

La publicidad en la televisión: ¿una fuente de vergüenza o de confianza?

Imagine que está en un lujoso restaurante y su pareja lo presenta a sus padres. De repente, se encuentra ante un menú repleto de palabras desconocidas y se siente abrumado. ¿Le suena familiar? Este es el escenario de una conocida publicidad de televisión en la que un joven se salva de la vergüenza gracias a una búsqueda rápida en su teléfono móvil.

En la actualidad, los menús suelen ser breves y concisos, lo que puede resultar igual de confuso. Desde restaurantes con estrellas Michelin hasta pequeños locales de platos para compartir, muchos chefs buscan transmitir los atributos clave de un plato en pocas palabras. A menudo, solo disponemos de cuatro o cinco palabras, lo que puede llevar a la confusión.

Una tendencia hacia la brevedad y la ambigüedad

Charles Spence, profesor de psicología experimental en la Universidad de Oxford, ya hablaba en 2014 de las "descripciones de la lista de la compra" en los menús y sugiere que su proliferación puede reflejar un cambio a un estilo de comedor más relajado. "Fomenta la informalidad, la relajación y una falta de pretenciosidad", afirma Spence.

Sin embargo, esta nueva forma de describir los platos también puede ser engañosa. A menudo, incluye elementos japoneses y franceses, así como variedades específicas de ingredientes, sin una explicación adicional. Por ejemplo, ¿qué significa "ex-dairy" en la carne o "giardiniera" en las verduras?

Un desafío o una oportunidad

Algunos chefs consideran que el uso de términos desconocidos puede ser una forma de desafiar a los comensales y crear un ambiente más interactivo y experiencial. Por otro lado, otros creen que esto puede resultar en una experiencia menos agradable para los clientes que no están familiarizados con estos términos.

En definitiva, la brevedad y la ambigüedad de los menús puede ser tanto un desafío como una oportunidad. Por un lado, puede llevar a la confusión y la frustración; por otro, puede crear un ambiente más interactivo y experiencial en el que los clientes están dispuestos a preguntar y aprender más sobre la comida que están probando.

El futuro de los menús

Es probable que la tendencia hacia la brevedad y la ambigüedad en los menús continúe, especialmente en los restaurantes de moda que buscan crear un sentido de exclusividad y conocimiento experto. Sin embargo, también es probable que sigan existiendo menús más tradicionales y detallados en restaurantes menos formales y orientados a la accesibilidad.

En cualquier caso, la comunicación clara y eficaz seguirá siendo esencial para garantizar que los clientes puedan tomar decisiones informadas y disfrutar de su experiencia gastronómica.

Rystad Energy, una empresa privada que analiza las tendencias de la energía, señaló que la inversión de aproximadamente 125.000 millones de dólares de la Unión Europea en tecnología

de energía limpia pronto quedará rezagada respecto a los Estados Unidos.

Los políticos colorean el Pacto Verde.

El Partido Popular Europeo, líder en la Unión Europea, está reclamando el Pacto Verde como su logro más destacado, incluso mientras recorta disposiciones impopulares, como las relacionadas con la agricultura, con la mirada puesta en las elecciones. Lo presenta como una forma de independizar a Europa de Rusia. "Convertimos el desafío de Putin en una gran oportunidad", dijo la presidenta de la Comisión Europea, Ursula Von der Leyen, en enero.

Más hacia la derecha, el Partido Europeo de los Conservadores y Reformistas ha presentado algunas de las políticas del Pacto Verde - como la reserva de tierras para la restauración en lugar de la agricultura, por ejemplo - como un tema de guerra cultural que, según dice, perjudica injustamente a los agricultores. Ha prometido examinar lo que llama en su manifiesto electoral los objetivos "más problemáticos" del Pacto Verde.

El mensaje de Los Verdes a los votantes es que las empresas europeas necesitan una señal clara de que pueden competir en las industrias verdes del futuro. "Estas elecciones determinarán el futuro de la política climática de Europa", dijo Bas Eickhout, líder de Los Verdes, por teléfono. "Si nos detenemos ahora, sería una mala noticia para la industria europea".

Los cambios han sido "resilientes" (hasta ahora).

Se ha conectado mucha más energía renovable, lo que sitúa a la Unión Europea en camino de obtener el 70 % de su electricidad a partir de eólica y solar para 2030, según E3G, un grupo de investigación. La ley europea establece un precio a la contaminación climática en varias industrias. Y los fabricantes de automóviles europeos están, aunque con retraso, eléctricos.

El Pacto Verde "ha resultado ser mucho más fuerte y resistente como agenda política de lo que muchos pensaban que sería", dijo Pieter de Pous, analista de E3G, "pero también se enfrenta a algunos oponentes políticos formidables ahora, especialmente procedentes de la extrema derecha".

Christopher Schuetze y Matina Stevis-Gridneff colaboraron en la redacción.

Informações do documento:

Autor: poppaw.net

Assunto: apostas ao vivo

Palavras-chave: **apostas ao vivo - poppaw.net**

Data de lançamento de: 2024-07-04