad permiten que esta técnica se aplique de igual modo a todas las variables del estudio. Sin embargo, cuenta con la dificultad añadida de que, al mismo tiempo implica una apreciación y lectura interpretativa de los datos.

Mediante esta metodología, se descubren dos tipos de significados de los textos; el directo y explícito, y el contexto que es implícito y que puede inferirse a partir de las palabras del autor. Ambos aportan información clave para la interpretación de los datos. Para Krippendorff (citado en *ídem*), el contexto tiene suma relevancia para explicar el sentido de la información recopilada; según él esta herramienta tiene como objetivo «formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas», y que se aplican y se justifican en relación a este.

La definición que resulta más completa, según Andreu es la de Laurence Bardin (citado en *ídem*) y que consiste en «el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimiento relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes».

Los pasos que requiere el análisis de contenido son (*ibidem* 11):

- 1) Establecer el tema de investigación
- 2) Establecer la norma de codificación



- 3) Establecer el sistema de categorías
- 4) Verificar la fiabilidad del sistema de codificación y de categorización
- 5) Realizar las inferencias

El análisis de contenido tiene diversos objetivos, pero en el presente trabajo se usa para catalogar sucesos científicos mediante la categorización y clasificación y verificarlos y explicarlos (Krippendorff 1990).

En este trabajo, se da una combinación de la perspectiva cualitativa –que funciona desde la deducción– y cuantitativa –que es inductiva–. Aun así, por las cuestiones que se persigue responder, tiene más peso el estudio cualitativo, dado que el objetivo principal que vertebra este trabajo es el de interpretar el discurso construido por ambas cabeceras.

Para estas dos variables Krippendorff (citado en Domas, Marsh) explica que existen aspectos comunes para el análisis de contenido: destacar qué es lo relevante de cada texto, la selección de palabras y el uso de ejemplos, situar el texto en el contexto en el que se publica y realizar la valoración con el establecimiento de unas preguntas de búsqueda claras.

## ***4.2 Elección de la muestra***

La elección de la muestra de los diarios de *El País* y *The New York Times* se ha basado en criterios de relevancia y geográficos. La lengua española y la inglesa son las más habladas en el mundo (Ethnocentre). El periódico editado en España y perteneciente al grupo Prisa es el diario español con más suscriptores digitales, según datos de la AIMC de 2019. *The New York Times* ha sido nombrado el segundo periódico con mayor reputación en el mundo este año (SCImago Media 2024) y es el segundo con más circulación en EE.UU., según datos de Alliance for Audited Media, hasta marzo de 2023.

Este trabajo se focaliza en examinar el discurso creado de los dos periódicos en la versión impresa y digital, y de *El País*, solo la edición redactada desde España, y no la argentina para no incluir una tercera sociedad en el estudio.

La elección de los artículos se ha realizado mediante la base de datos ProQuest Central. Esta herramienta es un buscador multitemático de materias sociales, salud, humanísticas, tecnología, económicas y negocios. Dispone de los datos de más de 2.700 periódicos locales, nacionales e internacionales, siendo en conjunto una de las de mayor dimensión en el mundo, y los documentos son del 1970 hasta la actualidad.

ProQuest Central tiene registrados artículos desde 1980 de *The New York Times* y para *El País* se identificaron artículos desde el 2008, sin distinguir ninguna temática concreta. Por consiguiente, se optó por tomar la muestra de los artículos desde, como muy pronto el 2009 y hasta el 2024.

Se ha usado la función de búsqueda avanzada con la finalidad de obtener resultados más precisos.

La combinación que se valoró como más completa y adecuada para ejecutar la búsqueda fue «comida fusión asia» / «asian fusion food». Sin embargo, no se obtuvieron demasiados resultados que estuvieran relacionados con esta temática. En la primera combinación, los artículos no trataban siempre de manera clara e intencional la gastronomía de fusión, sino que abordaban el espectro de la comida en general. Se intercalaban además artículos de otra índole, en los que sí se hablaba de países asiáticos o de la cocina fusión pero sin ninguna relación con el objeto de estudio, sobre todo para *El País*. Esto refleja que, usando los términos que se referían de una manera neutra al continente de estudio, al tipo de gastronomía y al tema principal, los resultados eran menos precisos.

Como ejemplos, en el primer caso, en *El País* se obtuvieron 18 resultados (descartando tres por ser de la edición argentina), de los cuales los tres primeros eran sobre la danza tradicional de Tailandia, la creación de una aplicación china similar a Instagram o sobre la ponencia de Ferran Adrià sobre el cierre de elBulli.

Ante este escenario, se buscó otra alternativa. Para ello, se sustituyó el término ‘Asia’ por ‘oriental’, teniendo en cuenta las etiquetas de generalización y de diferenciación del ‘otro’ que se otorgan con frecuencia a los restaurantes con una oferta asiática. Este término además parte de la diferenciación eurocéntrica de las regiones de Occidente contrapuestas a las de Oriente.

Para esta búsqueda, para el diario del grupo Prisa solamente aparecieron diez resultados, lo que ya de por sí es indicio de la pequeña relevancia que le da a este tema este periódico, recordando que el primer artículo es del 2009. Y, para *The New York Times*, el artículo más antiguo relacionado con este tema, del año 1984.

Mientras que para el diario estadounidense, aparecieron 60 resultados con esta búsqueda. En ambos casos, los artículos eran mucho más concretos y trataban sobre valoraciones de restaurantes de gastronomía fusión asiática, aunque aparecieron menos casos en ambas

cabeceras. Esto sin embargo, refleja que la publicación de EE.UU. relaciona y etiqueta la gastronomía de fusión preferentemente con el término «oriental», aspecto que tiene consecuencias sobre cómo se concibe o se habla de ello.

Entonces, haciendo la búsqueda con los términos «asia fusión cocina» y su equivalente en inglés «asian fusion dining» obtuve 38 resultados para *El País* y 176 artículos para *The New York Times*. Sin embargo, a pesar de aplicar los filtros mencionados anteriormente, a la hora de leer los artículos, se tuvo que realizar un cribado manual pues algunos artículos no trataban sobre cocina fusión o eran de la edición de Argentina, por lo que el resultado final resultó en doce para *El País*.

Mientras que, en el caso del diario de EE.UU. también. Se dio algún caso en el que el titular era diferente pero el artículo era el mismo pero publicado un día distinto, y aparecía como si fueran dos publicaciones distintas (Inamine, «The South Korean Chefs Redefining the Art of Pastry» y Inamine «Desserts without borders»).

Debido a que existía un desequilibrio relevante en el número de artículos disponibles en esta base de datos, para *El País*, se optó por acotar la horquilla temporal a siete años y concretar entre los años 2024-2018. Los artículos se seleccionaron del apartado ‘Cocina oriental’ de la versión digital del periódico.

Cabe adelantar la relevancia de esta información, ya que estos datos ya arrojan información sobre el hecho que este término tiene una relevancia distinta, antes siquiera de estudiar los textos.

Aquí, cabe hacer un apunte sobre la ligera variación en términos gramaticales para la búsqueda en español y la inglesa. El motivo de usar ‘asian’ en el rastreo de artículos para *The New York Times* es porque en inglés tiene un valor atributivo, por lo que se consideró que los resultados, en consecuencia, podrían ser más específicos a la temática.

**Tabla 1. Resultados búsqueda inicial**

Año/N	<i>El País</i>	<i>The New York Times</i>
2024	0	0
2023	1	6
2022	0	3

2021	0	1
2020	0	2
2019	0	8
2018	0	6
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>26</b>

La Tabla 1 muestra que para *El País* solo había un artículo en este período de tiempo, publicado en 2023. Mientras que para *The New York Times* en total aparecieron 26.

**Tabla 2. Resultados búsqueda alternativa**

<b>Año/N</b>	<b><i>El País</i></b>	<b><i>The New York Times</i></b>
2024	11	0
2023	24	6
2022	16	2
2021	42	1
2020	52	3
2019	43	8
2018	38	6
<b>TOTAL</b>	<b>226</b>	<b>26</b>

La Tabla 2 muestra la búsqueda alternativa, con una gran diferencia en *El País*, donde se encontraron 226 textos, incluyendo el identificado en ProQuest Central.

Esta búsqueda fue la que se ha empleado para la investigación, resultando en un total de 226 artículos de *El País* y 26 artículos de *The New York Times*.

Para ambos periódicos se han contabilizado todas las publicaciones que tratan sobre la cocina fusión asiática, entendida, tal y como se ha mencionado en el marco teórico, como la combinación de productos de países de Asia y otros continentes; así como las mezclas de ingredientes y técnicas de países del mismo continente asiático.

En el caso de *El País*, la búsqueda manual arrojó resultados de la edición en catalán, para Cataluña, que se descartó, al no ser representativa de todo el diario. También se suprimieron aquellos artículos que solo eran textos que introducían entrevistas en vídeo donde se explicaba la receta, dado que en este trabajo no se hace un análisis audiovisual, sino únicamente textual escrito. Mientras que aquellos artículos donde sí que se incluía un vídeo, pero la receta estaba completa escrita sí que se han incluido.

