

Cierre de Salsa de Chiles: cuando un blog histórico se despide y la crítica entra en otra década

No, no ha cerrado un restaurante llamado **“Salsa de Chile de Maribona”**, lo que se está cerrando es el histórico blog gastronómico [“Salsa de Chiles”](#), el espacio que **Carlos Maribona** sostuvo durante dos décadas dentro de [ABC Blogs](#).

El 11 de enero de 2026 apareció una entrada titulada **“Despedida”** que funciona como acta notarial del final, ahí se explica que la dirección de **ABC** ha decidido cerrar **“en los próximos días”** todos los blogs del periódico, porque **“se han quedado viejos”** y porque, según esa visión, los tiempos exigen otros modelos. La cuestión no es menor, ya que el blog seguía publicando: en portada constaban entradas de enero de 2026 como **“Mi lista de Madrid 2025”** (9 de enero) y **“Mis barras favoritas de Madrid en 2025”** (3 de enero), antes de esa despedida definitiva.

En paralelo, la noticia se ha interpretado como el síntoma de una mudanza más amplia: el paso del comentario sosegado a la economía de la instantaneidad, donde un texto largo compite con un carrusel, un clip y un mapa en el móvil del comensal. Diario de Avisos informó de este cierre y añadió un dato revelador: **Maribona seguirá escribiendo en ABC y en otros soportes del grupo**, además de mantener actividad en redes, de modo que no desaparece el crítico; se jubila, sobre todo, **el formato blog** como “casa” central de la conversación.



En otras palabras, no se apaga una firma, se apaga una arquitectura editorial que durante años ordenó la crítica gastronómica española y que hoy el algoritmo trata como si fuese un vinilo: precioso, pero difícil de poner en una fiesta. Queda, eso sí, un archivo que arranca en 2005 y que, para quien quiera entender la evolución de la cocina española y sus debates, vale más que muchas hemerotecas dispersas.

Qué fue Salsa de Chiles y por qué importó tanto

Salsa de Chiles fue pionero cuando **“blog gastronómico”** todavía no era una etiqueta vintage. Nació en 2005 y Maribona recuerda su primer post, **“Chiles en nogada y fabada”**, como el disparo de salida de una época en la que la gastronomía española aprendió a discutirse también fuera de las mesas y de las guías impresas. Durante los años 2000 y buena parte de los 2010, el blog funcionó como una plaza pública: allí cabían la alta cocina y el menú del día, el restaurante consagrado y la apertura pequeña, el viaje gastronómico y el debate sobre precios, sala, producto y oficio.

El valor diferencial no era la plataforma, era el método: una mirada periodística sostenida en tiempo, comparación y

memoria, con el riesgo (y la responsabilidad) de firmar criterio. **Maribona** llevaba ya trayectoria suficiente como para sostener ese pulso: en ABC ejerce como crítico gastronómico desde 1995 y su perfil combina experiencia de gestión periodística con la práctica continuada de la crítica. Además, su recorrido fue reconocido con *Premios Nacionales de Gastronomía*, lo que terminó de consolidar su figura como referencia de un **periodismo gastronómico** que se toma en serio a la cocina, pero también a la sala y al comensal.

Por eso **Salsa de Chiles** importó más allá de su audiencia directa: ayudó a profesionalizar un tipo de conversación en la que los restaurantes no se juzgan solo por el “me gusta”, sino por la coherencia de una propuesta, el oficio del servicio y la honestidad del relato. En un sector donde la autopromoción es tentadora, el blog operó como un contrapeso: no perfecto, pero útil, porque obligaba a argumentar. Y cuando un medio obliga a argumentar, algo se ordena: el lector aprende a mirar, el restaurante aprende a explicarse y el mercado aprende a tolerar que la crítica no es un aplauso, sino una herramienta.

blog que se cierra, premios que siguen

La precisión aquí es crucial para no confundir al lector: lo que se cierra es el blog como medio vivo; en cambio, los **Premios Salsa de Chiles** siguen funcionando como marca operativa y han terminado siendo el formato superviviente del sello. La **XV edición**, celebrada el 3 de noviembre de 2025 en la sede de **ABC en Madrid**, mantuvo la doble vía de galardones: unos otorgados por jurado profesional y otros por votación popular entre lectores.



En ese palmarés aparecen nombres que hoy actúan como fotografía del momento gastronómico español: **El Culler de Pau y Aleia** en cocina creativa, **Casa Consuelo y Treze** en cocina tradicional, **Lana y Sen Omakase** en internacional, además de reconocimientos a profesionales de sala como **Israel Ramírez (Saddle)** y **Pablo Sacerdote (Cocina Hermanos Torres)**. Más allá de los nombres, el mecanismo dice mucho: la marca “**Salsa de Chiles**” se ha desplazado de la conversación diaria a la sanción anual, del post y el comentario al ritual del premio. Y, paradójicamente, ese ritual conserva un rasgo del viejo internet: combina criterio experto con termómetro de comunidad.

