

El crítico que critique constructivamente, buen criticador será!

Corren tiempos complicados para los **restaurantes** en relación con las **críticas gastronómicas**. Las cosas han cambiado mucho en los últimos 10-15 años, porque a los **críticos y periodistas gastronómicos profesionales** les ha surgido muchísima competencia amateur.

Si ya de por sí las **críticas gastronómicas a chefs y restaurantes** han sido muchas veces excesivas y desproporcionadas (con o sin razón), hoy en día puede pasar cualquier cosa en este nuevo mundo dominado por las **redes sociales**, donde todos los usuarios quieren opinar, juzgar y sentenciar sobre sus **experiencias culinarias**. Opinar es un derecho, pero siempre que lo hagamos desde el respeto y la comprensión.



Creo, y lo digo con preocupación y cierto hartazgo como profesional de **la gastronomía**, que vivimos una especie de **dictadura de las comunicaciones**, sobre todo desde la aparición de las **redes sociales** y los llamados **influencers gastronómicos**. Estos comenzaron llamándose [foodies](#), es decir, personas apasionadas por la **buena mesa** que comparten lo mejor de sus experiencias en plataformas digitales.

Ahora actúan como poderosos prescriptores de opinión en redes sociales, muchos de ellos con cientos de miles de seguidores, e incluso algunos con millones. Un verdadero poder.

Hoy, muchos de estos **foodies** han convertido su pasión en un negocio y obtienen buenos ingresos por publicidad o patrocinios a cambio de publicar comentarios y opiniones sobre restaurantes. Sus seguidores y el público en general los interpretan como si fueran [críticas profesionales](#) hechas desde el **conocimiento gastronómico**, aunque en muchos casos son parciales, interesadas e incluso falsas o malintencionadas.

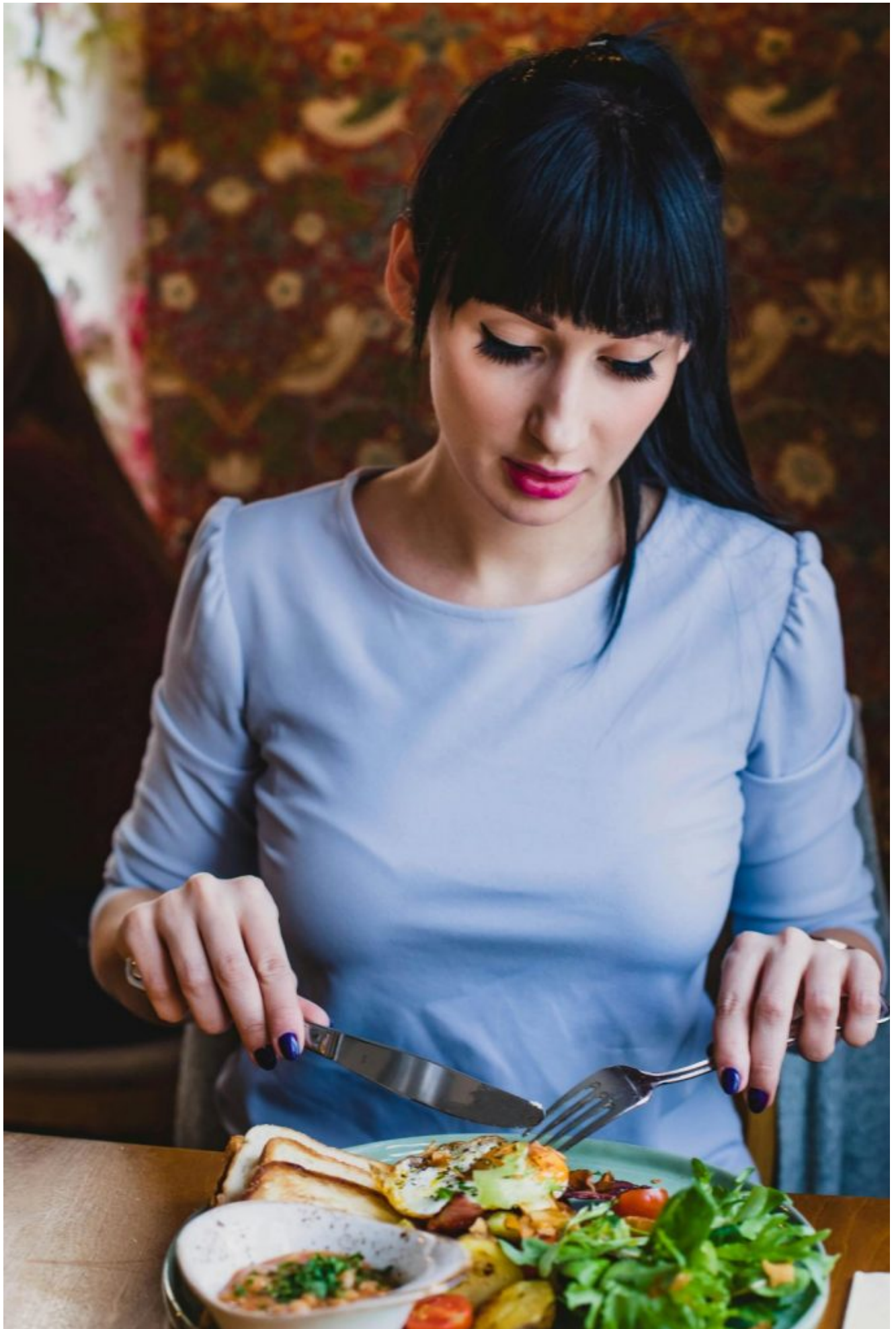


Creo que hay bastante ignorancia e incultura culinaria en muchos de estos nuevos gurús de la crítica gastronómica.