A partir de esta submuestra, se hizo otro cribaje para acotar la muestra aún más, así que se decidió que no hubiera más de un artículo escrito por el mismo autor por año. Sin embargo, la muestra continuaba siendo excesivamente grande. Por este motivo, finalmente se decidió seleccionar los últimos cuatro artículos de cada año para reducir la muestra a la versión más reciente. Y, para intentar abarcar la mayor diversidad de autores, se resolvió que los cuatro artículos debían ser de autores distintos, aunque eso planteara saltar a otro texto que no fuera el inmediato por fecha. Igualmente, se descartaron aquellos artículos que solo eran recetas de platos puramente asiáticos donde no se combinaban ingredientes de más culturas. Así, se analizaron 28 artículos en total para *El País* y 26 para *The New York Times*.

Para *The New York Times* se dieron algunos casos excepcionales (cinco) en los que aparecía el concepto de cocina fusión asiática, pero de manera muy enunciativa, sin aportar detalles. Se han contabilizado en la muestra, pero en el análisis de contenido se ha especificado que no se ha profundizado en ellos por falta de información.

### ***4.3. El sistema de codificación***

Los datos que se identificaron para el análisis son tanto variables cualitativas como cuantitativas y en las fichas del análisis de contenido corresponden a los perfiles fila.

Cabe destacar que se han clasificado los artículos con las siglas de las cabeceras y las fechas de publicación de los artículos de la siguiente, dando como resultado EP-21-06-2023 para *El País* o TNYT-30042024 para *The New York Times*.

Asimismo, se diferenció el tipo de texto, esto es, si se trataba de un reportaje; una noticia informativa o una crítica de restaurante y, por tanto, perteneciente al género de opinión.

A continuación se detalla la guía con las codificaciones, basada en el trabajo de Fusté-Forné («Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century» 54-58).

## **I. Variable cuantitativa**

### Producción

#### **1. Producto**

Hace referencia a los alimentos que constituyen materia prima.

#### **2. Platos**

Hace referencia a la preparación de platos.

#### **3. Chefs**

Hace referencia a los cocineros, a su trayectoria profesional e historia personal y su estilo culinario.

### Distribución

#### **4. Restaurantes**

Se incluyen en esta categoría los textos que describen los establecimientos donde se sirven alimentos y bebidas.

#### **5. Puntos de venta de comida**

Abarca los establecimientos donde se vende comida, y se excluye a los restaurantes.

#### **6. Actividades, premios, eventos**

Hace referencia a eventos donde la temática principal son la gastronomía, como festivales, fórums, ferias o festivales.

### Comida y sociedad

#### **7. Gastronomía y arte**

Abarca todas aquellas referencias a la comida en disciplinas literarias, de cine o música, entre otras.

#### **8. El valor social de la gastronomía**

Hace referencia a tradiciones o modas, así como a noticias sobre

comida y personajes públicos relacionados con el sector o no.

### 9. Alimentación y nutrición

Hace referencia al valor nutricional de los alimentos.

### 10. Comida y turismo

Hace referencia al gastroturismo y a localizaciones destacadas por su gastronomía.

### 11. Gastronomía y medios de comunicación

Hace referencia a la representación mediática de la gastronomía, que puede ser en concursos televisivos.

La ficha modelo incluye la explicación y objeto de búsqueda para cada variable.

**Tabla 3. Modelo de tabla de los resultados analizados**

<b>Código artículo</b>	
<b>Año</b>	
<b>País nacionalidad periodista</b>	
<b>VARIABLE CUANTITATIVA</b>	
<b>Clasificación del Tema Producción</b> a. producto b. platos c. chefs ● Distribución a. restaurantes b. puntos de venta de comida c. actividades, premios, eventos	

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comida y sociedad</li> <li>a. gastronomía y arte</li> <li>b. el valor social de la gastronomía</li> <li>c. alimentación y nutrición</li> <li>d. comida y turismo</li> <li>e. gastronomía y medios de comunicación</li> </ul>		
<b>VARIABLES CUALITATIVAS</b>		
<p><b>Titular:</b> Servirá para comparar y analizar qué palabras clave se repiten (qué aspectos de la gastronomía se repiten). <i>Se perciben estrategias de clickbait o se trata de hacer la estructura de las 5W...?</i></p>		
<p>Antetítulo (<i>El País</i> es el único que los utiliza y se analizarán dado que también proporcionan información sobre el tipo de cobertura)</p>		
<p><b>Primer párrafo: qué impresión da de lo que se hablará?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Positiva</b> (ni exagerada ni condescendiente)</li> <li>- <b>Negativa</b> (condescendiente, ridiculiza, etnocéntrica...)</li> <li>- <b>Neutra?</b> (no se percibe nada específico, estilo redacción muy explicativo, llano)</li> </ul>		
<p><b>Hay contexto y descripción del espacio/chef/restaurante/momento temporal (modas, tendencias...)</b></p>	Sí	No
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>En caso afirmativo: palabras/adjetivos usados</b></li> <li><b>¿Cómo habla de ello?</b></li> </ul>		



<p><b>Chefs:</b> (Si se los percibe «tradicionales o estancados en el pasado») (Janer 402)</p> <p><b>Restaurante:</b></p> <p>Percibidos como restaurantes o se categoriza comparándolos con el modelo francés (<i>ibidem</i> 395).</p>		
<p><b>Adjetivos para describir la cocina asiática</b></p> <p>(¿Cómo se valora la cocina asiática?, solo como proporcionadora de materia prima o completa como ente)</p>		
<p><b>¿Se hacen comparaciones con la comida ‘Occidental’?</b></p> <p>¿O con la tradición culinaria francesa?</p>	Sí	No
<p><b>Usan las palabras:</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exótico</li> <li>- Lejano</li> <li>- Extraño</li> <li>- Raro</li> <li>- Este vs Oeste / Occidente vs Oriente</li> </ul> </div>	Sí	No
<p><b>Tono</b></p> <p>(infantilizante, ridiculización, exageración, sobresaltado, de sorpresa/asombro o incredulidad, bajas o altas expectativas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones de poder: ¿se manifiesta y se ensalza quien es el ‘forastero’ de la interacción? (Rodrigo, 80)</li> </ul> <p>&gt; Podrían darse más de uno</p> <p>&gt; Disgregarlas</p>	Sí	No
<p>- <i>en caso afirmativo: ejemplos</i></p>		
<p><b>Fuentes utilizadas</b> (Variedad)</p>	Sí	No

<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>¿Qué tipo de fuentes?</b></li> <li>- <b>¿Qué perspectiva tienen? ¿Cuáles son las que no aparecen?</b></li> </ul>	
<p><b>Tipo de artículo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opinión</li> <li>- Crítica restaurante</li> <li>- Reportaje</li> <li>- Noticia</li> <li>- Entrevista</li> </ul>	
<p><b>Público a quien va dirigido</b> (general o especializado)</p>	
<p><b>Evaluación global sobre cómo se entiende o define el concepto de cocina fusión</b></p> <p>&gt; Crítico o no da importancia a la identidad cultural</p>	
<p><b>¿Es alta gastronomía, de ticket medio-alto o cocina cotidiana?</b></p> <p>&gt; Puede ser más de una categoría</p>	
<p><b>Tesis principal</b></p> <p>(Es crítico con el concepto, es etnocéntrico o es ambiguo)</p> <p>Nota: Si se identifican elementos de un discurso eurocéntrico y estereotipos de manera muy puntual, pero, a pesar de ello, el mensaje global del texto no afecta a la consideración y respeto hacia la cocina asiática y de la cocina fusión, se considerará positiva (Aguirre, «La maestra del koji que hace condimentos japoneses con ingredientes de aquí«).</p>	

Se hicieron comprobaciones sobre la credibilidad de las reglas de codificación y categorización, con una submuestra de tres artículos, dos de *El País* y uno de *The New York Times* y comprobar que la guía incluía las categorías necesarias para, posteriormente, realizar las inferencias

#### **Nota sobre la traducción de los textos en inglés**

En el apartado de las fichas para incluir ejemplos, se ha traducido del inglés, para los artículos

de *The New York Times*, al castellano usando la herramienta de traducción del diccionario de Cambridge, con el fin de facilitar la comprensión de todo el trabajo.

## 5. Resultados

La interpretación y análisis en detalle de los textos se presenta en fichas que se han incluido en los anexos.

Los resultados se recogen de manera sintetizada en las siguientes tablas. La variable de los adjetivos usados para describir la comida asiática no se ha incluido por ser muy dispar, y se analizará esta variable en el siguiente apartado.

### Nota sobre la suma total de los artículos

Igualmente, se debe tener en cuenta que, exceptuando la variable sobre los temas de los artículos, en el resto de las categorías, la suma total no alcanza el número de artículos estudiados para *The New York Times*, porque en los casos puntuales que no había suficiente información no se han respondido a las demás categorías.

**Tabla 4. Análisis de las temáticas de los artículos (Variable cuantitativa), *El País* (2024-2018)**

Temas	N
Producto(Producción)	3
Platos (Producción)	16
Chefs (Producción)	1
Restaurantes (Distribución)	6
Puntos de venta de comida (Distribución)	1
Actividades, premios, eventos (Distribución)	0
Gastronomía y arte (Comida y sociedad)	0
El valor social de la gastronomía (Comida y sociedad)	1
Alimentación y nutrición (Comida y sociedad)	0

Comida y turismo (Comida y sociedad)	0
Gastronomía y medios de comunicación (Comida y sociedad)	0

Si se presta atención a los temas más recurrentes, durante este período de tiempo, la Tabla 4 refleja que los platos fueron los que tuvieron mayor cobertura, con diferencia, con las otras temáticas tratadas: los restaurantes, seguido del producto y, por último el valor social de la gastronomía y los chefs. Estos resultados también reflejan que *El País* evitó hablar sobre premios y eventos, arte, el aspecto nutricional, gastroturismo y la representación en los medios de comunicación.

