

Clean Label: Transparencia o Espejismo Regulador

Por Óscar Acosta

Consultor en Regulaciones FDA | Especialista en 21 CFR 101

En la industria alimentaria, pocas expresiones han cobrado tanta fuerza en la última década como el **“etiquetado limpio”** o **clean label**. El término aparece en etiquetas, anuncios y redes sociales, pero ni en Estados Unidos ni en Europa existe una definición legal que lo respalde. Sin embargo, su popularidad no deja de crecer entre consumidores que buscan productos “naturales” y sin aditivos artificiales.

Este fenómeno no es trivial. La tendencia del clean label afecta directamente a la formulación de productos, al marketing y, sobre todo, a la percepción del consumidor sobre lo que es sano o natural. También genera interrogantes serios sobre los límites entre la transparencia y el espejismo.



Desde un punto de vista técnico y regulatorio, el tema es delicado. El **21 CFR Parte 101 de la FDA** y el **Reglamento (UE) 1169/2011** regulan el etiquetado de alimentos, pero el concepto “etiqueta limpia” no aparece en ninguno de ellos. ¿Qué significa entonces? ¿Hasta qué punto se puede jugar con esta narrativa sin caer en el engaño?

La construcción del concepto y su expansión global

El movimiento clean label nació en los años 2000, cuando los consumidores comenzaron a desconfiar de los ingredientes difíciles de pronunciar y de los aditivos con nombres químicos o códigos E. En respuesta, muchas empresas reformularon productos, eliminando ciertos aditivos y simplificando las listas de ingredientes. La industria lo convirtió en estrategia comercial: menos es más, aunque esa reducción no siempre signifique un beneficio real para la salud.



Europa adoptó la tendencia rápidamente, en parte porque sus consumidores suelen ser más exigentes con lo que aparece en las etiquetas. Pero el **clean label no surgió por razones científicas ni regulatorias**, sino por el marketing y la presión del mercado. Y ahí está la paradoja: al no tener definición legal, cada fabricante interpreta el concepto a su manera, lo que complica la comparación entre productos y puede inducir al error.

El dilema de la salud y la percepción

Uno de los problemas centrales del etiquetado limpio es la **simplificación engañosa**. Un zumo con solo dos ingredientes puede tener más azúcar que una bebida procesada con varios aditivos. La eliminación de conservantes o antioxidantes, por ejemplo, puede reducir la vida útil del producto y aumentar el desperdicio, sin aportar necesariamente un beneficio nutricional.

Algunos aditivos cumplen funciones fundamentales para la

seguridad alimentaria. Es el caso del **E250 (nitrito de sodio)** en embutidos, que previene enfermedades como el botulismo. Otros, como el **E300 (ácido ascórbico)** o el **E160a (betacaroteno)**, son nutrientes o derivados naturales. Sin embargo, la desinformación ha demonizado estos códigos, asociándolos erróneamente con lo artificial o perjudicial.

Uno de los problemas centrales del etiquetado limpio es la simplificación engañosa. Un zumo con solo dos ingredientes puede tener más azúcar que una bebida procesada con varios aditivos. La eliminación de conservantes o antioxidantes, por ejemplo, puede reducir la vida útil del producto y aumentar el desperdicio, sin aportar necesariamente un beneficio nutricional.



La llamada “**falacia de lo natural**” se impone: se tiende a rechazar lo desconocido, aunque sea seguro, y a aceptar sin cuestionamientos lo natural, aunque no siempre sea lo mejor. El resultado es una narrativa alimentaria que a veces prioriza el miedo al aditivo por encima de la ciencia y la seguridad.

¿Qué dice la normativa realmente?

En Estados Unidos, la **FDA regula las etiquetas bajo el 21 CFR Parte 101**, controlando ingredientes, alérgenos y declaraciones de salud. El término clean label no está reconocido y su uso puede ser considerado misbranding si induce a error o crea falsas expectativas.

En Europa, la legislación se rige por el **Reglamento (UE) 1169/2011**, junto al **1924/2006 sobre alegaciones nutricionales**. Tampoco aquí existe un marco específico para el etiquetado limpio, aunque se han desarrollado herramientas como **NutriScore** o **EcoScore**, aún en discusión. Las normativas actuales ponen el foco en evitar el fraude o la desinformación, pero dejan un espacio amplio al marketing emocional.

Canarias ante el clean label: un desafío de identidad

Para las Islas Canarias, este debate tiene una dimensión adicional. Productos tradicionales como el **gofio**, los **mojos**, el **queso curado** o el **plátano de Canarias** cumplen sin artificios las expectativas del etiquetado limpio. Son elaboraciones sencillas, con ingredientes reconocibles y procesos históricos que respetan la identidad local.

GOFIO DE 3 CEREALES Y G

ALÉRGENOS: Puede contener trazas de **HUEVO**, **LECHE** y sus derivados y **FRUTOS DE CÁSCARA**. **CONTIENE GLUTEN.**

Gofio de Mezcla 1 Kg

Información Nutricional	100 g.
Valor calórico	382 kcal
Valor energético	1614 kJ
Proteína bruta	11,9 g
Hidratos de carbono	71,1 g
Azúcares totales	2,4 g
Sodio	0,20 g
Ácidos grasos Saturados	0,61 g
Fibra alimentaria total	9,2 g

Sin embargo, existe un riesgo real de caer en la trampa de la simplificación superficial. No todo producto “corto en ingredientes” es necesariamente mejor. Canarias debe proteger sus productos tradicionales no sólo con sellos de origen, sino con **lenguaje regulado, riguroso y respaldado por la ciencia**. El reto es defender la autenticidad sin ceder al espejismo de las modas pasajeras.

¿Etiqueta honesta o estrategia de marketing?

El clean label puede ser una herramienta positiva si impulsa la **transparencia alimentaria**, pero también puede convertirse en un discurso vacío si se usa para disfrazar carencias o manipular emociones. El sector alimentario –desde los fabricantes hasta los chefs y tecnólogos– debe evitar caer en el marketing fácil y comprometerse con una comunicación honesta y basada en la evidencia.

La clave está en equilibrar la narrativa con la ciencia. Porque en un mercado saturado de mensajes, la veracidad sigue siendo el ingrediente más valioso.

Recomendaciones estratégicas para un sector alimentario transparente

Adoptar políticas de transparencia activa que expliquen claramente la función de cada ingrediente.

- **Invertir en educación del consumidor**, evitando el miedo a los aditivos seguros.
- **Valorar el origen y la identidad de los productos locales**, sin reducirlos a un eslogan.
- **Evitar frases ambiguas** o emocionalmente manipuladoras.

- **Fomentar la colaboración entre ciencia y cocina, creando productos con propósito y rigor.**
- **Consultar especialistas en regulación para evitar errores que puedan derivar en sanciones.**

Este camino no es sencillo, pero es el único sostenible a largo plazo. Porque el consumidor informado no sólo exige transparencia, sino que también la reconoce y la premia.

Teguesteando con vino: cuando el brindis es también un acto de resistencia

Hay eventos que trascienden el puro ocio. Que, sin pretenderlo, se convierten en un pequeño acto de resistencia cultural, en un brindis a la esperanza frente a un panorama que no siempre acompaña. Anoche, la **Plaza de San Marcos de Tegueste** volvió a ser ese espacio simbólico donde la gastronomía, el vino, la moda y la música se unen para algo más que pasar una velada: **se unen para defender un modo de vida, una economía de cercanía y una identidad que no quiere desaparecer.**

La cita, bautizada como **“Teguesteando con Vino, edición verano”**, no es una novedad en el calendario, pero cada edición es un logro en sí misma. Anoche, 18 de julio, cientos de personas compartieron copa, tapa y conversación, en un evento organizado por el **Ayuntamiento de Tegueste**, con el apoyo del **Área de Industria, Comercio, Sector Primario y Bienestar Animal del Cabildo de Tenerife**. Y más allá de las cifras o las fotos para redes, quedó un mensaje claro: **seguir defendiendo**

el kilómetro cero no es una moda, es una necesidad.

Un brindis que tiene mucho de homenaje

Las bodegas locales ofrecieron sus vinos en un entorno en el que cada sorbo es un recordatorio: detrás de cada etiqueta hay agricultores que madrugan, viñedos que luchan contra la falta de relevo generacional y un paisaje que está en riesgo si no se protege. Tegueste no es ajeno a esa realidad. Cada copa servida anoche fue, en el fondo, un homenaje al esfuerzo del sector primario, a esas bodegas familiares que siguen creyendo en el valor de lo propio cuando muchos se rinden a lo fácil.



La gastronomía local acompañó como debe ser: con producto cercano, con manos que conocen el oficio y con esa mezcla de tradición y creatividad que se agradece cuando el plato no es solo alimento, sino relato. Los restaurantes del municipio aportaron sabor y contexto, reforzando el discurso de sostenibilidad con hechos, no con palabras vacías.

