



## Especiales



Aviación y Turismo.



Rincón Gastronómico



Destinos del Mundo

Hemeroteca :: Edición del 18/10/2014 | [Salir de la hemeroteca](#)

418/745

### Rincón Gastronómico

## Como Pollo Sin Cabeza



**Escrito por al-salmorejo y remitido por Quino Moreno**

Última actualización 18/10/2014@18:44:39 GMT+1

Like { 1 } +1 { 0 } Twittear { 0 }

**Indudablemente Córdoba Califato Gourmet ha puesto la gastronomía de esta ciudad en los medios de comunicación y para ello seguro que se realizarán los pertinentes informes que lo demuestren. La cuestión será saber cuál ha sido el impacto y si éste ha sido efímero o no.**

La idea de unir a varios cocineros de renombre (Paco Roncero, Manuel de la Osa, Xosé Torres, Kiko Moya, Rubén Trincado, José Carlos García, Manu Jara y los cordobeses Kisko García y Juanjo Ruiz) ha tenido un efecto llamado importante. Aunar cuatro culturas culinarias, la excusa. Si sumas dos y dos, el resultado es cristalino.

Sin tener suficiente tiempo para el análisis, los mismos que lo han organizado, coorganizado, asistido en calidad de invitados han seguido dándole coba por medio de las redes sociales. Y de la cantidad de tweets, publicaciones y fotografías de diferentes platos, se asiste a una retroalimentación que pueden dar empacho.

Es habitual que en este tipo de eventos haya un grupo de periodistas especializados en la temática concreta, con todos los gastos pagados a cargo de la organización, cuyo trabajo consiste en tomar el pulso a lo que acontece y que por norma general suelen recibir el nombre de "prensa acreditada".

La libertad que ha proporcionado un medio tan democrático como Internet ha favorecido la aparición de la figura de los blogueros, que no siempre tienen una formación específica en comunicación, agroalimentación o gastronomía. La presencia de este tipo de perfiles en estos casos se suele justificar por el alto número de seguidores o repercusión que generan. Sin embargo, no se suele hacer un análisis exhaustivo sobre cada uno de ellos para conocer cuánto hay de cierto en esos índices de popularidad o la distinción entre quienes aportan información correcta relativa al sector gastronómico y los que se dedican a las publicaciones de recetas.

De ahí que sea necesario aclarar que ni todos los periodistas son blogueros ni todos los blogueros son periodistas, aún habiendo algunos de ellos que se preocupan por ofrecer textos bien trabajados, honestos y contrastados. Mientras siga existiendo esta confusión, flaco favor se hace a la gastronomía al confundir ambos términos.

En esta misma línea apuntamos dos realidades. La primera de ellas se refiere al hecho de que los agradecimientos públicos son única y exclusivamente a los organizadores. Nadie ha tenido el detalle de agradecer a los cocineros y sus equipos (incluyendo a los que realizaron las tapas que participaron en el concurso) haber estado al pie del cañón. Ni tampoco a todo el personal del Círculo de la Amistad el trabajo que desarrollaron a lo largo de todo el día. Es de justicia también reconocerlo.

El segundo sigue teniendo que ver con algunas de esas entradas en las que llama la atención el siguiente párrafo (sobre todo porque se repite en varias de ellas): tanto en el aperitivo como en la cena "se han degustado los productos más exclusivos de la despensa cordobesa, como el jamón de ibéricos Covap o el exclusivo pan de José Roldán, además del aceite de Carbonell, la cerveza Cruzcampo Gran Reserva y los vinos de Mar de Frades y Ramón Bilbao". La falta de rigor resulta cuanto menos sorprendente porque algunas de estas marcas no son siquiera cordobesas.

Otro elemento de análisis lo encontramos en el argumento de venta de Córdoba Califato Gourmet. En un evento que se ha vendido como una oportunidad extraordinaria de conocer y promocionar, entre otros, los productos agroalimentarios de la provincia con calidad diferenciada... ¿Qué lugar han ocupado las Denominaciones de Origen Protegidas en un evento cuyo apellido ha sido "gourmet"?

Otro elemento de análisis lo encontramos en el argumento de venta de Córdoba Califato Gourmet. En un evento que se ha vendido como una oportunidad extraordinaria de conocer y promocionar, entre otros, los productos agroalimentarios de la provincia con calidad diferenciada... ¿Qué lugar han ocupado las Denominaciones de Origen Protegidas en un evento cuyo apellido ha sido "gourmet"?

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española algo exclusivo es "único, solo, excluyendo a cualquier otro". Por tanto, los máximos exponentes de la exclusividad en lo referente a la despensa cordobesa son los productos amparados en una Denominación de Origen y que, en el caso de la provincia de Córdoba, son siete. De éstas, sólo una estuvo presente: la del vino Montilla-Moriles.

Nos hemos preguntado acerca de por qué teniendo Córdoba tanta cantidad de productos certificados y de calidad diferenciada, exclusiva, sólo había una de ellas. Y otra pregunta que nos ha surgido a continuación ha sido: habiendo específicamente cuatro de aceite de oliva virgen extra, ¿por qué no han estado presentes?

En este sentido hemos preguntado y nos hemos encontrado con la respuesta: incumplimiento, por parte de los organizadores, de los compromisos acordados y, especialmente en el punto en el que se especifica que podrá participar cualquier empresa de aceite virgen extra con Denominación de Origen. La presencia de una marca oleícola con exclusividad y sin ningún tipo de calificación certificada ha provocado, según nuestras fuentes, que se haya producido un "veto de facto" y por tanto, la salida de estas Denominaciones de Origen de la provincia en Córdoba Califato Gourmet.

Covap, como representante del jamón ibérico en el evento gourmet, tuvo el "acierto" de poner encima de la mesa un producto amparado por la denominación de Los Pedroches, como así lo reflejaba la vitola negra visible en la pata.

Estas incongruencias vistas a lo largo del día 29 de septiembre deberían ser analizadas si, tal y como se anunció, va a realizarse una segunda edición. El sector de la gastronomía, que tanto dinero mueve, que tanto empleo asociado genera y que tanto turista atrae, debería ser tomada mucho más en serio y de una forma mucho más responsable que hasta ahora.

#### ***Estibaliz Redondo de Miguel Periodista Al-Salmorejo.***

Nota: Se nos ha avisado que si publicábamos este artículo debíamos atenernos a las consecuencias y que podría hacer que las instituciones públicas dejaran de apoyar los encuentros gastronómicos que hemos llevado a cabo durante este año y que pensamos seguir realizando el año que viene (todos ellos, además, respaldados por las Denominaciones de Origen, las instituciones y empresas privadas del sector). Somos conocedores de la calidad moral y política de quienes están ahora mismo al frente de las mismas y por tanto dudamos que exista un caldo de cultivo que favorezca una manipulación de este calibre.