**Tabla 5. Análisis de la impresión del primer párrafo, *El País* (2024-2018)**

Impresión	N
No hay primer párrafo	0
Positiva	5
Negativa	10
Neutra	13

La tabla muestra que para *El País* en todos los artículos había un párrafo introductorio, y se muestra claramente cómo la impresión que más se identificó en estos fue neutra en diez de los 28 artículos analizados. La segunda impresión que más se observó fue la negativa, es decir, que contenía elementos o expresiones etnocéntricas (diez); y, por último, la positiva, con cinco textos.

**Tabla 6. Análisis de la aportación de contexto, *El País* (2024-2018)**

Contexto	N
<b>Sí</b>	<b>21</b>
- Crítico	9
- No crítico	12
<b>No</b>	<b>7</b>

En la tabla se puede observar que en 21 artículos sí se aporta contexto, mientras que en siete no. Y cuando se aportaba una descripción sobre los chefs, el restaurante, modas o tendencias, la mayoría no eran críticos y mostraban una visión no intercultural.

**Tabla 7. Análisis de la comparación con la comida ‘Occidental’, *El País* (2024-2018)**

Comparativa	N
<b>Sí</b>	<b>18</b>
- Sentido positivo o neutro	5
- Sentido negativo	13
<b>No</b>	<b>10</b>

La Tabla 7 muestra claramente cómo en 18 de 28 textos sí que se hacían comparativas entre la comida asiática y la ‘Occidental’ y que, en casi todos estos casos, se hacía en detrimento de la primera. Solo en cinco artículos, esta comparativa aparecía para denunciarse y criticarla.

**Tabla 8. Análisis de las palabras usadas, *El País* (2024-2018)**

Palabras	N
Ninguna	10
Exótico	3
Lejano	2
Extraño	4
Raro	4
Este vs. Oeste / Occidente vs. Oriente	12

En esta categoría podía darse más de una opción.

En general, la Tabla 8 muestra que sí que se han usado palabras que denotan estereotipos y que se alejan de la comunicación intercultural. Solamente hubo diez casos donde no fue así.

La palabra estereotipada más usada durante este período de tiempo ha sido, con mucha diferencia, la comparativa este y oeste que ha aparecido en doce textos. Los términos ‘raro’ y ‘extraño’ se han usado en cuatro artículos para cada caso, seguidos de ‘exótico’ y, por último, ‘lejano’.

**Tabla 9. Análisis del tono, *El País* (2024-2018)**

<b>Tono</b>	<b>N</b>
Ninguno	14
Infantilizante, ridiculización, exageración, sobresaltado, de sorpresa o incredulidad, bajas o altas expectativas, forastero u otros	14

La Tabla 9 muestra que en *El País* hubo el mismo número de textos donde el tono era neutro y correcto y que en los que había expresiones infantilizantes, de ridículo, exageración, asombro, sorpresa, incredulidad y de señalar como ‘forasteros’ a sujetos u otros aspectos de la cocina asiática.

**Tabla 10. Análisis del uso de las fuentes, *El País* (2024-2018)**

<b>Uso de fuentes</b>	<b>N</b>
Sí	9
No	19

La Tabla 10 muestra que no se usaron fuentes en los textos (19) y que sólo hubo nueve en los que se citaron a expertos.

**Tabla 11. Análisis del tipo de artículo, *El País* (2024-2018)**

<b>Tipo de artículo</b>	<b>N</b>
<b>Opinión</b>	<b>0</b>
<b>Crítica restaurante</b>	<b>6</b>
<b>Reportaje</b>	<b>7</b>
<b>Noticia</b>	<b>15</b>
- Recetas	13
<b>Entrevista</b>	<b>0</b>

La Tabla 11 demuestra con claridad que el tipo de artículo predominante fue la noticia, de las cuales trece fueron recetas. Los reportajes (siete) y las críticas de restaurantes (seis) fueron las otras tipologías y no se publicaron textos de opinión ni entrevistas.

**Tabla 12. Análisis del público, *El País* (2024-2018)**

<b>Público</b>	<b>N</b>
General	28
Especializado	0

El público al que se dirigían los artículos fue general, y en ningún caso a uno especializado en el que se requirieran conocimientos de nivel experto.

**Tabla 13. Concepto global cocina fusión, *El País* (2024-2018)**

<b>Concepto</b>	<b>N</b>
Crítico	6
No importancia a la identidad cultural	16
Ambiguo	6

La Tabla 13 demuestra que el concepto de cocina fusión que se transmitió fue el que la identidad cultural de los productos usados no es importante y no se pone en valor. Los casos donde era lo contrario y se rechaza minimizar estas asimilaciones o que era ambiguo fueron los mismos (seis).

**Tabla 14. Análisis del tipo de cocina, *El País* (2024-2018)**

<b>Tipo de cocina</b>	<b>N</b>
Alta gastronomía	6
Ticket medio-alto	1
Cocina cotidiana	21

La Tabla 14 muestra que la cocina fusión asiática se representó como una para consumir en momentos del día a día. Solo en seis artículos se clasificó como poco accesible de alta gastronomía y en uno, de ticket medio-alto.

**Tabla 15. Análisis tesis principal, *El País* (2024-2018)**

Tesis	N
Positiva	4
Etnocéntrico o eurocéntrica	17
Ambigüedad	7

La tesis final de los artículos analizados de *El País* fue principalmente que eran etnocéntricos y/o eurocéntricos (17), con una clara diferencia respecto a los que había cierta ambigüedad porque había elementos de crítica o reivindicación (siete), y los que era positiva (cuatro).

**Tabla 16 Análisis de las temáticas de los artículos, *The New York Times* (2024-2018)**

Temas	N
Producto(Producción)	1
Platos (Producción)	3
Chefs (Producción)	1
Restaurantes (Distribución)	11
Puntos de venta de comida (Distribución)	0
Actividades, premios, eventos (Distribución)	0
Gastronomía y arte (Comida y sociedad)	0
El valor social de la gastronomía (Comida y sociedad)	4
Alimentación y nutrición (Comida y sociedad)	0
Comida y turismo (Comida y sociedad)	7
Gastronomía y medios de comunicación (Comida y sociedad)	0

Si se presta atención a los temas más recurrentes para *The New York Times*, durante este período de tiempo, la Tabla 16 muestra que los restaurantes fueron los que tuvieron mayor cobertura (once), seguido del producto, el valor social de la gastronomía (cuatro), los platos (tres) y los chefs (uno) y el producto (uno). Estos resultados también reflejan que se eludieron los temas



sobre premios o eventos, el arte, los puntos de venta, la nutrición, el gastroturismo y la representación en los medios de comunicación.

**Tabla 17. Análisis de la impresión del primer párrafo, *The New York Times* (2024-2018)**

<b>Impresión</b>	<b>N</b>
No hay primer párrafo	3
Positiva	3
Negativa	3
Neutra	12

La Tabla 17 muestra que en general sí había un párrafo introductorio en los textos. Solo en tres artículos no había un primer párrafo, porque eran listas de recomendaciones de restaurantes y se abordaban directamente.

La impresión que más se identificó fue neutra (doce), es decir, ni era crítico pero tampoco peyorativo y, en tres artículos, que fuera positiva y negativa.

**Tabla 18. Análisis de la aportación de contexto, *The New York Times* (2024-2018)**

<b>Contexto</b>	<b>N</b>
<b>Sí</b>	<b>20</b>
- Crítico o neutro	11
- No crítico	9
<b>No</b>	<b>1</b>

En la tabla se puede observar que en 20 artículos sí se aportó contexto, y que la mayoría era crítico o neutro (11), aunque se encontraron nueve donde no fue así. Solo hubo un texto en el que no había esta descripción.

**Tabla 19. Análisis de la comparación con la comida ‘Occidental’, *The New York Times* (2024-2018)**

<b>Comparativa</b>	<b>N</b>
<b>Sí</b>	<b>9</b>

- Sentido positivo o neutro	4
- Sentido negativo	5
<b>No</b>	<b>12</b>

La Tabla 19 muestra claramente que en este periódico no se establecían comparaciones con la comida ‘Occidental’ (doce) y que en nueve sí. De ellos, en cinco textos se hacía en detrimento de la cocina asiática, pero en cuatro se hacía de forma crítica con esta confrontación.

**Tabla 20. Análisis de las palabras usadas, *The New York Times* (2024-2018)**

<b>Palabras</b>	<b>N</b>
Ninguna	11
Exótico	2
Lejano	1
Extraño	0
Raro	3
Este vs Oeste / Occidente vs Oriente	4

Cabe recordar que, como en casos anteriores, los cinco artículos que faltan no se han incluido por no haber suficientes datos.

En general, no se han usado palabras que denotan estereotipos y que se alejan de la comunicación intercultural (once textos). Ha habido nueve casos en los que sí han aparecido la confrontación este y oeste (cuatro artículos); y los que menos se han usado han sido «raro» (tres), «exótico» (dos) y «lejano» (uno). En ningún texto se ha usado «extraño».

**Tabla 21. Análisis del tono, *The New York Times* (2024-2018)**

<b>Tono</b>	<b>N</b>
Ninguno	11
Infantilizante, ridiculización, exageración, sobresaltado, de sorpresa o incredulidad, bajas o altas expectativas, forastero u otros	10

La Tabla 21 muestra que hubo más textos donde el tono era neutro y correcto (once) que en los que había expresiones peyorativas para hablar sobre la cocina asiática (diez), aunque por la diferencia de un artículo.