El desfile de moda con los comercios locales fue mucho más que un simple pase de modelos: fue un acto de identidad y pertenencia al municipio. En un tiempo en el que las grandes plataformas devoran al pequeño comercio y los escaparates de barrio luchan por sobrevivir, visibilizar el trabajo de los creadores, diseñadores y tiendas de Tegueste se convierte en un gesto de dignidad empresarial.

Los aplausos del público no fueron solo para las prendas, sino para quienes, cada mañana, siguen apostando por levantar la persiana, manteniendo viva la economía de cercanía.



La música en directo cerró la velada con un tono festivo, creando esa atmósfera cálida y cercana que hace que un evento

se convierta en encuentro, y un encuentro en comunidad.

Más que una fiesta, una necesidad

“Teguesteando con Vino” no es un evento más en la agenda estival. Es, cada año, un recordatorio de por qué es urgente cuidar lo que tenemos cerca. **El desarrollo económico no puede medirse solo en números, sino en calidad de vida, en paisaje protegido, en agricultores que siguen trabajando la tierra y en jóvenes que ven una oportunidad en quedarse y emprender en su pueblo.**

La participación activa de bodegas, restaurantes y comercios locales genera algo más que economía: genera vínculo. Y eso, en un mundo cada vez más impersonal y globalizado, es un patrimonio que no se puede perder.

Celebramos este tipo de iniciativas, que no son solo un brindis al vino, sino un brindis al esfuerzo colectivo por mantener vivas las raíces.

Canarias eleva su voz vitivinícola en el corazón de Europa

Pedro Sánchez Rodríguez representa la singularidad del vino canario en el 4º Congreso Internacional Rencontres Ampélographiques en Saint Mont

La viticultura canaria sigue ganando espacio en los principales foros internacionales de vino. En esta ocasión, el enólogo y viticultor **Pedro Nicolás Sánchez Rodríguez** fue invitado como ponente destacado en el **4º Rencontres**

Ampélographiques, celebrado los pasados 30 de junio y 1 de julio de 2025 en Saint Mont, Francia.

Sánchez acudió como único representante español a este prestigioso encuentro internacional, compartiendo con la comunidad especializada el valor de las **variedades de uva autóctonas de las Islas Canarias** y su decisivo papel en la expresión del **terruño volcánico y atlántico insular**.

El congreso reunió a expertos, investigadores y profesionales del vino de todo el mundo, en una cita centrada en el estudio de las variedades de vid minoritarias, la biodiversidad vitícola y la innovación enológica internacional. La participación del enólogo canario supuso una oportunidad clave para proyectar la riqueza y diversidad de la viticultura de Canarias en un escenario global estratégico para la promoción internacional de los vinos canarios.



Bajo el título **“Variedades de uva endémicas de las Islas Canarias y experiencia al servicio de una identidad singular”**, Pedro Sánchez Rodríguez expuso las particularidades de los **viñedos canarios**, su historia, su resistencia al cambio climático y su enorme potencial enológico. Compartió cartel con personalidades de renombre como **Laurent Audeguin** (Instituto de la Vid y el Vino de Francia), **Stéphane Derenoncourt** (consultor enológico internacional) y **Olivier Yobregat** (agronomo y ampelógrafo), entre otros especialistas.

La jornada incluyó además una **mesa redonda internacional** con figuras del calibre de **Olivier Bourdet**, director de Plaimont y principal impulsor de la actividad, **Sarah Abbot**, Master of Wine y fundadora de Old Vine Conference, **Xavier Thuizat**, **Mejor Sumiller de Francia**, **Jeff Vejr**, enólogo y restaurador en Oregón (EE.UU.), y representantes de destacadas **bodegas europeas y estadounidenses**. Un foro dinámico que favoreció el intercambio de ideas sobre la **preservación de la biodiversidad vitícola mundial** y la defensa de las tradiciones vinícolas locales.

Gracias a la colaboración de GMR Canarias, a través de Volcanic Xperience, los vinos del archipiélago canario tuvieron una presencia destacada en Saint Mont. La promoción incluyó catas internacionales, networking con profesionales del sector y presentaciones conjuntas con productores de Francia, Estados Unidos, Turquía e Italia.

En este contexto, **Pedro Sánchez Rodríguez**, junto al francés **Miguel Aguirre** (director gerente de Château La Tour Blanche Grand Cru Classé de Burdeos), defendieron la **autenticidad de los vinos canarios**, resaltando su diferenciación frente a otras zonas vitivinícolas. Este enfoque despertó el interés de **sumilleres internacionales, periodistas especializados y distribuidores de vino de diversos países.**

La degustación conjunta de vinos volcánicos y atlánticos permitió mostrar las particularidades de las variedades locales de Canarias, consolidando el interés comercial por los vinos singulares del archipiélago en los mercados exteriores.

El impacto de esta participación se reflejó en el interés directo manifestado por expertos y referentes del sector como **Xavier Thuizat** y por medios de comunicación especializados de primer nivel, entre ellos **Jancis Robinson, La Revue du Vin de France, Terre de Vins y Le Figaro**. Una señal clara de que los **vinos canarios** deben seguir reforzando su posicionamiento internacional, apostando por la exportación y el prestigio en

mercados estratégicos.

Más que un congreso: una plataforma de cooperación global

Además del componente promocional, este congreso internacional de vino fue una plataforma de cooperación para establecer contactos estratégicos. Muchos de los asistentes, además de investigadores, son profesionales activos del vino, lo que abre la puerta a futuras colaboraciones comerciales y científicas en defensa de la agricultura insular y la biodiversidad vitícola.

Grandes bodegas, grandes lecciones: Lo que se puede aprender de los gigantes del vino

En un mundo donde el vino no solo se bebe, sino que se comunica, algunas bodegas han sabido construir marcas tan sólidas como sus mejores añadas. Analizar las estrategias de comunicación y marketing de referentes internacionales como Château Margaux, Penfolds, Marchesi Antinori y Robert Mondavi no es un ejercicio de imitación, sino de [inspiración](#). Y, sobre todo, una oportunidad para que las bodegas de Canarias –y de cualquier región– encuentren claves para mejorar su proyección sin perder su identidad.

Château Margaux: el lujo silencioso

[@ChateauMargaux](#)

En la región de Burdeos, el nombre Château Margaux resuena como sinónimo de perfección, elegancia y exclusividad. Fundada en el siglo XVII, esta bodega ha cultivado una imagen de refinamiento que trasciende el tiempo. Su estrategia de comunicación es deliberadamente minimalista: nada de campañas publicitarias agresivas ni redes sociales saturadas. Su presencia se concentra en contextos de prestigio, como subastas de vinos excepcionales, colaboraciones editoriales de alta gama o menciones en guías y revistas especializadas.



Claves del éxito:

- Posicionamiento como producto de culto.
- Reforzamiento del valor simbólico a través del silencio.
- Coherencia visual y narrativa impecable.

Lo que se puede aprender:

Bodegas pequeñas no pueden permitirse el lujo del silencio institucional. Pero sí pueden aprender de su sobriedad y coherencia. En lugar de aspirar al misterio, deben construir confianza: mostrar el trabajo en campo, explicar el origen,

generar contenido que eduque y emocione. La narrativa debe ser constante y coherente para que el consumidor se identifique y sienta pertenencia.

Penfolds: diseño, tecnología y atrevimiento

[@Penfolds](#)

Desde Australia, **Penfolds** ha revolucionado el concepto de vino premium moderno. Con una historia que comienza en 1844, ha sido una bodega pionera en unir tradición enológica con herramientas de marketing de vanguardia. El vino Grange, creado por Max Schubert, es una leyenda que desafió las normas clásicas del vino australiano y demostró que la innovación bien fundamentada puede generar productos eternos.





Penfolds hoy integra blockchain para trazabilidad, incursiona en el universo de los NFTs (activos digitales únicos registrados en blockchain que garantizan autenticidad, exclusividad y trazabilidad de productos físicos como el vino), diseña etiquetas modernas, sobrias pero visualmente impactantes, y ha logrado trasladar su mensaje a un público más amplio sin perder valor percibido.

Claves del éxito:

- Branding sólido basado en diseño y prestigio.
- Innovación tecnológica aplicada a la confianza del consumidor.
- Capacidad de adaptarse sin perder esencia.

Lo que se puede aprender:

En Canarias y en otras regiones, muchas bodegas podrían mejorar su posicionamiento renovando su imagen. Una etiqueta anticuada o mal diseñada puede frenar una venta incluso si el vino es excelente. Invertir en diseño, storytelling visual y canales digitales es hoy más necesario que nunca. Además, adoptar tecnologías sencillas como QR codes en etiquetas que cuenten la historia del vino o del viticultor puede marcar una gran diferencia.

