

# La crítica gastronómica: entre la inmediatez y la profundidad perdida

Es imposible hablar de la gastronomía actual sin reconocer el viraje dramático y, en muchos casos, lamentable que ha sufrido la crítica gastronómica. Los días en los que la reseña de un crítico experimentado podía determinar el destino de un restaurante parecen haber quedado atrás.

La crítica gastronómica hoy día, ha pasado a manos de un público más numeroso, pero mucho menos preparado, que se instala como si fuera un “Crítico Gastronómico” con la facilidad de un programa digital. El **foodie** moderno, iPhone en mano y utilizando [plantillas prefabricadas](#), muchas veces gratuitas, se ha erigido como juez y parte. En este proceso, hemos perdido algo esencial: la profundidad.



## La crítica gastronómica

En la era de las **redes sociales**, donde lo visual prima sobre lo sensorial, **la crítica gastronómica** ha sido víctima de una banalización sin precedentes. Cualquiera con acceso a un buen teléfono puede autodenominarse crítico. Sin embargo, ¿estamos ante un verdadero ejercicio de **juicio gastronómico**, o simplemente observamos el espectáculo del **ego digital**? ¿Qué ha pasado con el análisis detallado de las **técnicas culinarias**, de la autenticidad de los **ingredientes**, de la armonía entre **sabores y texturas**?

## La gratificación inmediata: paladares en crisis

La inmediatez con la que vivimos hoy nos ha robado la paciencia necesaria para **degustar** una comida en su totalidad. El público ya no quiere esperar ni leer un análisis profundo. Busca experiencias rápidas, fotos bonitas y valoraciones de muchos **“Likes”** que confirmen lo que desea oír: “Este **restaurante** es perfecto para **Instagram** o para **Tik Tok**”. Así

es, en esto hemos transformado lo que debería ser una **experiencia sensorial** en un simple acto de validación social y **alimentar egos**.



**La crítica gastronómica ha pasado a manos de un público más numeroso, pero mucho menos preparados**

El problema, por supuesto, no radica en la **democratización** de la opinión. Es **brutal** que hoy todos podamos compartir experiencias, pero el público debe ser consciente y saber diferenciar que esto no equivale, ni será nunca, una **crítica gastronómica**. El paladar del crítico, aquel que sabe distinguir, **oler**, **paladear** y en muchos casos, hasta **cocinar**, quien [además](#) se ha preparado para diferenciar y apreciar entre una buena ejecución **culinaria** y una mediocre, se está perdiendo en favor de la “**gratificación instantánea**”.

**¿Cuántos comensales de hoy día son capaces de describir realmente lo que han comido más allá de un “me encantó” o un “estaba bueno”? y en vídeos hasta una especie de gemido vacuno como ¡Umh! y con eso ya es suficiente ¿Cuántos entienden la complejidad detrás de un plato bien ejecutado?**

Además, si nos paramos a pensar un momento, **la gastronomía** va mucho más allá del simple acto de **comer**; es un complejo entramado que incluye **la agricultura**, **la pesca** y **la ganadería**. Estos **sectores primarios** son fundamentales para el sistema económico de cualquier región, y su interconexión con la **cultura** y la identidad local es innegable.



**Los platos ya no son juzgados tanto por su sabor, sino por su capacidad para generar “likes”**

Cada **plato** que se sirve en un **restaurante** no solo representa la creatividad del **chef**, sino también el trabajo y la dedicación de quienes producen los **ingredientes**. Así, **la crítica gastronómica** debe contemplar no solo el **sabor**, también el contexto en el que se produce **la comida** y su impacto en la comunidad, la verdad es que no podemos ser tan elementales, querido Watson.

## **El nuevo comensal: entretenimiento sobre análisis**

Uno de los cambios más significativos que hemos presenciado es **la transformación del comensal**. El **comensal** moderno, impulsado por la velocidad y el colorido de las **redes sociales**, ya no busca una **evaluación profunda** con conocimiento de causa y objetividad. La experiencia de ir a un **restaurante** se ha convertido en algo para mostrar y compartir, más que para descubrir y **saborear**.



**El comensal moderno, impulsado por la velocidad y el colorido de las redes sociales, ya no busca una evaluación profunda**

Los **platos** ya no son juzgados tanto por su sabor, sino por su capacidad para generar “**likes**” en **Instagram** o visualizaciones en **TikTok**. Como resultado, muchos **restaurantes** optan por enfocarse más en la presentación de sus **platos** que en su calidad intrínseca, sabiendo que una foto bien tomada puede tener más impacto que una **crítica escrita** por un experto.