**Tabla 22. Análisis del uso de las fuentes, *The New York Times* (2024-2018)**

Uso de fuentes	N
Sí	14
No	7

La Tabla 22 muestra que principalmente sí se usaron fuentes en los textos (catorce) y que sólo hubo siete artículos donde no se incluyeron.

**Tabla 23 Análisis del tipo de artículo, *The New York Times* (2024-2018)**

Tipo de artículo	N
<b>Opinión</b>	<b>0</b>
<b>Crítica restaurante</b>	<b>6</b>
<b>Reportaje</b>	<b>15</b>
<b>Noticia</b>	<b>0</b>
- Recetas	0
<b>Entrevista</b>	<b>0</b>

La Tabla 23 demuestra con claridad que solo se publicaron dos tipos de artículos durante 2024 y 2018. El texto predominante fue el reportaje (quince), seguido con bastante distancia de las críticas de restaurantes (seis).

**Tabla 24. Análisis del público, *The New York Times* (2024-2018)**

Público	N
General	21
Especializado	0

El público al que se dirigían los artículos fue general, y en ningún caso a uno especializado.

**Tabla 25. Concepto global cocina fusión, *The New York Times* (2024-2018)**

Concepto	N
Crítico	5
No importancia a la identidad cultural	8
Otros	8

La Tabla 25 demuestra que los conceptos de cocina fusión que se transmitieron fueron principalmente dos: que la identidad cultural de los productos usados no es importante (ocho) y no se pone en valor o había cierta ambigüedad (ocho). Los casos donde sí que se defendía identificar y respetar la independencia de los productos fueron minoría (cinco).

**Tabla 26. Análisis del tipo de cocina, *The New York Times* (2024-2018)**

Tipo de cocina	N
Alta gastronomía	5
Ticket medio-alto	13
Cocina cotidiana	8

La Tabla 26 muestra que la cocina fusión asiática se representó para tomarla fuera en locales de un precio medio-alto (trece). Solo en seis artículos se clasificó como poco accesible y de alta gastronomía y en uno de ticket medio-alto.

**Tabla 27. Análisis de la tesis principal, *The New York Times* (2024-2018)**

Tesis	N
Sí que es crítico	6
Etnocéntrico	11
Ambigüedad	4

La tesis final de los artículos analizados fue que eran etnocéntricos y/o eurocéntricos (once), con una clara diferencia respecto a los que eran positivos (seis) y de ambigüedad (cuatro).

## 6. Discusión de los resultados

En este apartado se presenta la interpretación de los resultados mostrados en las fichas resumen.

Las preguntas de investigación a las que se perseguía responder son las siguientes:

- 1) **¿Cómo es la cobertura de *El País* y *The New York Times* sobre la cocina fusión asiática?**
- 2) **¿Siguen un estilo de redacción basado en la comunicación intercultural, en tanto que es un tema susceptible a la racialización y al orientalismo o no?**
- 3) **¿Influye la nacionalidad y raíces culturales de los autores en el grado de perspectiva intercultural?**
- 4) **¿Se da la misma relevancia a este tema en las dos cabeceras durante el período elegido?**

Para responder a las dos primeras preguntas se desarrollarán las siguientes categorías del análisis de contenido:

### Preguntas 1 y 2 de investigación

#### Los titulares

El elemento más llamativo del texto proporciona mucha información para intuir cómo será el tratamiento de este tema y si el estilo es llamativo para atraer la atención del lector –y mediante qué palabras o expresiones– o no.

En *El País* se ha observado que, en general, eran bastante descriptivos (Martín, «Tarta de queso y miso sin gluten»; Doncel, «Once buenos restaurantes tailandeses, vietnamitas e indonesios en España»). Aun así se identificaron otros, en los artículos de recetas donde se incluía «asiático» al lado de un plato que ya es conocido y de otra nacionalidad (Martín, «Boloñesa asiática») o es usó la expresión «aires asiáticos» (Font, «Dos cremas de calabaza de aires asiáticos»).

Como excepción, pero que cabe resaltar, también se halló un titular que categorizaba una tienda usando la nacionalidad (Remartínez, «Por qué el táper del chino es lo más pop de la gastronomía española»).

En *The New York Times* si bien no se encontró ningún titular de este tipo, sí que se había titulares que incluían estereotipos o generalizaciones (Simon, «A Jewel Box Packed With Color

and Spice»; Krishna, «It's Not Diwali Without Mithai»). Remitiéndose a la definición de Rodrigo (64), sobre los estereotipos y que se detalló al comienzo de este trabajo, estos son simplificaciones sobre fenómenos o grupos sociales en un sentido negativo y que en la realidad se desconocen. Por otro lado también se identificaron titulares que reflejaban un tono de seriedad o de más complejidad (Inamine, «Where Identity Is Complicated, Food Is Inspired»).

En *El País*, para casi todos los textos analizados había un antetítulo. Se identificaron dos estilos muy marcados. Por un lado, el que era descriptivo y enunciativo, que se dio en ocasiones muy contadas como «empresas», «crucíferas que sí» o «comer y beber» (Pérez «El tesón de volver a emprender a los 69 años»; Polo, «Brócoli frito agridulce con cacahuetes»; López Iturriaga, «Kasa Hanaka: udon, pasteles y un menú de 9,50 euros en un centro cívico de Barcelona»). Y, por el otro, el que clasificaba el texto como «cocina oriental», que fue el que más predominó, en los textos de noticias, los más recurrentes de este diario (Aguirre, «Furikake: el condimento japonés que lo mejora todo»; Lubina con curry, espinacas y berberechos).

### **Los temas más recurrentes**

*El País* dio más importancia durante el período estudiado a los platos de cocina fusión asiática. Esto coincide con el hecho que la mayoría de los textos publicados fueron recetas, como se comentará más adelante. Se transmite, por tanto, un mensaje, de una cocina que puede incorporarse, sobre todo, en la cocina de casa. Pero, esto conlleva consecuencias para la diversidad y la pluralidad de la narrativa que se da, porque termina siendo muy reduccionista. Los restaurantes fueron el segundo tema más popular para esta cabecera (seis), que coincide con el número de críticas de sitios; la materia prima fue el tercero, con solo tres artículos dedicados a ello; y los chefs de esta cocina recibieron aún menos protagonismo, con solo un artículo, cuando se informó del ganador del mejor restaurante del mundo en 2023. Los puntos de venta y el valor social de la comida asiática fusión solo se cubrieron en un artículo cada uno.

Esto refleja también qué temas se obviaron: los eventos, el arte, el aspecto nutricional, el gastroturismo o la presencia de la cocina fusión asiática en los medios de comunicación. En *The New York Times* se dio el mismo escenario, exceptuando los eventos (cero).

Sin embargo, en *The New York Times* se observan algunas diferencias en las tendencias de los temas y más diversidad, en general. El tópico más recurrente fueron los restaurantes (once) seguido de comida y turismo (siete). El valor social de esta especialidad gastronómica tuvo un poco más de protagonismo que en *El País*, pero con baja representación también (cuatro). Y,

los platos, a diferencia del diario español, fueron uno de los menos tratados (tres), seguido de los chefs (uno) y el producto (uno).

Así, la narrativa que construye el periódico estadounidense es la de los sitios donde se sirve esta comida o su consumo cuando se viaja por EE.UU.. Mientras que la figura del cocinero otra vez vuelve a quedar muy invisibilizada así como los platos. La tesis doctoral de Fusté-Forné (2017) también examinó los temas con mayor presencia en *El País* y *The New York Times* entre los períodos del 2005 al 2015. Aunque el trabajo de Fusté-Forné tiene un enfoque y muestra diferente también desveló que los cocineros tuvieron una presencia muy reducida (86,127)

Sin embargo, para el resto de temas, sus conclusiones reflejan datos muy diferentes. Para el diario español, los productos fueron el asunto más tratado, según Fusté-Forné, seguido del valor social de la gastronomía y la relación con el arte; mientras que los platos fue uno de los menos tratados.

Para el diario estadounidense, Fusté-Forné observó que los restaurantes fueron el segundo tema más popular, mientras que el gastroturismo fue el quinto tema. Los platos y los productos tuvieron mucho protagonismo en contraposición a las cifras de este trabajo y el valor social de la gastronomía durante los años 2005 y 2015 fue el tercer asunto más popular.

Resulta relevante hacer hincapié en la divergencia entre los artículos de recetas en *El País* y en *The New York Times*, entre la tesis de Fusté-Forné (2017) y este trabajo. En la sección general de gastronomía de *El País* aparece una diversidad de temáticas, más allá de los textos de recetas, que no tuvieron presencia o muy poca a la hora de hablar de la cocina fusión asiática. En su tesis, Fusté-Forné (2017) afirma que en *The New York Times* se publicaron más textos sobre recetas porque hay mucha menos tradición culinaria nacional que en Cataluña y España, lo que requiere que los lectores necesiten más guía para cocinar en casa. Por lo que, siguiendo esta lógica, el hecho que *El País* publicara mayoritariamente recetas cuando trató la cocina fusión asiática se debería a que considera que su audiencia no la conoce o suficientemente.

### **La tesis principal**

En la mayoría de los textos analizados en las dos cabeceras, si el primer párrafo se calificaba como «negativo» la tesis final después de estudiar todo el texto era también negativa, porque la narrativa global era etnocéntrica o eurocéntrica.