Marchesi Antinori: la historia que sigue viva

[@Antinori](#)

Los Antinori, con más de 600 años de historia vitivinícola en la Toscana, han logrado convertir su legado en una herramienta de conexión emocional con el consumidor contemporáneo. Lejos de parecer un museo viviente, la familia Antinori muestra una casa viva, en evolución. Desde vídeos en redes sociales, entrevistas familiares, hasta contenido que explica con elegancia la elaboración de sus vinos, todo su universo comunica continuidad y orgullo.



Los **Antinori**, con más de 600 años de historia vitivinícola en la Toscana, han logrado convertir su legado en una herramienta de conexión emocional con el consumidor contemporáneo. Lejos de parecer un museo viviente, la familia Antinori muestra una casa viva, en evolución. Desde vídeos en redes sociales, entrevistas familiares, hasta contenido que explica con elegancia la elaboración de sus vinos, todo su universo comunica continuidad y orgullo.



Su arquitectura vanguardista (la bodega en Bargino), diseñada por el arquitecto Marco Casamonti, es una obra que se integra con el paisaje toscano y simboliza el equilibrio entre innovación y respeto por la tierra. Esta bodega subterránea no solo es un referente arquitectónico, sino también una declaración de principios: sostenibilidad, belleza funcional y continuidad familiar. Convive con la narrativa emocional de generaciones que siguen cultivando las mismas tierras. Hablan de terroir, pero también de futuro, incorporando prácticas sostenibles, tecnología de precisión y programas de educación enológica. No se anclan en el pasado, lo transforman en valor presente, y lo proyectan hacia una visión moderna del vino como legado vivo.

Claves del éxito:

- Narrativa familiar profunda y emocional.
- Modernización sin ruptura.
- Estética cuidada en todos los formatos.

Lo que se puede aprender:

Bodegas familiares canarias y de otras regiones tienen un gran tesoro: su historia. Pero deben contarla bien. Mostrar al abuelo no es suficiente. Hay que construir un relato que conecte con el consumidor de hoy: ¿por qué esa familia hace vino?, ¿qué valores la sostienen?, ¿qué diferencia su paisaje? El componente humano debe ponerse en valor con sinceridad y belleza.

Robert Mondavi: estilo de vida y enoturismo

[@Mondavi](#)

En California, Robert Mondavi fue uno de los grandes visionarios del vino moderno. No solo introdujo prácticas enológicas de primer nivel en Napa Valley, sino que entendió antes que nadie que el vino debía integrarse a la cultura gastronómica y al estilo de vida americano.



ROBERT MONDAVI WINERY



Desde el diseño arquitectónico de su bodega hasta sus alianzas con chefs, su apuesta fue clara: el vino se vive, se disfruta, se comparte. Hoy la marca sigue transmitiendo esa idea de experiencia completa: arte, vino, cocina, naturaleza.

Claves del éxito:

- Integración del vino en el lifestyle.
- Fomento del enoturismo desde el minuto uno.
- Comunicación emocional y sensorial.

Lo que se puede aprender:

Muchas bodegas canarias tienen paisajes volcánicos, biodiversidad única, gastronomía autóctona... pero no lo cuentan. Incorporar experiencias sencillas (catas, visitas al viñedo, maridajes locales) y comunicarlas adecuadamente puede reforzar la marca de manera inmediata. Hoy, vender una experiencia vale más que solo mostrar una botella.

El consejo final: no se trata de copiar, sino de conectar de encontrar el camino a la proyección correcta.

Las bodegas pequeñas y medianas, tanto en Canarias como en cualquier parte del mundo, no necesitan presupuestos millonarios para comunicar bien. Necesitan coherencia, autenticidad y constancia. Contar bien la historia, cuidar la imagen, ofrecer una experiencia (aunque modesta) y saber a quién se dirigen es más efectivo que replicar o copiar campañas vacías de sentido. En el mundo del vino, la diferencia no está solo en la copa: está en cómo se cuenta lo que hay detrás de cada gota. Porque quien no se comunica, no existe. Y quien no emociona, no vende.

Tacoronte debate el futuro del campo canario con los jóvenes como protagonistas

El 25 de junio, la Casa de la Cultura acoge unas jornadas clave para el relevo generacional en la agricultura

[@Asociación Tacoronte Ecológico](#)

Tacoronte, junio de 2025. Conscientes de que sin juventud no hay futuro en el campo, la ciudad de Tacoronte acogerá el próximo **miércoles 25 de junio**, a partir de las 16:30 horas, unas **jornadas decisivas para repensar el relevo generacional en el sector agrario** de las Islas. Bajo el lema **“Cuidar las semillas para cultivar el presente y procurar la cosecha en el futuro”**, la cita reunirá a [expertos](#), instituciones, jóvenes agricultores y entidades públicas en un espacio de diálogo, formación y experiencia compartida.

El encuentro, que se celebrará en la **Casa de la Cultura de Tacoronte**, abordará los retos actuales que enfrenta el campo canario para garantizar su continuidad y [sostenibilidad](#). Desde el análisis de **las ayudas europeas adaptadas al contexto insular**, pasando por el programa **Ticket Rural Leader** para nuevos autónomos, hasta experiencias exitosas como **Tacoronte Ecológico** o el proyecto **Ecocomedores de Canarias**, el programa ha sido diseñado para aportar herramientas reales a quienes deseen iniciar o consolidar su camino en la agricultura.

‘Cuidar las semillas para cultivar el presente y procurar la cosecha en el futuro

la Casa de la Cultura de Tacoronte acoge el próximo miércoles 25 de junio las Jornadas para la integración de jóvenes en sistemas agrarios sostenibles



Uno de los momentos más esperados será el **panel de experiencias**, donde jóvenes vinculados a iniciativas agroecológicas compartirán sus historias personales: sus comienzos, obstáculos y aprendizajes. Estarán presentes **Juan Cabrera García (Finca El Cañaveral)**, **Estrella Monterey Viñas (Asociación La Cernícala)**, **Claudia Luis Martín y Valentina Magdalena López (Escuela de Capacitación Agraria de Los Llanos de Aridane)**, **Moisés Garcés Hernández (Folelé Biofina)** y, desde Andalucía, **Clara Torreblanca Ortiz (Coordinadora de Juventudes Agrarias de COAG)**.

La jornada culminará con una **mesa redonda abierta**, moderada por **Juana María Fernández del Castillo**, que permitirá el intercambio directo entre ponentes, asistentes e instituciones. Se trata de una oportunidad valiosa para plantear soluciones concretas desde una perspectiva local, realista y participativa.

Tacoronte Ecológico: sembrar comunidad, cultivar futuro

El evento está organizado por la **Asociación de Agricultores y Ganaderos Tacoronte Ecológico**, entidad que este año celebra su **octavo aniversario** como uno de los referentes en agricultura ecológica del norte de Tenerife. Mucho más que un mercado, Tacoronte Ecológico es un proyecto vivo que demuestra que otra forma de hacer las cosas es posible.

Cada **martes, de 15:30 a 19:00 horas**, el Mercado Municipal La Estación se transforma en un espacio donde el producto local no solo se vende, sino que se explica, se valora y se comparte. Alrededor de una **quincena de productores** procedentes de Tacoronte, La Laguna y Tegueste ofrecen frutas, verduras, huevos, quesos y otros alimentos cultivados con principios de **sostenibilidad, biodiversidad y respeto al entorno**.

Lo que comenzó en 2017 con ilusión y muchas dudas, hoy es –según su presidente, Francisco Javier González– un ejemplo consolidado de éxito: “Nunca imaginamos que llegaría tan lejos. Este proyecto ha mejorado nuestras condiciones y ha fortalecido los vínculos con la comunidad”.







Además de la venta directa, la asociación organiza de forma continua **jornadas formativas, encuentros técnicos y actividades de sensibilización**, lo que ha contribuido a la profesionalización del sector y a estrechar la relación entre campo y ciudadanía. Todo ello con el apoyo constante del

Ayuntamiento de Tacoronte, que ha acompañado la evolución del proyecto “con la mano tendida”, como reconocen los propios agricultores.

En un momento en el que los territorios rurales claman por futuro, **Tacoronte Ecológico reivindica con hechos la dignidad del trabajo agrícola**, la necesidad de una alimentación más consciente y el papel fundamental de las nuevas generaciones como garantes del paisaje, del sabor y del equilibrio medioambiental.

El próximo 25 de junio, Tacoronte vuelve a demostrar que el campo no es pasado: es presente con raíces y, sobre todo, con horizonte.