Los **foodies** o **influencers gastronómicos** son, en muchos casos, pseudocríticos o pseudoentendidos con intereses particulares, por lo que su opinión no siempre es objetiva ni imparcial. Aunque se autodefinan como amantes y expertos en **gastronomía**, rara vez son **periodistas gastronómicos** o **críticos profesionales**.

Esta moda de **comentar y criticar** visitas a **restaurantes** ha dado pie a que seguidores y público en general se consideren también con derecho a ser **influencers gastronómicos amateurs**. Hoy, cualquier persona con un teléfono móvil puede opinar, criticar y puntuar un **restaurante** con total inmediatez, respaldando su valoración con imágenes y videos.









A vertical composition featuring three hands, each holding a black smartphone. The phones are held horizontally and display the hashtag "#tiktok" in a bold, black, sans-serif font on a white background. The hands are positioned one above the other, with the top hand on the right, the middle hand on the left, and the bottom hand on the right. The background is a soft-focus, light-colored wall with a subtle, organic pattern.

#tiktok

#tiktok

#tiktok

Pero no solo se trata de opinar. El sistema ha creado la valoración de **restaurantes** por puntos, y estas puntuaciones pueden realizarlas quienes quieran: clientes después de una visita o incluso personas que nunca han estado en el **restaurante**.

Es decir, cualquiera puede entrar en una de las muchas plataformas disponibles, elegir un hotel, café, bar o restaurante y... pím, pam, pum, fuego.

A pesar de que estas valoraciones, comentarios y puntuaciones no las realizan **críticos o periodistas gastronómicos profesionales**, los lectores las siguen como si fueran mandamientos divinos. Esto es preocupante, pues cada vez hay más casos de abuso y mal uso de estas puntuaciones y comentarios, muchas veces de forma fraudulenta.

Me cuesta comprender que una sola mala nota o una baja puntuación, incluso puesta a propósito, pueda hacer bajar la categoría de un **restaurante** en estas plataformas, que hoy son las nuevas **guías gastronómicas**. Además, esto ocurre sin necesidad de demostrar su veracidad y sin que el afectado tenga derecho a una contraréplica.

Conozco muchos casos en los que se ha destruido injustamente **el prestigio de un restaurante** y se ha puesto en duda **el trabajo concienzudo de un chef**. Lo peor es que, cada vez más, esto sucede por encargo de competidores sin ética, e incluso por motivos personales: venganzas, envidias, celos profesionales, etc.

A veces me pregunto dónde están los verdaderos críticos y periodistas

gastronómicos. ¿Por qué no reclaman su espacio profesional? Recuerdo cuando solo existían los críticos profesionales.



Antes de la aparición de las **redes sociales y plataformas digitales**, ellos opinaban y escribían sobre **restaurantes o chefs** según su criterio personal. No siempre podía ser una visión completamente objetiva, pero al menos había un conocimiento real del sector.

El crítico que critique...

Ahora bien, ¿qué sucede si un crítico profesional hace una mala crítica de un restaurante? Esto sí es preocupante, porque un profesional debería ser consciente de las graves consecuencias que puede tener su opinión en una publicación importante.

Puede ser una especie de “sentencia de muerte” para un **restaurante** o un **chef**, especialmente si la crítica se basa en una sola visita o en un momento puntual. Un buen servicio nunca puede estar garantizado al cien por cien: los **chefs** y el equipo de un restaurante no son máquinas, son personas con sus propias circunstancias.

Es cierto que hay **restaurantes mediocres**, malos e incluso terribles, que realmente merecen una mala crítica. Pero un **crítico profesional**, en mi opinión, nunca debería escribir de manera destructiva sobre un **chef** o un **restaurante**. Si un local o un chef no están a la altura, simplemente que no escriba sobre ellos. La **crítica gastronómica** debería centrarse en la recomendación, no en la “desrecomendación”. Sería como si la **Guía Michelin**, además de otorgar estrellas, asignara “moñigos” a los peores **restaurantes**. ¿Imaginas una lista de los **peores chefs y restaurantes del mundo**? Obviamente, no existe.

Entonces, queridos críticos, ¿por qué hablar de quien lo hace mal? Simplemente no hables.

Una crítica gastronómica debería ser siempre constructiva, una oportunidad para la reflexión que permita a chefs y equipos de restaurantes corregir defectos y mejorar profesionalmente. Eso sí, los **chefs y restaurantes** deben valorar la opinión de un crítico profesional, pero sin considerarla un dogma infalible, porque los críticos también se equivocan.

Para mí, la mejor guía y recomendación para mejorar es siempre la opinión crítica de mis clientes habituales. Unas veces son elogios y otras, críticas constructivas. Mi mejor apoyo y estrategia de marketing es lo que estos clientes cuentan a través del **“boca a boca”**. Estas opiniones son mucho más valiosas que las de **foodies**, **influencers** o incluso **críticos profesionales**, por muy importantes e influyentes que sean.