## **La crítica entre conocidos: el caso de Las islas Canarias**

Si bien los problemas mencionados son globales, en regiones como **Canarias**, la situación se vuelve aún más compleja y enmarañada. El archipiélago, compuesto por poblaciones pequeñas, tiene su propio conjunto de desafíos. Aquí, **la crítica gastronómica** no solo se enfrenta al auge de las **redes sociales** y la **superficialidad de las reseñas**, sino también a un contexto donde todos se conocen y como decía el ya desaparecido **crítico gastronómico, Don Manuel Iglesias**, “En

**Canarias no hay monumento al soldado desaparecido”.**



**Don Manuel Iglesias**

La  
pr  
ox  
im  
id  
ad  
so  
ci  
al  
es  
ta  
n  
es  
tr  
ec  
ha  
,  
qu  
e  
la  
s  
cr  
ít  
ic  
as  
ga  
st  
ro  
nó  
mi  
ca  
s  
pu  
ed  
en

ve  
rs  
e  
di  
st  
or  
si  
on  
ad  
as  
po  
r  
la  
zo  
s  
pe  
rs  
on  
al  
es  
y  
ec  
on  
óm  
ic  
os  
.  
Un  
ma  
l  
co  
me  
nt  
ar  
io  
so  
br

e  
un  
**re**  
**st**  
**au**  
**ra**  
**nt**  
**e**  
no  
es  
si  
mp  
le  
me  
nt  
e  
un  
a  
op  
in  
ió  
n;  
pu  
ed  
e  
se  
r  
pe  
rc  
ib  
id  
o  
co  
mo  
un  
**at**  
**aq**

**ue  
di  
re  
ct  
o  
a  
la  
ec  
on  
om  
ía  
lo  
ca  
l  
o  
in  
cl  
us  
o,  
a  
la  
s  
re  
la  
ci  
on  
es  
pe  
rs  
on  
al  
es  
de  
l  
cr  
ít  
ic**

**¿Cómo ser objetivo cuando el chef es un amigo o conocido? ¿Cómo opinar con libertad cuando esa opinión podría influir en el éxito o fracaso de un negocio que pertenece a la familia de un vecino o amigo? Es complicado.**

A este escenario se le suma otro fenómeno problemático: el auge de los **influencers nativos** y **turistas** que buscan **comer gratis** a cambio de una reseña o un video en las **redes sociales**. En Canarias, donde el **turismo** y la **gastronomía** están profundamente conectados, como uña y carne, muchos **restaurantes** se ven presionados a aceptar este tipo de intercambios para ganar visibilidad en las **redes sociales**, aunque esto signifique sacrificar **la calidad de la crítica**, y se llevan por esa frase célebre entre los artistas: **“de mí que hablen, aunque sea mal, pero que hablen”** El resultado es que muchas de estas valoraciones no reflejan una experiencia auténtica, sino una **transacción comercial** disfrazada de **recomendación**, así de simple.

## **Premios vs. crítica honesta: ¿dónde está el valor real?**

He aquí el dilema **¿Qué valor tiene un premio cuando está comercializado?** Los premios que nacieron como una forma de **crítica** objetiva y de la que se supone que detrás de ese **premio** ha habido un contingente de personas trabajando para lograr unas **decisiones de valoración justas y ciertas**, de las cuales el público va a recibir esta información como incentivo a visitar el **“Mejor Restaurante”** o **“El Mejor Chef”**, hoy parecen haberse transformado en una **herramienta de marketing** más, pura y dura.



**¿Qué valor tiene un premio cuando está comercializado?**

**La crítica gastronómica** debe volver a su esencia, debe reencontrarse y volver a donde lo que importa no es el nombre del **galardón**, sino la experiencia real que el **restaurante** ofrece. Los verdaderos **críticos gastronómicos** deben ser capaces de mirar más allá de las **medallas** y los **premios** para evaluar el **mérito culinario** sin influencias externas.

**En un Mundo Feliz, como el de Aldous Huxley, por ejemplo, los premios**

**gastronómicos** serían un símbolo indiscutible de excelencia, otorgados por un panel de expertos imparciales que valoran la calidad culinaria por encima de cualquier interés comercial.

No obstante, la proliferación de estos **galardones**, especialmente a niveles locales, han traído consigo un **componente económico** cada vez más visible, lo que puede diluir su autenticidad. Aunque existen **premios meritorios** que destacan la excelencia en **la gastronomía**, es crucial que los **comensales** desarrollen un **criterio propio** y no se dejen deslumbrar únicamente por el brillo de un **trofeo**.

Con la cercanía que caracteriza a poblaciones pequeñas, el **“boca a boca”** de los **“ganadores”** de un año tras otro suele ser el **eco** más resonante, haciendo que la verdadera calidad **culinaria** se convierta en un tema de conversación, más que un simple reconocimiento en un **evento**.

## **Al rescate del periodismo gastronómico**

**El periodismo gastronómico** tiene un reto crucial por delante: recuperar las **buenas costumbres** de antaño y devolverle a la **crítica especializada** el lugar que le corresponde. Este, debe ser un esfuerzo mancomunado que requerirá la implicación de todo el sector.



Hay espacio para todos, pero como reza el dicho, “al César lo que es del César”. No podemos seguir dejando que manipulen opiniones sin el basamento necesario, ni dejar que las modas pasajeras definan la percepción pública de la gastronomía.

Es hora de que el **periodismo gastronómico** dé un paso adelante y se diferencie con claridad, reivindicando su papel como una **voz informada** y **objetiva** ante un público que busca confiar en el criterio de **expertos acreditados**, por encima de quienes ven la **gastronomía** como un “hobby”. Solo así podremos rescatar el auténtico **valor de la crítica** y hacer justicia a quienes realmente merecen ser reconocidos.