Chícharo, el pequeño gran tesoro que aún late en los bancales de Canarias

No todo lo valioso brilla ni se presenta en envoltorios vistosos. En los bancales humildes de las medianías canarias, donde la tierra se quiebra en terrazas y los días se dividen por estaciones, sobrevive un ingrediente que parece mínimo, pero cuenta una historia inmensa: el chícharo. Esa legumbre clara, redondeada y de textura suave que los más viejos nombran con naturalidad y que muchos hoy apenas reconocen como producto local. Un pequeño grano seco que lleva siglos alimentando cuerpos y memorias, y que ahora pide volver al plato, pero también al discurso. Porque el chícharo no solo se come: se recuerda, se cultiva y se honra.

En Canarias, hablar de chícharos es hablar del campo. De las

huertas familiares, del autoconsumo, de la cocina de la abuela, del trueque entre vecinos y de una economía de resistencia que tuvo en este grano una fuente modesta pero constante de nutrientes y sabor. Se sembraban con la luna y se recolectaban al alba, cuando aún el frescor del amanecer daba tiempo antes de que el sol quemara los surcos. Su temporada era corta y su presencia en la cocina, intensa. Se cocinaban casi sin adornos, porque el producto –cuando es bueno– no necesita disfraz. Era alimento y era celebración: llegaban los chícharos y con ellos, la certeza de que el ciclo seguía su curso.



Hoy, cuando se habla tanto de cocina de territorio, de sostenibilidad, de identidad en el plato, el chícharo se presenta como un símbolo poderoso. Porque no es tendencia ni moda: es memoria viva. Su sabor terroso y sutil conecta con el pasado, pero también con un futuro que necesita de productos que narren algo más que textura. Necesita ingredientes que

digán “esto es de aquí”, que al primer bocado hagan sonar la campanita de lo reconocible. El chícharo tiene ese poder.

Semilla de memoria: el chícharo en la historia rural de Canarias

En el imaginario rural canario, el chícharo ha sido mucho más que un ingrediente de temporada. Durante siglos, fue uno de los productos que sostenía la cocina cotidiana, esa que no salía en los libros, pero se repetía con reverencia cada año, al ritmo del calendario agrícola. Era un cultivo de subsistencia, de autosuficiencia y, sobre todo, de profundo conocimiento del territorio. No se sembraba a lo loco, sino según la luna, el clima y la experiencia heredada. Y en cada isla tenía su matiz: en La Palma lo asociaban al potaje de las fiestas, en Gran Canaria era ingrediente obligado de la sopa campesina, y en Tenerife formaba parte del recetario más íntimo de las medianías.



El chícharo crecía bien en zonas frescas y con algo de

humedad. Por eso, se daba sobre todo en las zonas medias y altas, entre los 400 y 800 metros sobre el nivel del mar. No requería grandes extensiones ni tecnología; bastaba una pequeña huerta, abono de estiércol y cuidado. Era una planta agradecida y, cuando la temporada era buena, los chícharos frescos se cocinaban tiernos o se secaban para conservar. Su sabor era el anuncio de la abundancia.



En la cultura oral, los chícharos aparecen en cuentos, canciones y hasta refranes. “Cuando hay chícharos, el hambre pasa en silencio”, decían los mayores. Y no era metáfora: el chícharo aportaba proteínas vegetales, fibra y energía en un momento del año donde la despensa escaseaba. Su textura suave lo hacía popular incluso entre los niños, que aprendían a valorar el trabajo del campo a través de esa pequeña legumbre que exigía cosecha al alba y desgranado paciente por la tarde. Era alimento, sí, pero también rito familiar.

Valor nutricional del chícharo: lo modesto que alimenta

Detrás de su aspecto humilde y su nombre casi olvidado en algunos rincones, el chícharo esconde una riqueza nutricional que lo convierte en uno de esos productos que deberían volver con fuerza a las cocinas del presente. No solo es sabroso y versátil, sino también nutritivo, equilibrado y sostenible: tres palabras que hoy son clave en cualquier discurso gastronómico con mirada al futuro.

El chícharo es una legumbre rica en proteína vegetal, lo que la convierte en una alternativa interesante para reducir el consumo de carne sin renunciar al aporte proteico. En 100 gramos de chícharos cocidos se pueden obtener entre 6 y 8 gramos de proteína, dependiendo del tipo y madurez. Pero eso no es todo: su contenido en fibra mejora el tránsito intestinal, aporta saciedad y contribuye al control del colesterol y del azúcar en sangre.

También es una fuente relevante de minerales como el hierro, fósforo, magnesio y potasio, esenciales para funciones vitales del cuerpo, y en menor medida, aporta vitaminas del grupo B. Además, su contenido calórico es moderado: unas 100 kcal por cada 100 gramos cocidos. Local, resistente, de bajo impacto ecológico y muy versátil: un producto a recuperar.



Potaje de chícharos: tradición servida en cuchara

Ingredientes (para 4 personas):

- 250 g de chícharos remojados la noche anterior
- 200 g de carne de cerdo (costilla o panceta)
- 1 trozo de tocino o morcilla (opcional, pero tradicional)
- 2 piñas de millo
- 2 papas medianas troceadas
- 100 g de calabaza
- 1 cebolla, 2 dientes de ajo, 1 pimiento
- Aceite de oliva, sal
- Laurel, tomillo, y si se desea, un poco de hierbabuena

Preparación:

En una olla grande, se cuecen primero las carnes para limpiar

el caldo. Se retira esa primera agua, se añade nueva, y entonces se incorporan los chícharos, la cebolla, el pimiento, las piñas de millo troceadas, y se deja cocer. Al poco se suman las papas y la calabaza. Hacia el final, si se desea, se añade la morcilla. El resultado es un potaje denso, aromático, donde el chícharo mantiene su carácter vegetal, acompañado de la grasa noble del cerdo y el perfume de las hierbas. Un plato de invierno, pero también de hogar.

De lo rural a lo contemporáneo: revalorizar sin disfrazar

La cocina canaria vive hoy un momento crucial. Por un lado, una generación de chefs que miran al territorio con respeto y creatividad. Por otro, un comensal cada vez más exigente y consciente, que busca más que una técnica: busca una historia. Y ahí, el chícharo –modesto, antiguo, nutritivo– tiene mucho que decir.

Incluirlo en propuestas contemporáneas no exige disfrazarlo, sino entenderlo. En cremas, escaldones, guarniciones, ensaladas tibias o como protagonista en un plato de cuchara refinado. El reto está en que no pierda su identidad. Que no se convierta en mero soporte, sino que conserve su carácter.

Porque al final, cocinar territorio no es crear desde cero. Es recordar, reinterpretar y servirlo con verdad. Y el chícharo, con su alma de campo, su sabor de historia y su valor nutricional, está más que preparado para volver al lugar que le corresponde: el plato.

¿Verano sin agua? cómo afectará la sequía a los sabores de Canarias este año

Vale decirlo sin rodeos, este verano en **Canarias** será más seco que nunca. Pero no solo en cifras o en embalses. Será un verano más seco en el paladar, en el producto y en la memoria gustativa que construimos cada temporada. Porque cuando falta el agua, la gastronomía también se resiente. Y eso, en un territorio donde la identidad se sirve en el plato, no es un detalle menor.





Mientras otras regiones de España respiran algo de alivio tras una primavera lluviosa, el archipiélago sigue en alerta. La sequía persiste y no da tregua. El **Gobierno de Canarias** mantiene activas en 2025 las ayudas extraordinarias para el sector agrícola. No es la primera vez. Es el segundo año

consecutivo que miles de productores reciben apoyo para contrarrestar las pérdidas derivadas del déficit hídrico. Se habla de emergencia, de infraestructuras, de inversiones en desaladoras... pero también, aunque no se diga tanto, de sabor. Porque sí, la sequía se cuela en la cocina.

Un menú en emergencia hídrica

En Tenerife, desde mayo de 2024, está declarada la emergencia hídrica. Esto no es solo un titular: significa restricciones, seguimiento intensivo del uso del agua, decisiones urgentes. Significa que cultivos clave como la papa, el olivo, la batata, los forrajeros o los frutales templados están bajo presión constante. Y significa también que, en muchos restaurantes, algunos ingredientes simplemente no llegan o llegan con un perfil muy distinto al habitual.



Lo saben bien los chefs que este año ya han tenido que reformular platos. **“La papa negra viene más pequeña y con menos rendimiento, pero más intensa”**, nos comenta un cocinero

de **La Orotava**. “Hacemos menos porción, más refinada, para no sacrificar calidad”. Una decisión que no solo afecta al diseño del plato, sino al relato que lo acompaña. Porque cada vez más **la cocina canaria** es también narrativa: lo que se cuenta del producto es tan importante como el producto mismo.