El etnocentrismo definido por el Diccionario de la Lengua Española es «la tendencia emocional que hace de la cultura propia el criterio exclusivo para interpretar los comportamientos de otros grupos, razas o sociedades» y donde aquello que resulta diferente se considera inferior. El eurocentrismo tiene como base la misma actitud, pero esta universalización se hace a partir de los valores europeos de superioridad social y cultural.

Sin embargo, en algunos textos de *El País* se observó que el primer párrafo contenía expresiones eurocéntricas, pero, una vez analizado todo el artículo, se comprobaba que había un mayor peso de criterios de diversidad y de crítica y que en conjunto resultaba en un artículo correcto (Sánchez, «Ni el sushi de verdad se hace con salmón ni eso verde que tienes en el plato es wasabi»).

### **Comparaciones, las palabras asociadas más frecuentes y el tono**

En *El País* se observó una tendencia a establecer comparaciones sobre cómo es de importante para los asiáticos lo que para los europeos o españoles, sin respaldarse en evidencias o pruebas empíricas para ninguno de los casos.

En los artículos de recetas en *El País*, se observa un tratamiento de la comida asiática como una base para creaciones o alteraciones de las elaboraciones originales y en el que no tiene entidad propia (Domínguez, «Gyozas para aprovechar restos»).

En este mismo diario se identificó que predominaba el tono coloquial, en comparación a *The New York Times*. Se identificó sarcasmo, cinismo e ironía generalizada, tanto para cubrir aspectos de la cocina asiática como de la europea (Font, «Las croquetas son comida de aprovechamiento aquí, en la Conchinchina y también en Japón»).

Pero, se percibió que esta clase de tono se utilizaba también para expresar dinámicas de poder y que había productos de la cocina de Asia que se consideraban «extraños», reforzando la concepción de quién era el forastero en la relación (Aguirre, «Furikake: el condimento japonés que lo mejora todo»; López Enano «¿Inventaron los noruegos el sushi de salmón?»). En este tipo de textos, coincidía en que se utilizaban las palabras «Oriental», se hacía la comparativa «Occidental enfrentado a Oriental» (de hecho, la expresión que más apareció, en doce artículos) o se utilizaban las palabras «sol naciente» para referirse a China o Japón.



En estos artículos también coincidió en que se identificaron tonos de asombro, coloquialismo, infantilización, generalizaciones y el uso de estereotipos (Doncel, «Once buenos restaurantes tailandeses, vietnamitas e indonesios en España»; Villalón, «Ensaladilla japonesa»).

En *The New York Times*, hubo menos casos en los que aparecían expresiones que señalaban a Asia como forastero y se identificaron más artículos que no contenían estereotipos. Además, el tono fue más serio, sobrio y crítico, e incluso en ocasiones, reivindicativo.

### **El concepto global sobre la cocina fusión**

La definición de cocina fusión ha sido muy variada, pero en las dos cabeceras se han encontrado similitudes. Las que más se han repetido para *El País* eran las que la concebían como una combinación de ingredientes de países diferentes que daban resultados originales («Bowl de arroz con verduras al estilo bibimbap»); romper con los límites e identidades culturales, considerándose como algo negativo o arcaico y a favor de asimilar las identidades culturales de los ingredientes (Escudero, «Rollitos crujientes de papel de arroz»; Martín, «Boloñesa asiática»).

En *The New York Times* se han dado menos casos en los que se concebía de este modo, la mitad que en *El País*, y ha habido, más bien, un número elevado de artículos en los que no era ni crítico ni peyorativo. Se hablaba de productos e ingredientes diversos y no había un tratamiento de considerarla inferior (Singer, «In Spain's Capital, an Infusion Lifts the Food Scene»).

### **El público y el tipo de cocina**

El público objetivo de ambas cabeceras tiene coherencia con el hecho de que son publicaciones generalistas. *El País* además reforzaba una idea de democratización de la comida publicando sobre todo textos de recetas, y aunque en *The New York Times* se retrató como una cocina más especial y técnica, también era información para todos los públicos.

### **El tipo de artículo**

La repetición de un mismo tipo de artículo a la hora de cubrir el objeto de estudio ha proporcionado información sobre la narrativa global que le dio cada cabecera.

Para *El País*, hay un claro predominio de los artículos que son textos breves de recetas (quince), superando por más del doble a los reportajes (siete) y a las críticas de restaurantes (seis). Esto indica, por tanto, que cuando el lector quiera informarse sobre la cocina que el periódico

clasifica como ‘Oriental’ lo hará a través de este tipo de noticias, que son elaboraciones creadas y sugeridas por los periodistas, sobre todo. Como en el diario estadounidense, no se hallaron ni columnas ni entrevistas. Se huye, por tanto, de dar visibilidad absoluta al cocinero, mediante la entrevista, o de dedicar una pieza completa para argumentar sobre la cocina fusión asiática.

En *The New York Times* el tipo de texto más recurrente es el reportaje (catorce) en segundo lugar la crítica (seis) y, por último, la noticia. Los reportajes identificados eran, generalmente, extensos. Y, cuando no eran sobre gastroturismo, y sí sobre fenómenos como la migración de cocineros coreanos a EE.UU. o la trayectoria profesional de algún chef, se incluían múltiples fuentes. Así, se refleja una gran diferencia con el periódico español, porque proporciona un marco narrativo en el que se le da suficiente importancia a la cocina fusión asiática para tratarla desde perspectivas diversas en textos más complejos y profundos.

### Pregunta 3 de investigación

Atendiendo a la segunda pregunta de investigación, la enorme diferencia en el tamaño de la muestra en ProQuest Central, así como el tipo de artículos que más aparecieron en los dos periódicos demuestra que el periódico estadounidense tuvo un mayor interés por informar y divulgar sobre la cocina fusión asiática. Esto coincide con Fusté-Forné («Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century» 214), quien también identificó que los artículos sobre gastronomía en *The New York Times* eran más extensos y muy pocos eran breves, a diferencia de las publicaciones en los diarios españoles, entre los cuales, *El País*.

### Pregunta 4 de investigación

En *El País* todos periodistas o colaboradores relacionados con el mundo de la cocina eran de España. En contraposición, los autores de los artículos analizados del diario estadounidense tenían un bagaje más diverso desde un punto de vista cultural. Sin embargo, se comprobó que esto no influyó en que la cobertura informativa fuera desde un punto de vista más intercultural.

## **Conclusión**

## Conclusión

La interculturalidad es el proyecto de un diálogo entre las culturas equitativo, inclusivo y en el que se fomente la diversidad y el respeto (Universidad Nacional Autónoma de México). Y la comunicación intercultural es un tipo de comunicación interpersonal entre identidades sociales y culturales diversas que se establece desde la curiosidad y el no-juicio.

El presente trabajo tenía como objetivo examinar la narrativa de dos de los periódicos con mayor reputación en el mundo (SCImago Media 2024) sobre la cocina fusión asiática, desde el punto de vista de la comunicación intercultural.

Comer responde a la necesidad primaria de tener que alimentarse, pero también constituye un sello cultural de los países y un reflejo de su identidad. Y lo que convierte la cocina fusión en algo radicalmente especial es que pueda ser capaz de celebrar esta diversidad y derribar prejuicios y estigmas de los comensales en un bocado.

Sin embargo, hoy en día persisten en los medios de comunicación discursos que refuerzan el orientalismo, el concepto de superioridad occidental frente a Oriente; que representan a las culturas asiáticas de una forma discriminatoria y peyorativa que difunden y refuerzan estereotipos históricos y que ofrecen una visión de la realidad distorsionada.

Con esta investigación, se quería estudiar un caso muy concreto y en un tiempo muy acotado, pero de una cuestión que ha sido poco estudiada hasta el momento. Aun así, resulta de suma importancia por el impacto social de los discursos mediáticos en las autopercepciones de las personas de origen asiático migradas y en la de la sociedad en la que buscan integrarse.

Para ello, se examinaron los artículos de *El País* y *The New York Times* con una muestra reciente, entre los años 2018 y 2024, a fin de identificar la narrativa que construyen de la cocina fusión asiática. Y, focalizándose en las cuestiones del estilo de redacción, en la posibilidad de que la nacionalidad del autor influyera sobre la perspectiva para tratar este tema y la importancia que el periódico le daba a este asunto. Se utilizó la técnica del análisis de contenido, mediante la cual se realizó un estudio cuantitativo, basado en las categorías empleadas por Fusté-Forné en «Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century» (54-58); y cualitativo, en el que se examinaron variables como el uso de estereotipos, tonos que reflejaran etnocentrismo o los adjetivos para describir la cocina asiática, entre otras.

En ambos casos se comprobó que había manifestaciones de una comunicación no intercultural, pero con ciertas diferencias entre las dos cabeceras.

Los tipos de texto más recurrentes para el diario español fueron noticias breves, mayoritariamente recetas que eran artículos escuetos, donde se aportaba contexto, pero muy somero. Mientras que en el periódico estadounidense las piezas más frecuentes fueron los reportajes, que eran extensos, solían incluir fuentes que tenían perspectivas distintas y, en general, eran textos, de una complejidad superior.

Aun así, estos artículos estaban salpicados de expresiones infantilizantes, de asombro o incredulidad, que también se identificaron en reportajes de *The New York Times*. En las recetas de *El País* el uso de expresiones juiciosas fue superior e incluso se halló un texto con un titular racista.