De hecho, en 2024 (XIV edición) se recordaba que los premios comenzaron a adjudicarse en 2008 y se detallaba una estructura de jurado donde conviven perfiles de cofradías gastronómicas,

médicos gastrónomos, empresarios y responsables de la división gastronómica de Vocento, además del propio Maribona.

Para **Canarias** hay un dato que conviene subrayar porque desmonta el mito de una crítica siempre **“peninsular”**. En esa edición de 2024, **Il Bocconcino (Royal Hideaway Corales, Adeje)** fue elegido por los lectores como mejor restaurante de cocina extranjera. Es decir, el blog se apaga, pero el sello de premios sigue conectando territorios, y sigue produciendo titulares que viajan. Así, **“Salsa de Chiles”** pasa a funcionar, de facto, como archivo de crítica y como marca de reconocimiento, más que como medio con cadencia diaria.

La brecha con el nuevo consumidor

¿Qué está pasando, de verdad? Se ha roto el puente entre el lenguaje de los medios tradicionales y el modo en que hoy se informa, conversa y decide una parte importante del público gastronómico. El triángulo **“crítico + diario generalista + blog”** fue eficaz cuando el lector buscaba prescripción, tenía tiempo y aceptaba una jerarquía clara de voces: alguien iba, probaba, comparaba y contaba.

Sin embargo, el consumidor de 2026 entra por otras puertas: vídeo corto, mapas, geolocalización, reseñas de plataformas, recomendaciones de creadores y una mezcla constante de entretenimiento con decisión de compra.



La conversación ya no vive en un hilo de comentarios; se ha desplazado a historias, mensajes directos, audios, grupos y algoritmos que premian la velocidad, no la matización. En ese contexto, un blog no compite por calidad, compite por fricción: exige tiempo, atención y lectura, justo los tres activos que el móvil ha encarecido. Por eso, cuando en la despedida se sugiere que **“no queda mucho sitio para la reflexión o para el comentario sosegado”**, no es una queja generacional: es una descripción del mercado editorial actual.

Además, los medios generalistas han asumido esa mutación con lentitud: muchos siguen hablando al lector histórico -más maduro, más fiel, más habituado al papel- mientras las nuevas generaciones construyen su mapa gastronómico con

códigos de cercanía, participación y prueba social.

El resultado es una brecha doble: por un lado, el crítico pierde volumen de audiencia; por otro, el público pierde herramientas para distinguir entre recomendación pagada, entusiasmo auténtico y criterio informado. Y en esa confusión, la crítica clásica no desaparece, pero queda encapsulada en un nicho de alto interés y, a veces, alto poder adquisitivo, cada vez menos representativo del conjunto de comensales.

Qué aprende el periodismo gastronómico y el marketing

Para **marketing y gastronomía**, la lección es incómoda pero utilísima: la crítica no ha muerto, se ha redistribuido. El sector sigue necesitando criterio, porque el tiempo -en cocina y en sala- no perdona; lo que ha cambiado es la forma de empaquetar ese criterio para que vuelva a ser servicio público y no literatura de culto. Hoy la autoridad basada solo en firma y trayectoria convive con legitimidades nuevas: comunidad, transparencia, capacidad de diálogo y, sí, métricas.

Por tanto, el reto no es “hacer TikTok”, sino traducir conocimiento experto al idioma de 2026 sin traicionarlo: explicar más rápido, argumentar más claro, y mostrar más (producto, técnica, servicio, precio, contexto) para que el lector entienda qué está comprando cuando reserva.

En la práctica, eso empuja a formatos híbridos: crítica en texto con piezas audiovisuales breves, audio para profundizar,

newsletters segmentadas para fidelizar, y guías vivas que se actualicen con criterio y no con ruido. La propia supervivencia de los **Premios Salsa de Chiles** apunta en esa dirección: un rito anual, una comunidad que participa, y un sello de credibilidad que se comparte porque simplifica el exceso de oferta.

La dinámica actual no perdona la pausa: en gastronomía –y en el periodismo que la cuenta– el ritmo ya no es anual ni semanal, es diario, casi horario. Las profesiones y los oficios avanzan a golpe de formato, de plataforma y de hábitos de consumo; y quien no se actualiza, aunque tenga trayectoria y criterio, empieza a quedarse hablando en una sala que se vacía sin hacer ruido.

Por eso casos como el de *Salsa de Chiles* no se leen como un “final”, sino como una advertencia: cuando el ecosistema cambia y tú no cambias con él, la relevancia se desplaza a otro lugar, y lo que antes era conversación viva acaba convertido en archivo y memoria.