El sabor concentrado del estrés

La falta de agua modifica el perfil aromático y gustativo de muchos ingredientes. En la vid, por ejemplo, el estrés hídrico puede intensificar los azúcares y alterar la acidez, acortando el ciclo vegetativo y modificando la estructura del vino. Algunos sumilleros lo ven con optimismo: **“Habrá menos cantidad, pero más carácter en botella”**. Otros, en cambio, advierten del riesgo de desequilibrio, sobre todo en zonas que ya están al límite.





quesos de Lanzarote

En quesos, la situación no es más fácil. Menos pasto, más dificultad para alimentar al ganado, más coste en suplementos. Y eso también cambia la leche. Algunas queserías ya advierten que habrá menos producción este verano, y que el sabor podría virar hacia lo más graso y concentrado. Un efecto que puede ser bienvenido por algunos paladares, pero que en muchos casos implica también pérdida de matices.

Cocinas resilientes, cartas vivas

En los restaurantes, la reacción ha sido rápida. Se adaptan, se reinventan, cambian ingredientes. La palabra que más se repite en boca de cocineros es “resiliencia”. Una resiliencia creativa que obliga a mirar al entorno con nuevos ojos. Hay quienes están apostando por especies más resistentes, cultivos menos exigentes o incluso recuperando recetas de escasez, de las que aprendieron de sus abuelas.









Este cambio también está redefiniendo el concepto de “temporalidad”. Ya no basta con que un producto esté en temporada: ahora tiene que estar disponible, con calidad, con lógica de precio. Por eso veremos este verano cartas más vivas que nunca, con cambios semanales, improvisaciones que no nacen de la moda, sino de la necesidad.

Agua, clima y cultura gastronómica

El cambio climático ya no es una amenaza futura. Es un comensal más en cada mesa, un factor que interviene en la **agricultura, el sabor y la cocina**. La “sed atmosférica”, ese fenómeno que incrementa la evaporación y el estrés hídrico, está haciendo que los suelos retengan menos humedad y que los cultivos sufran incluso cuando reciben riego.



Pero más allá de lo técnico, lo que está en juego es la cultura gastronómica canaria. Esa que se sostiene sobre productos nobles, de proximidad, que hablan de territorio. Y si los sabores cambian, si los productos escasean, también cambia el relato culinario. Por eso este verano es tan importante mirar al plato con conciencia. Valorar lo que hay, apoyar lo que se produce aquí, entender que detrás de cada ingrediente hay una batalla silenciosa contra el clima.

Comer con conocimiento, beber con respeto

Así que cuando este verano te sientes frente a un vino local, un plato de papas arrugadas más pequeñas de lo habitual o un queso que ha mutado en intensidad, recuerda que ese sabor es también un reflejo del esfuerzo. De un territorio que se adapta. De productores que resisten. Y de cocineros que, aún sin agua suficiente, siguen creando belleza comestible.

En tiempos de sequía, más que nunca, el buen comensal es el que entiende. El que pregunta. El que valora. Porque en

Canarias, el sabor también depende del clima, y este 2025, el clima viene seco. Pero la cocina –la buena cocina– sabrá seguir hablando con voz clara. Y eso, merece ser escuchado.

El Sabor del Orden, la Ciencia, el Placer

Por Oscar Acosta – Puerto Rico

Una mirada global a la relación entre regulación alimentaria y gastronomía

El Sabor del Orden. Hay un momento, imperceptible pero decisivo, en que el arte de cocinar y el acto de regular se cruzan. Es un instante donde la pasión del chef y el juicio del inspector se entrelazan para proteger algo más que el sabor: la vida. Este artículo no es un manifiesto técnico ni una apología legal, sino un recorrido por la relación secreta y fundamental entre dos mundos que, lejos de estar en guerra, han escrito juntos una de las historias más fascinantes del ser humano: la de la seguridad, la innovación y la identidad que se sirve en un plato.

La mesa como civilización: una historia regulada desde el origen

Desde las antiguas civilizaciones de Mesopotamia y Egipto, donde ya se establecían normas sobre el pan y la cerveza, hasta los códigos alimentarios de la Edad Media, la humanidad ha comprendido que comer bien no es solo un placer: es un acto social, económico y político. Regular la comida ha sido una forma de proteger a la comunidad, preservar la salud y ejercer el poder. El **Codex Alimentarius del siglo XXI** es, en cierta

forma, el heredero de aquellas primeras **tablillas de arcilla** donde se inscribieron reglas sobre el comercio de aceite de oliva o el sacrificio de animales. **La gastronomía**, desde sus inicios, ha estado custodiada por reglas que evolucionan con los pueblos.



Gastronomía y regulación: danza entre riesgo y confianza

La seguridad alimentaria no es un tema moderno. En la Edad Media, el panadero podía ser castigado con cárcel si su pan no tenía el peso justo. En el **Japón feudal**, la elaboración de sake estaba regulada con celo casi religioso. Hoy, las regulaciones globales tienen una misión común: prevenir enfermedades, proteger poblaciones vulnerables y establecer un estándar mínimo de inocuidad. Pero también cumplen una función cultural: generan confianza. La confianza de que el queso que se sirve en París, el sushi en Tokio o la ropa vieja en Canarias ha sido producido, almacenado y transportado bajo condiciones aceptables para la salud humana.

Estados Unidos: la FDA como arquitecta invisible del sabor moderno

En los Estados Unidos, la FDA ha moldeado el **paisaje alimentario** más allá de lo evidente. Su definición de alérgenos mayores, su criterio para el uso de aditivos y su regulación sobre los **“health claims”** en etiquetas, han transformado la manera en que los chefs, fabricantes y distribuidores conciben sus creaciones. A veces criticada por su rigidez, la FDA ha sido clave para erradicar **epidemias alimentarias**, controlar sustancias cancerígenas y empujar a la industria hacia un estándar de transparencia. Desde los menús escolares hasta los **productos gourmet**, su presencia, aunque invisible, es profunda.

Europa: la EFSA y el equilibrio entre herencia y norma

En Europa, la EFSA no solo regula: interpreta la diversidad gastronómica del continente. Cada país miembro de la UE aporta a la discusión desde su identidad culinaria, y esa riqueza cultural se encuentra con un esfuerzo por armonizar reglas.



¿Cómo se regula el jamón ibérico sin afectar su autenticidad? ¿Cómo se protege el Roquefort sin traicionar su fermentación natural? El sistema europeo apuesta por una trazabilidad robusta, una exigencia microbiológica clara y una promoción del origen protegido como valor comercial. En este contexto, la gastronomía europea no se ve limitada por las normas, sino fortalecida en su diferenciación y autenticidad.

Canarias: entre Atlántico, tradición y excelencia regulada

En las Islas Canarias, donde el Atlántico besa los volcanes y la cocina es un espejo de siglos de mestizaje, la regulación alimentaria cumple una función estratégica. El Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA), los Cabildos Insulares y la Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Canarias vigilan, certifican y educan. Gracias a su labor, el queso Majorero, el vino de La Palma y los mojos artesanales no solo tienen sabor, sino respaldo legal y protección frente al fraude. La gastronomía canaria, lejos de ser domesticada

por las normas, ha encontrado en ellas un escudo de calidad y una plataforma para proyectarse al mundo.



Asia y África: sistemas emergentes, desafíos milenarios

En regiones como el Sudeste Asiático o el África Subsahariana, las regulaciones conviven con prácticas milenarias y sistemas informales. La OMS, la FAO y múltiples ONG colaboran para fortalecer la seguridad alimentaria sin erradicar las culturas alimenticias locales. En países como India, Etiopía o Tailandia, se avanza hacia modelos híbridos: normativas que reconocen las realidades rurales, la falta de infraestructura y la necesidad de preservar saberes ancestrales. El reto es doble: elevar el estándar sin destruir la raíz cultural.

Creatividad con límites: cuando las

normas inspiran innovación

Muchos creen que la regulación limita la creatividad. Pero los mejores chefs saben que toda cocina es un acto de límites: de fuego, de tiempo, de ingredientes, y sí, también de ley. La **gastronomía molecular** no sería posible sin evaluaciones regulatorias que permitieran el uso seguro de nitrógeno líquido o ciertos estabilizantes. Los productos *plant-based* y las **carnes cultivadas** han sido posibles gracias a entornos normativos que, lejos de frenar, han canalizado **la innovación**. La creatividad, cuando se enfrenta a la norma, no muere: evoluciona.



Los nuevos ingredientes: insectos, fermentos, carne cultivada y su frontera legal

El futuro alimentario trae ingredientes que desafían marcos regulatorios tradicionales. Desde insectos ricos en proteína, hasta fermentos personalizados o carnes cultivadas en biorreactores, la ley está corriendo detrás de la ciencia y

del apetito. La EFSA ha aprobado ciertos insectos, la FDA evalúa carne cultivada y países como Singapur ya comercializan proteína de laboratorio. Pero aún quedan preguntas abiertas: ¿cómo se etiquetan estos productos? ¿cómo se informa al consumidor sin crear rechazo? La regulación no solo tendrá que proteger, sino también comunicar y educar.

