

¡El coste oculto tras el lujo!

En los templos más admirados de la **gastronomía mundial** el relato oficial habla de creatividad, territorio y excelencia; tras la puerta abatible de la [cocina](#), con demasiada frecuencia lo que aparece se parece inquietantemente a una **servidumbre** de lujo: jornadas interminables, sueldos simbólicos o inexistentes, gritos, humillaciones y un sistema de poder casi feudal disfrazado de vocación.

Para entender por qué esto vuelve a estallar ahora, conviene poner una cronología mínima sobre la mesa. A comienzos de febrero reaparecen en redes sociales testimonios que describen dinámicas de presión, humillación y abuso dentro del ecosistema de trabajo asociado a Noma, difundidos por un exmiembro del equipo a través de Instagram.



Días después, el asunto salta a los medios y se convierte en

noticia global, no tanto por la sorpresa como por el efecto espejo: una parte del sector lo interpreta como “otro capítulo” de una cultura laboral extrema, mientras otra parte se aferra a la idea de que la alta cocina exige dureza y disciplina.

En medio queda el lector, que no tiene por qué dominar el lenguaje interno de las cocinas -pase, jerarquías, estaciones, *stages*— pero sí entiende algo universal: cuando el prestigio se vuelve una coartada, el abuso deja de parecer un accidente y empieza a comportarse como método.

Y ahí es donde el debate se pone serio, porque ya no trata solo de un restaurante, sino de un modelo que durante años ha vendido la épica del sacrificio como si fuera formación, y la resistencia psicológica como si fuera mérito profesional.

Las acusaciones recientes contra **Rene Redzepi** y el [Noma](#), icono del **fine dining** del siglo **XXI**, y los reportajes que desde 2017 describen la “misericordia” de ser becario en grandes tres estrellas españoles -incluida la órbita de **Martín Berasategui**— no son anomalías, sino síntomas de un modelo que ha asumido que, para cocinar “a ese nivel”, hay que aguantarlo todo.

Cuando el sueño se sostiene sobre trabajo barato

Durante años, **Noma** encarnó el sueño absoluto del gastrónomo: **el mejor restaurante del mundo**, peregrinaciones a **Copenhague**, relato perfecto de lujo nórdico y cocina de territorio convertida en dogma. Entre bastidores, sin embargo, se consolidó otro relato: el de un ejército de stagiaires -a

menudo sin remuneración durante buena parte de la historia del restaurante-, jornadas extenuantes y un clima descrito por exmiembros del equipo como una mezcla de miedo, presión y abuso emocional.



Los testimonios que han salido a la luz hablan de agresiones físicas, humillaciones públicas y una normalización del dolor -quemaduras, accidentes, estrés extremo- como peaje inevitable para acceder al Olimpo gastronómico. Solo en los últimos años **Noma** comenzó a pagar a sus becarios y, poco después, anunció el fin del servicio regular con una confesión brutal: **la alta cocina, tal y como la había practicado, no era económicamente viable si se pagaba dignamente toda la mano de obra necesaria.**

En la práctica, durante mucho tiempo el sueño se sostuvo en gran medida sobre trabajo barato o directamente gratuito.

En España, distintos reportajes han descrito un patrón similar en varios tres estrellas Michelin. En 2017, investigaciones sobre “la miseria de ser becario” en restaurantes de **Ferran Adrià, David Muñoz o Martín Berasategui** documentaban jóvenes

sin sueldo o con remuneraciones simbólicas, jornadas de 15 y 16 horas, pisos compartidos y hacinados -incluidos sótanos con literas para decenas de stagiaires- y testimonios de abusos y humillaciones verbales en cocinas sometidas a una presión extrema.

Las opiniones eran diversas, con ex-aprendices que hablaban de trato correcto junto a otros que describían condiciones al límite, pero el denominador común era claro: el apellido del **chef** en el currículum funcionaba como moneda de cambio principal, por encima del salario.

Una cocina diseñada para mandar, no para cuidar

La estructura de poder en las cocinas de **alta gastronomía** ayuda a entender por qué estos comportamientos se enraízan con tanta facilidad. La mayoría de restaurantes de este nivel siguen, con matices, la brigade de cuisine heredada de **Escoffier**: una jerarquía piramidal inspirada en el ejército, con un **chef** en la cúspide, mandos intermedios claros y una base amplia de **cocineros jóvenes**, comis y stagiaires.