En *El País*, se identificó asimismo una incoherencia recurrente entre la opinión positiva de estos alimentos y la forma de explicarlos. Con frecuencia, el artículo informaba sobre un producto o un plato de Asia alabándolo, pero el tratamiento sobre cómo incorporarlo en la cocina española era eurocéntrico y que perjudicaba a la cultura asiática. Estos artículos usaban expresiones que ensalzaban quien era el «forastero» (Rodrigo 80), utilizando estereotipos que, además, se repetían en distintos textos, como la expresión de «el sol naciente» para referirse a China o Japón; o generalizaciones culturales sin base fáctica.

La comunicación intercultural defiende una mentalidad de apertura a las diferencias identitarias, pero, a la vez, promueve el respeto a su independencia, sin pretensión de someter o asimilar una a la otra. En la cocina fusión existe también esta aspiración con el concepto de la ‘cocina fusión transmoderna’. El discurso que construyeron tanto *El País* como *The New York Times* era justamente opuesto a esta idea. La idea global que reflejaron ambas publicaciones fue el de rechazo al concepto de cocina fusión transmoderna porque se consideraba «arcaica» y que coartaba la creatividad en la cocina (Mishan, «Nothing sacred»).

La nacionalidad de los autores no supuso un factor que reflejara un tratamiento de la información más respetuoso con la cultura asiática. En *El País* todos los escritores eran españoles y en *The New York Times*, algunos de ellos tenían parentesco directo con migrantes asiáticos, aunque eran estadounidenses, pero la valoración global de los artículos no fue positiva.

En el aspecto que más divergieron los dos diarios fue en la relevancia que otorgaron a este tema. La base de datos que se empleó para la búsqueda inicial reflejó que la muestra hallada para *The New York Times* era mucho mayor. El tipo de artículo predominante para este diario, esto es, textos principalmente más extensos y complejos también refleja que para *The New York Times* este asunto tiene mayor importancia. Esto coincide con los hallazgos de Fusté-Forné, quien afirma que *The New York Times* también dio más importancia a la gastronomía que los diarios españoles que se analizaron, entre los cuales *El País* («Food Journalism: Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century» 214).

Sobre el etnocentrismo mediático, Rodrigo (89) recuerda que este tiene un impacto grave en las relaciones dentro de una sociedad. Constituye, por consiguiente, un objetivo extraordinario pero muy concreto conseguir que los discursos de los medios de comunicación generalistas y con más capacidad de difusión y de influir en las sociedades contemporáneas se transformen en pro de una visión más diversa, inclusiva, respetuosa.

La antropología y la sociología han planteado soluciones para la educación del periodismo intercultural para que, quienes ejercen como periodistas o los que están formándose puedan trabajar para conseguir avanzar en este objetivo. Existen numerosas guías elaboradas por expertos y se han creado programas interuniversitarios con pautas y propuestas concretas (Israel Garzón «Comunicación intercultural para la formación de periodistas» 7).

Para poder emprender esta tarea colectiva resulta primordial recordar la intención con la que se comunica, tomar conciencia de la mirada en la que se hace y realizar un ejercicio constante de autocritica constructiva. Mediante el aprendizaje y la superación personal, es posible conseguir una transformación global que en definitiva lleva a vivir en una sociedad más amable, respetuosa y solidaria.

## **Limitaciones y líneas futuras**

Este trabajo ha arrojado luz sobre la cobertura periodística de dos medios de comunicación de España y de EE.UU. de un tema muy específico y complejo por las implicaciones culturales y del que no existen numerosos antecedentes académicos.

En la elaboración de la investigación se hallaron diversas limitaciones.

En primer lugar, este trabajo ha abordado un período muy concreto y ha analizado dos periódicos generalistas, que pertenecen a un contexto político, económico y social muy concreto.

En el proceso de investigación, una de las limitaciones ha sido el número de la muestra y la horquilla temporal. Si se diera la posibilidad de retomar la investigación, la ampliación de la muestra a diversos períodos de cinco años, por ejemplo, sería una forma en la que se podría establecer una comparativa más extensa y que, además, permitiera una comparativa longitudinal entre los segmentos temporales.

Otra limitación que se ha dado ha sido la información desigual en el buscador ProQuest que, obligó a acotar estrictamente la búsqueda y finalmente, a combinar la búsqueda automatizada con la manual.

En relación a esto, también ha existido la limitación del análisis gráfico con este motor de búsqueda, ya que no incluía las imágenes de los artículos. En este caso, las imágenes podían contener información sobre los platos, el chef o el restaurante. Analizar esta información proporcionaría un nuevo aspecto que analizar en una posible investigación futura.

Este trabajo ha analizado dos periódicos de países diferentes, sin embargo, resultaría interesante también poder trasladar esta perspectiva a una muestra mayor de diarios internacionales, profundizando en la perspectiva de los países occidentales para observar si el tratamiento es similar a las cabeceras ya estudiadas.

De otro modo, resultaría primordial realizar el análisis de contenido pero con una muestra de periódicos generalistas asiáticos.

A fin de completar los resultados obtenidos mediante el análisis de contenido, también sería una gran oportunidad entrevistar a chefs y cocineros migrantes de Asia, de restaurantes de cocina fusión asiática; y plantear el debate del uso del término fusión dentro del sector, y los obstáculos que puedan haberse encontrado al migrar.

Por último, una investigación futura también podría tener en cuenta la perspectiva de los autores de estos artículos y preguntar a los periodistas de la sección de gastronomía sobre si tienen decálogos específicos sobre cultura e inclusión o si se plantean los dilemas de índole cultural en la gastronomía.

## **Bibliografía**



## Bibliografía

- Aguirre, Lakshmi. «Furikake: el condimento japonés que lo mejora todo». *El País*, 30 de agosto de 2021. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2021/07/15/articulo/1626349256\\_976363.html](https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2021/07/15/articulo/1626349256_976363.html).
- . «La maestra del koji que hace condimentos japoneses con ingredientes de aquí». *El País*, 18 de agosto de 2022. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2022/07/15/articulo/1657878745\\_245821.html](https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2022/07/15/articulo/1657878745_245821.html).
- Akyürek, Suat. «A New Culinary Trend: Fusion Cuisine-Sample Applications from Some Selected Countries». *Recent Advances in Social Sciences*, Primera Edición, Cambridge Scholars Publishing, 2019, pp. 193-94.
- Alandete, David. "Paella Valenciana Juega... y Gana: [Edición 1st Ed. Madrid]." *El País*, 3, febrero de 2011, pp. 42. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/paella-valenciana-juega-y-gana/docview/848796381/se-2>.
- Almudévar, Diego Domínguez. «Gyozas para aprovechar restos». *El País*, 26 de diciembre de 2023, <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2023-12-26/gyozas-para-aprovechar-restos-de-las-comidas-de-navidad.html>.
- Álvarez, Paz. "El Mejor Restaurante Del Mundo Tiene Sabor Latino: [Edición 1st Ed. Madrid]." *El País*, 21, junio de 2023, pp. 44. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/el-mejor-restaurante-del-mundo-tiene-sabor-latino/docview/2827790386/se-2>.
- Andreu, Jaime. *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro Estudios Andaluces., 1998.
- Barañano, Ascensión, et al. *Diccionario de relaciones interculturales: diversidad y globalización*. Universidad Complutense, 2007, <https://hdl.handle.net/20.500.14352/54634>.
- Bessiere, Jacinthe, y Laurence Tibere. «Traditional Food and Tourism: French Tourist Experience and Food Heritage in Rural Spaces». *Journal of the Science of Food and Agriculture*, vol. 93, n.º 14, noviembre de 2013, pp. 3420-25. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1002/jsfa.6284>.

- Bessière, Jacinthe. «‘Heritagisation’, a Challenge for Tourism Promotion and Regional Development: An Example of Food Heritage». *Journal of Heritage Tourism*, vol. 8, n.º 4, noviembre de 2013, pp. 275-91. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>.
- Broc, Òscar. «10 variedades de sushi que deberías conocer». *El País*, 8 de noviembre de 2018. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2018/10/28/articulo/1540766877\\_011218.html](https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2018/10/28/articulo/1540766877_011218.html).
- Capel, José Carlos. «El nuevo Pakta, la taberna japomediterránea de Albert Adrià». *El País*, 11 de noviembre de 2019. *elpais.com*, [https://elpais.com/elpais/2019/11/10/gastronotas\\_de\\_capel/1573425127\\_316891.html](https://elpais.com/elpais/2019/11/10/gastronotas_de_capel/1573425127_316891.html).
- . «Restaurantes para dar la vuelta al mundo sin salir de España». *El País*, 28 de noviembre de 2018. *elpais.com*, [https://elpais.com/elpais/2018/11/27/estilo/1543331343\\_067529.html](https://elpais.com/elpais/2018/11/27/estilo/1543331343_067529.html).
- . «Smoked Room, en la barra de estilo japonés de Dani García». *El País*, 2 de julio de 2021. *elpais.com*, [https://elpais.com/elviajero/2021/07/01/actualidad/1625128667\\_255155.html](https://elpais.com/elviajero/2021/07/01/actualidad/1625128667_255155.html).
- Castro, Javier Sánchez. «Ni el sushi de verdad se hace con salmón ni eso verde que tienes en el plato es wasabi». *El País*, 12 de octubre de 2019. *elpais.com*, [https://elpais.com/elpais/2019/10/11/buenavida/1570798454\\_717835.html](https://elpais.com/elpais/2019/10/11/buenavida/1570798454_717835.html).
- Cerca - Guies BibTIC at Universitat Pompeu Fabra.*  
[https://guiesbibtic.upf.edu/srch.php?q=central&guide\\_id=246097](https://guiesbibtic.upf.edu/srch.php?q=central&guide_id=246097). Accedido 14 de mayo de 2024.
- Chiaro, Delia, y Linda Rossato. «Food and Translation, Translation and Food». *The Translator*, vol. 21, n.º 3, septiembre de 2015, pp. 237-43. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1080/13556509.2015.1110934>.
- Comidista, El. «Bowl de arroz con verduras al estilo bibimbap». *El País*, 4 de julio de 2023, <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/recetas-a-tu-bowl/2023-07-04/bowl-de-arroz-con-verduras-al-estilo-bibimbap.html>.
- Conectar - ProQuest.* <https://www.proquest.com/search/2600504?accountid=14708>. Accedido 18 de mayo de 2024.
- . <https://www.proquest.com/search/2600507?accountid=14708>. Accedido 18 de mayo de 2024.