Regulación emocional: más allá del etiquetado, la ética del consumo

La regulación futura no será solo química, sino también ética. ¿Es aceptable ocultar el origen animal de un ingrediente? ¿Debemos regular la publicidad alimentaria dirigida a niños con igual celo que regulamos una toxina? **La gastronomía**, en tanto acto social, necesita marcos legales que protejan no solo el cuerpo, sino la dignidad humana. El bienestar animal, la sostenibilidad, la equidad alimentaria serán, cada vez más, temas centrales en la **legislación global de alimentos**.

El futuro del sabor: hacia una gastronomía regulada pero libre

La pregunta no es si debemos regular, sino cómo hacerlo sin apagar la llama de la cocina como arte, identidad y esperanza. Los mejores marcos legales serán aquellos que escuchen al chef, que entiendan al campesino, que protejan al consumidor, que incluyan al microemprendedor. Una regulación viva, contextual, flexible, pero firme. Porque el sabor del mañana no debe ser estéril, sino confiable. No debe ser uniforme, sino diverso. Y sobre todo, no debe ser privilegio de unos pocos, sino derecho de todos.



La belleza del plato también nace del rigor

Un plato no es solo lo que se ve. Es la historia que lo respalda, la norma que lo protege, la ciencia que lo permite, el arte que lo transforma. La regulación no es el fin de la gastronomía, sino su suelo firme. Cuando se hace con inteligencia, respeto y visión, puede ser un aliado silencioso pero poderoso de la belleza, del sabor, de la vida. Porque al final, la excelencia culinaria también es una forma de justicia.

FIVIPAL 2025: La gran cita del vino y la gastronomía regresa a La Palma

FIVIPAL 2025. La isla de La Palma se prepara para acoger la XIV edición de la Feria Insular del Vino de La Palma (FIVIPAL), un evento imprescindible para los amantes del vino y la buena mesa, que tendrá lugar el **sábado 17 de mayo de 2025**, de 12:00 a 18:00 horas, en la emblemática Plaza de España de Los Llanos de Aridane.

Un escaparate para el vino palmero y la gastronomía local

Organizada por el **Consejo Regulador de Vinos de La Palma**, en colaboración con el Ayuntamiento de Los Llanos de Aridane y las asociaciones empresariales ACZA y ZCA, FIVIPAL se ha consolidado como el principal escaparate de la riqueza vitivinícola y gastronómica de la isla bonita. El evento cuenta, además, con el apoyo del Cabildo Insular de La Palma y otras entidades colaboradoras, lo que garantiza su proyección y calidad.



Durante FIVIPAL 2025, las **bodegas adscritas a la Denominación de Origen Vinos La Palma** ofrecerán degustaciones de sus mejores caldos, permitiendo a los asistentes descubrir la diversidad y calidad de los vinos palmeros, desde blancos frescos hasta tintos con personalidad y malvasías únicos. La participación de los establecimientos de restauración, previa inscripción y con plazas limitadas, asegura una oferta gastronómica de alto nivel, basada en productos locales y recetas tradicionales reinterpretadas.



Experiencia sensorial, música y cultura

FIVIPAL 2025 no es solo una feria de vinos: es una experiencia sensorial completa. Los visitantes podrán disfrutar de maridajes, showcookings, tapas elaboradas con productos de kilómetro cero y un ambiente festivo animado por música en vivo. El evento fomenta la interacción entre bodegueros, restauradores y público, creando un espacio de encuentro y aprendizaje en torno al vino y la gastronomía de La Palma.

Compromiso con la sostenibilidad y el producto local

Uno de los grandes objetivos de [FIVIPAL 2025](#) es impulsar la

soberanía alimentaria y poner en valor los productos locales, promoviendo un consumo responsable y sostenible. El evento se ha convertido en un motor de dinamización para el sector primario y la hostelería insular, atrayendo tanto a residentes como a visitantes y potenciando la imagen de La Palma como destino enogastronómico de referencia en Canarias.

Calendario de ferias de vino en La Palma 2025

La celebración de FIVIPAL inaugura un calendario repleto de citas enogastronómicas en la isla:

Evento	Fecha	Lugar
FIVIPAL (Feria Insular del Vino de La Palma)	17 mayo 2025	Plaza de España, Los Llanos de Aridane
EnoGastrosolidario de Breña Alta	7 junio 2025	Parque de Los Álamos, San Pedro
Feria del Vino de Santa Cruz de La Palma	18 julio 2025	Santa Cruz de La Palma

FIVIPAL 2025: Una invitación abierta a descubrir La Palma

La entrada a [FIVIPAL](#) es gratuita y abierta a todos los públicos, invitando a sumergirse en una jornada única donde el vino, la gastronomía y la cultura local son los grandes protagonistas. Sin duda, una cita imprescindible para quienes desean descubrir y disfrutar lo mejor de La Palma en un entorno inmejorable.

FIVIPAL 2025: tradición, innovación y sabor en el corazón de La Palma.

¡No te lo puedes perder!

La Última Revolución será Gastronómica: El futuro de la Humanidad está en el plato

Por Oscar Acosta – Puerto Rico

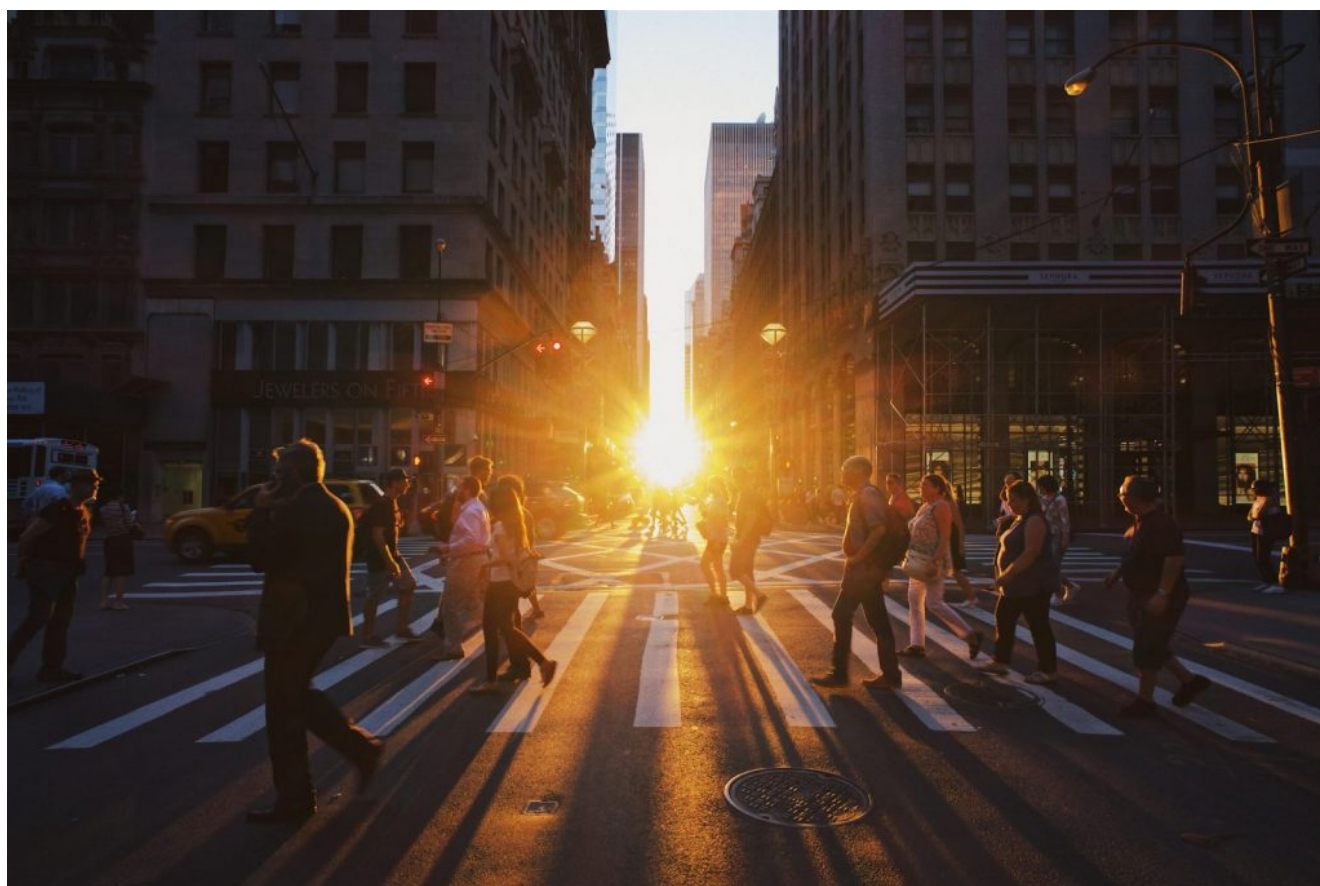
La última revolución será gastronómica propone una reflexión profunda sobre el acto cotidiano de comer como el escenario de la próxima gran transformación humana. Más allá de la tecnología, la política o la economía, el alimento –su origen, su ética, su memoria– se revela como el verdadero eje de cambio en un mundo marcado por la crisis climática, [la desigualdad](#) y la pérdida de identidad. Este ensayo explora la historia, la filosofía y la dimensión social del alimento, defendiendo la autenticidad, la sostenibilidad y el regreso a una cocina conectada con el alma, la tierra y la comunidad.

