

Lanzarote

24, 25 y 26 marzo 2021



Ayuntamiento
de Tías



puerto
carmen
LANZAROTE

HERMES

Comunicación, medios audiovisuales y análisis
en España y LATAM

EL CONSUMO HEDONISTA EN FOODIE LOVE. ANÁLISIS DE LA RUTA GASTRONÓMICA SUGERIDA

Dra. Yolanda Cabrera García-Ochoa (Universidad de Valencia) Dra. Vanessa Roger-Monzó (ESIC Business & Marketing School) Dra. Myriam Martí-Sánchez (ESIC Business & Marketing School)

Universidad principal



UNIVERSIDAD
D SEVILLA
1505



unir
UNIVERSIDAD
DE ASTURIAS



INTRODUCCIÓN:

La ópera prima seriada de Coixet, **Foodie Love** (HBO, 2019) es un claro exponente de su obra, ya que combina las historias de sus protagonistas con el placer gastronómico y los escenarios en los que se despliega el paladar (España, Francia, Italia, Japón...).

Esta investigación analiza la ruta gastronómica sugerida que determinan las preferencias hedonistas de estos comensales gourmet.

Se trata de la primera serie de ficción de HBO España, además ganadora del premio Feroz a mejor actriz secundaria.



@HandleTwitter

#CongresoHermes2021

INTRODUCCIÓN:



@HandleTwitter

H Comunicación, medios audiovisuales y análisis
en España y LATAM

METODOLOGÍA

- **Objetivo:** mostrar la propuesta gastronómica vinculada con el placer y la culpa a través de la narrativa audiovisual de la serie.
- **Enfoque cualitativo**, es del tipo estudio de caso, y de nivel interpretativo.
- 8 capítulos de Foodie Love, de 45 minutos de duración. Primera temporada.
- **Ficha de observación**, para identificar y relacionar la selección de alimentos que degustan los protagonistas con el hedonismo y la culpa.

RUTA GASTRONÓMICA



La ficción funde dos pasiones de la Isabel Coixet el **amor** y la **comida**.

Dos "foodie lovers" nos proponen una **ruta gastronómica** que les permite irse conociendo a través de los **platos degustados**.

Uso **hedonista** de los alimentos que guía la relación de estos dos enamorados motivados por sus **miedos, dudas y culpas**.

La serie descubre unos **locales sorprendentes** que se unen a la trama y nos invitan a **descubrirlos**.





SOJIO | HOUSE Y TOMAR COCTELES EN UN CINE CON UNA PELL | OL RESNAIS

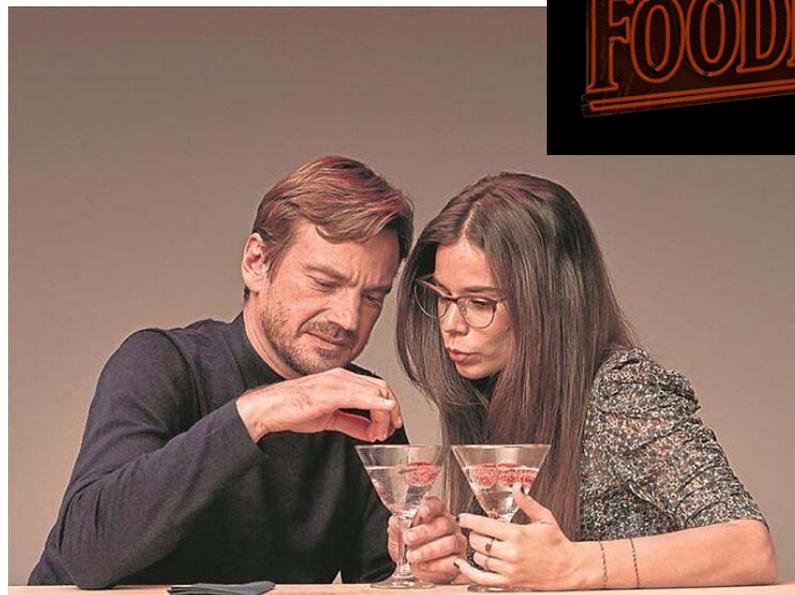
CONCLUSIONES:

- *Foodie Love* es una historia de amor hedonista en la que a la diversidad de culturas se une la simbiosis entre el amor y la gastronomía.
- Gastronomía como forma de comunicación, forma de transmisión cultural, símbolo territorial y muestra del arraigo del individuo a un determinado lugar. Se convierte en una vía de escape y evasión de culpa, temores y miedos asociados a las relaciones de pareja.
- Los gustos culinarios de los protagonistas dibujan unos personajes con una cultura transfronteriza, ecléctica y diversa, con cierta carencia emocional, que queda reflejada en los diferentes viajes que les alejan físicamente y les acercan emocionalmente, al mismo tiempo.



#CongresoHermes2021

FOODIE LOVE



Gracias por vuestra atención y disfrutad de la ruta sugerida

@HandleTwitter

 Comunicación, medios audiovisuales y análisis
en España y LATAM

#CongresoHermes2021



ScienceFlows

HOME PROYECTOS TEAM PUBLICACIONES BLOG SCIENCESHOP CONTACTO   | 

ESMODA-ECO

Producción científica

PROYECTO ESMODA-ECO (RTI2018-099663-B-I00)

ENTIDAD FINANCIADORA



ENTIDADES PARTICIPANTES



ESMODA-ECO (Estudio de las modas en la alimentación a través del ecosistema comunicativo RTI2018-099663-B-I00) es un proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades dentro de la convocatoria 2018 de "Proyectos de I+D de retos de Investigación" del programa estatal I+D+i orientadas a los retos de la sociedad. El objetivo fundamental del proyecto es analizar la evolución de las modas en la alimentación en España a través del estudio de su reflejo en el ecosistema comunicativo. El proyecto cuenta con una financiación de 42.000 euros para la ejecución.

Dra. Yolanda Cabrera García-Ochoa (Universidad de Valencia)
Dra. Vanessa Roger-Monzó (ESIC Business & Marketing School)
Dra. Myriam Martí-Sánchez (ESIC Business & Marketing School)

@HandleTwitter

 Comunicación, medios audiovisuales y análisis
en España y LATAM