- Domas, Marilyn, y Emily Marsh. «Content Analysis: A Flexible Methodology». *Library Trends*, vol. 55, n.º 1, junio de 2006, pp. 22-45, <https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>.
- Doncel, Carlos. «Once buenos restaurantes tailandeses, vietnamitas e indonesios en España». *El País*, 23 de junio de 2022. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2022/06/16/articulo/1655367443\\_452659.html](https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2022/06/16/articulo/1655367443_452659.html).
- Elegant, Simon. «A Jewel Box Packed with Color and Spice: [Travel Desk]. » *New York Times*, 1, abril de 2023. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/jewel-box-packed-with-color-spice/docview/2793301321/se-2>.
- El País. «EL ACENTO Tecnología En Los Fogones: [Edición 1st Ed. Madrid]. » *El País*, 29, enero de 2012, pp. 28. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/el-acento-tecnología-en-los-fogones/docview/918469626/se-2>.
- Enano, Virginia López. «¿Inventaron los noruegos el sushi de salmón?» *El País*, 22 de noviembre de 2020. *elpais.com*, [https://elpais.com/elpais/2020/11/18/eps/1605693782\\_549517.html](https://elpais.com/elpais/2020/11/18/eps/1605693782_549517.html).
- Escudero, Mònica. «Bocaditos de langostino con sambal de cilantro». *El País*, 12 de diciembre de 2018. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2018/12/04/receta/1543939740\\_569726.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2018/12/04/receta/1543939740_569726.html).
- . «Kasa Hanaka: udon, pasteles y un menú de 9,50 euros en un centro cívico de Barcelona». *El País*, 31 de mayo de 2023, <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2023-05-31/kasa-hanaka-udon-pasteles-y-un-menu-de-950-euros-en-un-centro-civico-de-barcelona.html>.
- . «Rollitos crujientes de papel de arroz». *El País*, 21 de septiembre de 2021. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/09/20/receta/1632140825\\_942179.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/09/20/receta/1632140825_942179.html).
- Fabricant, Florence. «Angie Mar's Latest, Les Trois Chevaux, Opens: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, Jul 07, 2021. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/angie-mars-latest-les-trois-chevaux-opens/docview/2548772651/se-2>.
- . «Xilonen, from the Oxomoco Team, Opens in Greenpoint, Brooklyn: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, Dec 30, 2020. ProQuest,

<https://www.proquest.com/newspapers/xilonen-oxomoco-team-opens-greenpoint-brooklyn/docview/2473599442/se-2>.

---. «Malibu Farm, Inspired by California, Opens in the Seaport District: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, Aug 28, 2019. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/malibu-farm-inspired-california-opens-seaport/docview/2281006501/se-2>.

---. «New Essex Street Market Opens in an Enormous New Space: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, May 15, 2019. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/new-essex-street-market-opens-enormous-space/docview/2224821281/se-2>.

Font, Mireia. «Croquetas japonesas de patata (Korokke)». *El País*, 22 de noviembre de 2019. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2019/11/12/receta/1573557865\\_327146.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2019/11/12/receta/1573557865_327146.html).

---. *Dos cremas de calabaza de aires asiáticos*. 23 de septiembre de 2020. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2020/09/14/receta/1600090946\\_875385.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2020/09/14/receta/1600090946_875385.html).

Fürsich, Elfriede. «Media and the representation of Others». *International Social Science Journal*, vol. 61, marzo de 2010, p. 113, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x>.

Fusté-Forné, Francesc. *Building the discourse on the popularization of gastronomy in the twenty-first century*. 2017. Universitat Ramon Lull, PhD Thesis.

---. «Reading about Gastronomy—An Approach to Food Contents in New York City’s Newspapers». *Journalism and Media*, vol. 1, n.º 1, diciembre de 2020, pp. 18-25. *www.mdpi.com*, <https://doi.org/10.3390/journalmedia1010002>.

Fusté-Forné, Francesc, y Pere Masip. «Descifrando La Información Periodística Especializada: La Gastronomía En La Prensa Diaria Española». *Observatorio (OBS\*)*, vol. 12, n.º 2, junio de 2018. *obs.obercom.pt*, <https://doi.org/10.15847/obsOBS12220181210>.

---. «Food and Journalism: Storytelling about Gastronomy in Newspapers from the US and Spain.» *Lifestyle Journalism*, 2019, pp. 129-40.

*Globalization*. <https://education.nationalgeographic.org/resource/globalization>. Accedido 12 de abril de 2024.

Hong, Nicole, Elaine Chen, and Chang W. Lee. «Crisis Tests the Identity of Chinatown: 'Who are we for?': [Foreign Desk].» *New York Times*, Jul 01, 2020. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/crisis-tests-identity-chinatown-who-are-we/docview/2418925457/se-2>.

Huang, Yu, y Christine Chi Mei Leung. «Western-Led Press Coverage of Mainland China and Vietnam during the SARS Crisis: Reassessing the Concept of 'Media Representation of the Other'». *Asian Journal of Communication*, vol. 15, n.º 3, noviembre de 2005, pp. 302-18. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1080/01292980500261621>.

Inamine, Elyse. «It's all Hawaiian, Broadly Speaking: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, 21 de junio de 2023. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/all-hawaiian-broadly-speaking/docview/2827849184/se-2>.

---. «Desserts without Borders: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, 3, mayo de 2023. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/desserts-without-borders/docview/2808459702/se-2>.

---. «Where Identity is Complicated, Food is Inspired: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, Aug 01, 2022. ProQuest, <https://www.proquest.com/newspapers/where-identity-is-complicated-food-inspired/docview/2696779637/se-2>.

«Incredulidad». *Real Academia Española: Diccionario de la lengua española*, RAE, <https://dle.rae.es/incredulidad%20?m=form>.

Israel Garzón, Estrella. «Comunicación intercultural para la formación de periodistas». *Sala de Prensa*, vol. 2, n.º 45, julio de 2002, <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/09/120901.pdf>.

Iturriaga, Mikel López. «Boquerones fritos: una receta crujiente». *El País*, 28 de julio de 2022. [elpais.com](https://elpais.com), [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2022/07/18/receta/1658155752\\_484276.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2022/07/18/receta/1658155752_484276.html).

---. «Desorientado: el restaurante asiático creativo que no parece vegano». *El País*, 20 de julio de 2023, <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2023-07-20/desorientado-el-restaurante-asiatico-creativo-que-no-parece-vegano.html>.

---. «Hamburguesa con salsa teriyaki casera». *El País*, 13 de marzo de 2018. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2018/03/05/receta/1520272528\\_016197.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2018/03/05/receta/1520272528_016197.html).

---. «Tres formas de tomar edamame que no son la de siempre». *El País*, 16 de octubre de 2019. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2019/10/03/articulo/1570122183\\_024164.html](https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2019/10/03/articulo/1570122183_024164.html).

Janer, Zilkia. «(In)edible Nature: New World Food and Coloniality». *Cultural Studies*, vol. 21, n.º 2-3, 2007, pp. 385-405. *www.academia.edu*, <https://doi.org/10.1080/09502380601162597>.

«Jay Levin - Freelance journalist/retired». *LinkedIn*

Khan, Sarah. «Johannesburg: [Travel Desk].» *New York Times*, Feb 18, 2018. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/johannesburg/docview/2002739985/se-2>.

Kolb, Melina. «What Is Globalization?» *Peterson Institute for International Economics*, 29 de octubre de 2018, <https://www.piie.com/microsites/globalization/what-is-globalization>.

Krishna, Priya. «I Didn't Truly Know My Mother Until I Cooked With Her». *The New York Times*, 7 de mayo de 2024. *NYTimes.com*, <https://www.nytimes.com/2024/05/07/dining/cooking-mothers-day.html>.

---. «A Window to Success Swings Open: [Dining in, Dining Out / Style Desk].» *New York Times*, Apr 27, 2022. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/window-success-swings-open/docview/2655387866/se-2>.

Laich, Julia. «Lubina con curry, espinacas y berberechos». *El País*, 27 de enero de 2021. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/01/07/receta/1610031760\\_294090.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/01/07/receta/1610031760_294090.html).

Lertromyanant, Weerawat. «Literary Techniques Used for Representing Asia Based on Orientalism in American Popular Media in the 21st Century». *Journal of Language and Culture*, vol. 42, n.º 1, junio de 2023, pp. 91-126. *so03.tci-thaijo.org*, <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLC/article/view/270123>.