Hay revoluciones que no necesitan alzar la voz para cambiarlo todo. Revoluciones que no ondean banderas, ni llenan plazas, ni desbordan las redes sociales. Son las que suceden lejos del ruido, en la intimidad de las cocinas, en el humo lento de un guiso, en el acto cotidiano –aparentemente simple, pero en realidad profundamente político– de sentarse a la

mesa.

Vivimos tiempos de ruido, de sobresaltos constantes, de información que viaja más rápido de lo que podemos digerirla. Mientras tanto, la tierra sigue dando frutos, los animales siguen muriendo, las manos siguen amasando pan, el agua sigue escurriéndose entre los dedos de quienes la trabajan y la aman.

El siglo XXI nos encontró más conectados y más solos. Más productivos y más vacíos. Más informados y menos sabios. Mientras el planeta arde, los océanos se llenan de plástico, los suelos se agotan, y la biodiversidad se desangra en silencio, seguimos comiendo. Todos los días. Tres veces al día. Como si nada. Como si todo.



Porque mientras el mundo se debate entre guerras, pandemias y algoritmos, hay un acto que persiste, tozudo, casi sagrado: el acto de comer. Un acto que resume quiénes fuimos, quiénes somos y quiénes podríamos llegar a ser. La comida es, ha sido y seguirá siendo la verdadera lengua franca de la humanidad.

El código primero, antes de las palabras, antes de las escrituras, antes de los contratos.

Hoy, más que nunca, lo que elegimos poner sobre la mesa es un acto político, espiritual, filosófico. Porque la próxima gran revolución no se firmará en tratados. No se codificará en leyes. No se impondrá por decreto. Se cocinará. Se servirá en platos. Se compartirá en mesas.

La última revolución será gastronómica. Y será silenciosa, íntima, profunda. Una revolución que no necesita proclamas, porque se cuenta en bocados. Una revolución que no necesita armas, porque se sostiene en cucharas.

Pero para entenderla, para reconocer su potencia, hay que ir hacia atrás. Hay que recordar. Hay que aprender a mirar la historia del hombre no desde las guerras ni las coronas, sino desde los alimentos que han sostenido la vida, las manos que los han cultivado, los fuegos que los han transformado.

El alimento como destino

La historia humana no puede narrarse sin hablar de comida. Antes que el oro, antes que el petróleo, antes que las criptomonedas, hubo trigo. Hubo maíz. Hubo arroz. Hubo sal. El alimento fue siempre el primer recurso estratégico, la primera riqueza, la primera razón para migrar, comerciar o guerrear.



El pan que erige imperios

Hace más de 10,000 años, cuando el hombre dejó de ser nómada y se asentó en los primeros poblados del Creciente Fértil, lo hizo porque aprendió a sembrar cereales. Allí, en las riberas del Tigris y el Éufrates, no solo nació la agricultura: nació la civilización. Y con ella, el pan.

Ese sencillo alimento, mezcla de harina y agua, cocido al fuego, fue más que un sustento. Fue el principio del excedente, del comercio, del tributo, [del poder](#). Los imperios mesopotámicos se construyeron sobre graneros, no sobre palacios. La capacidad de almacenar grano aseguraba el futuro, permitía alimentar ejércitos, financiar conquistas, establecer jerarquías.



En Egipto, las pirámides se alzaron gracias a la fuerza de obreros alimentados con pan y cerveza de cebada. En Roma, el “pan y circo” fue mucho más que una metáfora política: fue la fórmula concreta para sostener el orden social, para calmar el hambre y las rebeliones.

Y así, a lo largo de los siglos, el alimento dictó los movimientos de la historia. Los vikingos, expertos navegantes, siguieron rutas de arenques y bacalao. Los árabes controlaron las rutas de las especias. Los europeos zarparon hacia lo desconocido en busca de pimienta, clavo y nuez moscada. Los colonizadores convirtieron la caña de azúcar en oro líquido, devastando tierras y pueblos.

No hubo conquista que no pasara por la comida. No hubo migración que no tuviera al hambre como impulso o a la promesa de comida como esperanza.

El hambre que derriba reinos

Si el alimento fue el cimiento de los imperios, el hambre fue su sentencia. La caída de Bizancio estuvo precedida por asedios que cerraron las rutas del grano. **La Revolución Francesa** estalló con el rumor –cierto o no– de que el pan escaseaba. **“Si no tienen pan, que coman pasteles”**, dicen que dijo María Antonieta. Más allá de la exactitud de la cita, lo que importa es el símbolo: cuando el poder se olvida de la mesa del pueblo, el pueblo derriba al poder.

Las grandes hambrunas en Irlanda, la escasez de arroz en China, las crisis alimentarias en África... Cada uno de estos episodios marcó el curso de las naciones. El hambre no es solo ausencia de comida: es motor de cambio, es detonante de rebeliones, es el límite donde el cuerpo y la dignidad se encuentran.



El alimento industrial: la deshumanización del bocado

La Revolución Industrial trajo consigo una transformación

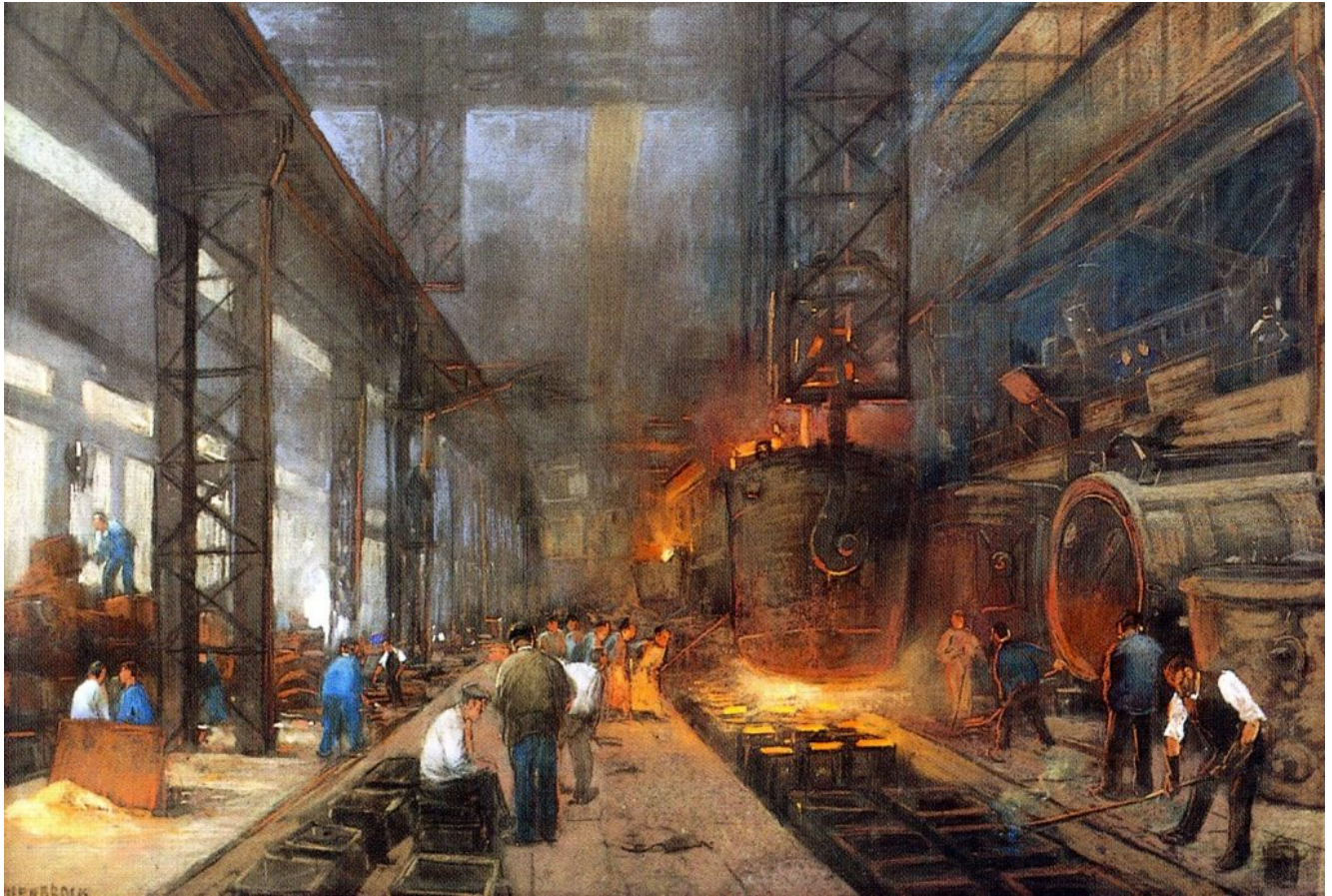
radical de la producción de alimentos. La mecanización permitió alimentar a más personas, sí, pero al costo de romper el vínculo entre el hombre y la tierra. Las fábricas de alimentos sustituyeron a los mercados locales. Las etiquetas reemplazaron a las historias.

El bocado dejó de ser encuentro para convertirse en producto. La leche ya no tenía rostro de vaca, ni el pan olor de horno. La comida se transformó en mercancía.

Hoy, ese proceso se ha llevado al extremo. Ultra procesados que duran meses en las estanterías, carnes cultivadas en laboratorios, sabores diseñados por algoritmos. Y, sin embargo, en medio de esta abundancia artificial, seguimos teniendo hambre. No de calorías, sino de significado.

Porque el alimento no es solo nutrición. Es relato. Es cultura. Es pertenencia. Y cuando la comida pierde su historia, el hombre pierde el rumbo.





La geopolítica del plato contemporáneo

En el siglo XXI, la comida sigue siendo campo de batalla. Los monocultivos empobrecen la tierra y destruyen la diversidad. Las semillas son patentadas por multinacionales que controlan qué se siembra y quién come. El acceso al agua, esencial para cualquier cultivo, se convierte en motivo de disputa entre naciones y corporaciones.

El precio del trigo puede disparar protestas en Oriente Medio. La escasez de maíz puede hundir economías enteras en América Latina. El poder ya no reside solo en las armas o el dinero: reside en las semillas, en los cultivos, en los graneros.

El alimento es el último territorio donde se libra la guerra del futuro.

Comer será una decisión filosófica: El tenedor como acto de conciencia

Comer nunca ha sido un acto inocente. Aunque la modernidad se empeñó en convertirlo en un gesto automático, cotidiano, desvinculado de la ética o la filosofía, lo cierto es que cada bocado que damos encierra una elección moral, un posicionamiento ante el mundo.

Durante milenios, los pueblos comieron lo que tenían cerca, lo que la tierra ofrecía, lo que las estaciones permitían. Pero hoy, en un supermercado, frente a un pasillo interminable de opciones, la decisión de qué poner en el carrito de compras es, aunque no siempre lo veamos, una declaración sobre quiénes somos y cómo entendemos la vida.

De Pitágoras a Singer: Una breve historia de la ética alimentaria

La relación entre lo que comemos y lo que creemos es antigua. Pitágoras, en el siglo VI a.C., fue uno de los primeros en establecer la conexión entre la alimentación y la moral, promoviendo una dieta vegetariana no solo por salud, sino por respeto a los animales y a la vida. Creía en la transmigración de las almas y consideraba que matar animales era matar parte de la misma esencia de la humanidad.

En muchas tradiciones filosóficas y religiosas –el hinduismo, el budismo, el jainismo– encontramos la misma idea: que el modo en que nos alimentamos debe reflejar una actitud de reverencia hacia la vida.

Ya en el siglo XX, filósofos como Peter Singer y Tom Regan llevaron esta reflexión al terreno de los derechos de los

animales y la crítica al especismo, abriendo debates que hoy son centrales en las decisiones alimentarias de millones de personas alrededor del mundo.



Pero la filosofía de la comida no es solo la pregunta sobre si comer o no comer animales. Es la pregunta sobre de dónde viene lo que comemos, quién lo produce, en qué condiciones, a costa de qué vidas humanas o animales, con qué impacto sobre la tierra y el agua.

El chef como oráculo, no estrella

La figura del chef ha vivido muchas metamorfosis. Durante siglos, fue invisible, trabajando en las sombras de palacios, monasterios y casas señoriales. Luego vino la época de los grandes nombres, los Ferran Adrià, los Massimo Bottura, los René Redzepi, quienes transformaron la cocina en espectáculo, ciencia, arte.

Pero el siglo XXI exige otra cosa. No

necesitamos más estrellas. Necesitamos oráculos. Intérpretes. Sanadores.

El cocinero del futuro no será quien domine técnicas imposibles ni quien acumule estrellas Michelin. Será quien sepa escuchar. Quien entienda que, más que saciar el estómago, debe alimentar el alma.

La cocina del mañana será menos espectáculo y más rito. Menos platos para fotografiar, más platos para sanar. El chef será terapeuta, cronista, mediador. Alguien que lea las emociones del comensal y cocine en consecuencia. Alguien capaz de preguntar: ¿Qué necesitas hoy? ¿Calor? ¿Memoria? ¿Esperanza? La verdadera innovación no será el nitrógeno líquido, sino el consomé que abraza. No será la espuma de remolacha, sino el pan que sabe a infancia. No será el plato viral, sino el que invita al silencio.

En esta nueva era, el chef se despoja de la vanidad para ponerse al servicio de algo más grande: la conexión humana.

Habrà menos show y más silencio. Menos espectáculo y más ceremonia. El chef se convertirá en terapeuta, en cronista, en mediador. Será el puente entre la tierra y el comensal, entre el pasado y el presente, entre el cuerpo y el alma.



EFE/MIGUEL TOÑA



Como un médico que ausculta antes de recetar, el chef deberá aprender a escuchar antes de cocinar. No solo qué gusta, sino qué falta. No solo qué se pide, sino qué se necesita. Será alguien capaz de comprender que un caldo puede ser más revolucionario que una espuma de albahaca. Que un pan hecho a mano, con paciencia y respeto, puede significar más que mil técnicas de laboratorio.

En tiempos de soledad digital, el acto de cocinar para otro será un acto de acompañar. Un acto de resistencia ante la fragmentación. Un gesto radical. Porque sentarse a la mesa es desnudarse un poco. Es aceptar la vulnerabilidad del hambre. Es abrirse a recibir. Y cocinar para otro es decirle, sin palabras: "Te veo. Me importas. Cuidas mi esfuerzo, yo cuido tu cuerpo."

El chef del mañana no buscará aplausos. Buscará encuentros. No buscará audiencia.

Buscará diálogo.

Las recetas del futuro no serán solo técnicas o listas de ingredientes. Serán mapas emocionales. Lecturas de contexto. Espacios de memoria. El chef será quien recuerde que el alimento no es solo físico. Es simbólico. Es afectivo. Es espiritual.

Habrà quienes necesiten un arroz con gandules porque les recuerde a su abuela. Habrà quienes necesiten un plato que no los haga sentir culpables. Otros buscarán algo que les devuelva la esperanza, el asombro, la fe. Y el chef deberá saber leer esos lenguajes. No a través de estrellas ni rankings, sino desde la humildad de quien sabe que cocina no para ser admirado, sino para ser útil. No se trata de renunciar a la técnica. Se trata de entender que la técnica es solo un medio. No el fin.



El verdadero desafío será dominar el

equilibrio entre el conocimiento y la sensibilidad. Entre la ciencia y la emoción. Entre la precisión y el amor. Porque la cocina es química, sí. Pero es, sobre todo, alquimia. La alquimia de transformar el acto cotidiano de alimentarse en un acto profundo de encuentro, de diálogo, de cuidado.

El chef del futuro será también guardián de la tierra y de las historias. Defenderá los ingredientes ancestrales, las semillas nativas, las técnicas olvidadas. Hará justicia no solo en el plato, sino en la cadena completa de producción.

Cuidará que la belleza del plato no oculte la explotación en el campo. Que el sabor no se construya sobre el sufrimiento de quien siembra. Que el aplauso no silencie la voz del agricultor, del pescador, del quesero, del panadero.

Cocinar será, entonces, una forma de defender la dignidad.

Atrás quedarán los chefs celebridad. El nuevo cocinero será terapeuta, guía espiritual y cronista. Será quien interprete la necesidad emocional de su comensal y cocine en consecuencia. Menos espectáculo, más alma. Menos nitrógeno líquido, más conexión humana. La revolución no estará en la técnica, sino en el amor con el que se enciende el fuego. No en la perfección del plato, sino en la autenticidad del gesto. Cocinar será, otra vez, un acto de humildad. Y el chef, no una estrella, sino un oráculo que escucha.