- Levin, Jay. «A Suburb More Homey than Polished: [Real Estate Desk].» *New York Times*, Feb 24, 2019. *ProQuest*,  
<https://www.proquest.com/newspapers/suburb-more-homey-than-polished/docview/2185161450/se-2>.
- Majid, Aisha. «Top 25 US Newspaper Circulations: Print Circulations of Largest Titles Fall 14% in Year to September 2023». *Press Gazette*, 19 de febrero de 2024,  
[https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/media\\_metrics/us-newspaper-circulation-2023/](https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/media_metrics/us-newspaper-circulation-2023/).
- Martín, Alfonso D. «Boloñesa asiática». *El País*, 5 de octubre de 2020. *elpais.com*,  
[https://elpais.com/gastronomia/recetas/2020/09/30/receta/1601449861\\_134771.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2020/09/30/receta/1601449861_134771.html).
- . «Fideos udon ‘cacio e pepe’ con yema curada y limón». *El País*, 18 de enero de 2024,  
<https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2024-01-18/fideos-udon-cacio-e-pepe-con-yema-curada-y-limon.html>.
- . «Guài wèi, el ‘sabor extraño’ de Sichuan». *El País*, 7 de junio de 2021. *elpais.com*,  
[https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/05/31/receta/1622445251\\_364942.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/05/31/receta/1622445251_364942.html).
- . «Tarta de queso y miso sin gluten». *El País*, 11 de noviembre de 2021. *elpais.com*,  
[https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/10/25/receta/1635174374\\_315880.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2021/10/25/receta/1635174374_315880.html).
- Media Rankings*. <https://www.scimagomedia.com/rankings.php>. Accedido 24 de mayo de 2024.
- Mishan, Ligaya. «Asian-American Cuisine’s Rise, and Triumph». *The New York Times*, 10 de noviembre de 2017. *NYTimes.com*, <https://www.nytimes.com/2017/11/10/t-magazine/asian-american-cuisine.html>.
- Oshiro, Joleen. «Zippy’s Receives Praise from Bon Appetit Magazine». *Honolulu Star-Advertiser*, 9 de junio de 2018, <https://www.staradvertiser.com/2018/06/08/breaking-news/zippys-receives-praise-from-bon-appetit-magazine/>.
- PAÍS, Ediciones EL. «Gastronomía: recetas, restaurantes y bebidas en EL PAÍS». *El País*, 24 de enero de 2024, <https://elpais.com/gastronomia/>.
- Palmer, Michael. *International News Agencies: A History*. 2019.

- Parasecoli, Fabio. «Savoring Semiotics: Food in Intercultural Communication». *Social Semiotics*, vol. 21, n.º 5, noviembre de 2011, pp. 645-63. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.578803>.
- Pelayo, Escandón. «Conexión 'Chifa': [Edición 1st Ed. Madrid].» *El País*, 11, diciembre de 2016, pp. 8. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/conexión-chifa/docview/1847588228/se-2>.
- Pérez, Amparo. «El tesón de volver a emprender a los 69 años». *El País*, 29 de abril de 2024, <https://elpais.com/espana/catalunya/2024-04-29/el-teson-de-volver-a-emprender-a-los-69-anos.html>.
- Pérez-Lanzac, Carmen. «Piruetas Del 'Sushi' Castizo: [Edición 1st Ed. Madrid].» *El País*, 28, octubre de 2011, pp. 3. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/piruetas-del-sushi-castizo/docview/900746630/se-2>.
- Polo, Claudia. «Brócoli frito agridulce con cacahuetes». *El País*, 27 de febrero de 2024, <https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2024-02-27/brocoli-frito-agridulce-con-cacahuetes.html>.
- Pompeu Fabra, Universidad. *Miquel Rodrigo-Alsina*. [https://www.upf.edu/web/miquel\\_rodrigo](https://www.upf.edu/web/miquel_rodrigo). *Programa Universitario de Estudios de la Diversidad Cultural y la Interculturalidad*. <https://proyectos.cuaed.unam.mx/puic/glosario.html#p>. Accedido 21 de abril de 2024.
- ProQuest Central*. [https://about.proquest.com/en/products-services/ProQuest\\_Central/](https://about.proquest.com/en/products-services/ProQuest_Central/). Accedido 14 de mayo de 2024.
- Remartínez, David. «Por qué el táper del chino es lo más pop de la gastronomía española». *El País*, 7 de enero de 2022. *elpais.com*, [https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2021/12/20/articulo/1640000747\\_639028.html](https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2021/12/20/articulo/1640000747_639028.html).
- Riel Alston-O'Connor, Jessa. *Consuming Culture: Negotiating Asian Canadian Identities Through Food Culture and Art*. 2011. Concordy University, [https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/35880/1/Alston-OConnor\\_MA-F2011.pdf](https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/35880/1/Alston-OConnor_MA-F2011.pdf).



- Rivas, Rosa. «El Año En Que La Cocina Estelar Bajó a La Tierra: [Edición Kiosko].» *El País*, 31, diciembre de 2013, pp. 42. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/el-año-en-que-la-cocina-estelar-bajó-tierra/docview/1471910962/se-2>.
- . «El 'Kimchi' Conquista Europa: [Edición 1st Ed. Madrid].» *El País*, 8, diciembre de 2011, pp. 44. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/el-kimchi-conquista-europa/docview/909130798/se-2>.
- Rodrigo Alsina, Miquel. *La Comunicación intercultural*. Anthropos, 1999.
- Rossetto, Lynne. «How Momofuku's David Chang learned to embrace the word “fusion”». *Splendid Table*, <https://www.splendidtable.org/story/2013/08/16/how-momofukus-david-chang-learned-to-embrace-the-word-fusion>. Accedido 26 de abril de 2024.
- Saéz, Albert. *El periodisme després de Twitter. Notes per a repensar l'ofici*. Edicions 3 i 4, 2015.
- Scholte, Jan Aart. «Defining Globalisation». *The World Economy*, vol. 31, n.º 11, noviembre de 2008, pp. 1471-502. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2007.01019.x>.
- Scott, Patrick. «Hoi an, Vietnam: [Travel Desk].» *New York Times*, Mar 24, 2019. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/hoi-vietnam/docview/2196112208/se-2>.
- Sims, Rebecca. «Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience». *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 17, n.º 3, mayo de 2009, pp. 321-36. *DOI.org (Crossref)*, <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>.
- Singer, Paola. «In Spain's Capital, an Infusion Lifts the Food Scene: [Travel Desk].» *New York Times*, Jul 29, 2018. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/spains-capital-infusion-lifts-food-scene/docview/2077780443/se-2>.
- The New York Times. «Where to Eat in New York City this Summer.» *New York Times*, 13, junio de 2023. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/where-eat-new-york-city-this-summer/docview/2825242364/se-2>.
- Thomas, Paul, y Amina Selimovic. «“Sharia on a Plate?” A critical discourse analysis of halal food in two Norwegian newspapers». *Journal of Islamic Marketing*, vol. 6, n.º 3, enero de 2015, pp. 331-53. *Emerald Insight*, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0041>.

- Velsey, Kim. «Kim Velsey Author Archive». *Curbed*, <https://www.curbed.com/author/kim-velsey/>.  
Accedido 15 de mayo de 2024.
- . «Moving to Yonkers, Strictly for Love: [Real Estate Desk].» *New York Times*, Nov 04, 2018.  
*ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/moving-yonkers-strictly-love/docview/2128971152/se-2>.
- Villalón, Clara Pérez. «Ensaladilla japonesa». *El País*, 7 de septiembre de 2020. *elpais.com*,  
[https://elpais.com/gastronomia/recetas/2020/09/02/receta/1599038355\\_955219.html](https://elpais.com/gastronomia/recetas/2020/09/02/receta/1599038355_955219.html).
- Voss, Kimberly Wilmot. «Food Journalism or Culinary Anthropology? Re-Evaluating Soft News and the Influence of Jeanne Voltz’s Food Section in the *Los Angeles Times*». *American Journalism*, vol. 29, n.º 2, abril de 2012, pp. 66-91. *DOI.org (Crossref)*,  
<https://doi.org/10.1080/08821127.2012.10677826>.
- Vukić, Tijana, et al. «Developing Intercultural Communication Competencies Using Various Learning Methods at a Media Communications Study Programme». *Journal of International Business Research and Marketing*, vol. 4, n.º 6, Setiembre de 2019, pp. 15-28,  
<https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.46.3002>.
- Walsh, Nora. «In Buenos Aires, Plenty to Savor: [Travel Desk].» *New York Times*, Mar 11, 2023.  
*ProQuest*,  
<https://www.proquest.com/newspapers/buenos-aires-plenty-savor/docview/2785551144/se-2>.
- Wells, Pete. «Indonesian Food with Family Seasoning: [Review].» *New York Times*, Apr 24, 2019.  
*ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/indonesian-food-with-family-seasoning/docview/2213015614/se-2>.
- . «A Chef Explores His Pan-African Vision: [Review].» *New York Times*, Oct 31, 2018. *ProQuest*,  
<https://www.proquest.com/newspapers/chef-explores-his-pan-african-vision/docview/2127106974/se-2>.
- . «Japanese Seafood without a Sting in the Tail: [Review]. » *New York Times*, May 23, 2018.  
*ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/japanese-seafood-without-sting-tail/docview/2042575669/se-2>.

Wooley, Alexander. «A Canadian Island Where Hip Meets Historic: [Travel Desk]. » *New York Times*, Sep 15, 2019. *ProQuest*, <https://www.proquest.com/newspapers/canadian-island-where-hip-meets-historic/docview/2290185494/se-2>.