Auguste Escoffier

Brigade de cuisine (Escoffier) – organigrama completo

1) Mando

- **Chef de cuisine** (Jefe de cocina)
 - **Sous-chef** (Segundo de cocina)
 - **Aboyeur / Expeditor** (*si existe como puesto*):
coordina el pase y canta comandas

2) Jefes de partida (Chefs de partie)

(Todos reportan al Sous / Chef, según la casa)

- **Saucier**: salsas, fondos, guisos, salteados

- **Poissonnier**: pescados y mariscos
- **Rôtisseur**: carnes, asados, braseados
 - **Grillardin**: parrilla / grill
 - **Friturier**: frituras
- **Entremetier**: verduras, sopas, huevos, guarniciones
- **Garde-manger**: cocina fría, terrinas, ensaladas, preparaciones frías
- **Pâtissier (Chef pâtissier)**: postres y pastelería
 - **Boulangier** (*si existe*): panadería
 - **Glacier** (*si existe*): helados/sorbets
 - **Confiseur** (*si existe*): azúcar/confitería

3) Puestos de apoyo “de sistema” (no son una partida, pero sostienen el engranaje)

- **Tournant**: cocinero “volante” que cubre partidas y picos
- **Boucher** (*si existe*): despiece, porcionado, mermas, orden de cámaras
- **Communard** (*si existe*): comida del personal

4) Base de cada partida (la tropa que hace que salga el servicio)

(Esto se repite en cada estación)

- **Demi-chef de partie**: segundo de partida
- **Commis**: ejecución y apoyo (junior)
- **Apprenti**: aprendiz

5) El “final” operativo (sin esto no hay restaurante, hay tragedia)

- **Plongeur**: plonge / friegaplatos / stewarding /

freganchin

- (a veces) **Marmiton**: apoyo de limpieza y ollas (según país/casa)

La **cocina** es un espacio cerrado, separado de la sala, donde la presión del tiempo es feroz y cada error se percibe como una amenaza directa a la reputación del restaurante. En este contexto, la obediencia ciega se premia y la vulnerabilidad se penaliza, mientras **el chef** concentra el poder sobre el día a día, las oportunidades de promoción y, de facto, sobre buena parte del futuro profesional de quienes pasan por allí.

Es un ecosistema ideal para que el autoritarismo florezca y se presente como una herramienta de supervivencia organizativa.

Sobre esa estructura, la **cultura popular ha levantado el mito del chef tirano**: cine, televisión y reality shows han difundido durante años la imagen del **genio irascible** que lanza platos, grita y humilla en nombre de la perfección. El resultado es una profecía autocumplida: quienes se incorporan a la brigada esperan ese trato como parte del rito de paso, lo normalizan y, cuando ascienden, tienden a reproducirlo. El abuso deja de ser un escándalo para convertirse en tradición profesional con su respectivo pase de testigo.

La palabra "**esclavitud**" incomoda, pero describe con precisión una lógica recurrente en muchas cocinas de élite: someter el cuerpo y el tiempo de quienes trabajan a un régimen de disponibilidad casi total a cambio de una promesa intangible de prestigio y futuro.



En este esquema se repiten varios elementos: jornadas que borran la frontera entre vida y trabajo, salarios bajos o inexistentes, prácticas que encubren trabajo productivo a tiempo completo y una dependencia extrema respecto a figuras muy concretas cuyo nombre abre o cierra puertas en un mercado altamente concentrado.

La libertad formal existe -siempre es posible “irse”-, pero la libertad real está condicionada por la precariedad y por el miedo a quedar fuera de una élite diminuta.

El resultado es una servidumbre del siglo XXI: el látigo ya no es físico, sino simbólico, en forma de prestigio, y las cadenas son el currículum y la red de contactos que pueden romperse con una sola salida “a destiempo”. Para muchos **jóvenes cocineros**, la recompensa no es el sueldo de hoy, sino

la posibilidad de, quizá, algún día ocupar un puesto propio dentro de esa misma jerarquía.

El coste humano y la grieta que se abre

El coste de este modelo es elevado y cada vez más visible. Detrás de los relatos de sacrificio aparecen historias de ansiedad, depresión, insomnio, consumo abusivo de alcohol y otras sustancias, rupturas familiares y diagnósticos de estrés postraumático tras años de servicio en **cocinas tóxicas**.

Varios chefs de renombre -desde quienes decidieron cerrar su restaurante en la cima incluyendo al mismo René Redzepi, ha hablado abiertamente de terapia y problemas de ira- han empezado a contar en primera persona el coste psicológico de sostener un restaurante en la élite bajo estas reglas.

La paradoja es evidente: una **gastronomía** que dice celebrar la vida, el placer y la memoria se sostiene, demasiadas veces, sobre la **erosión silenciosa** de quienes la hacen posible. El lujo en sala existe porque hay cuerpos y biografías que se consumen al otro lado de la puerta, en cocinas donde se ha naturalizado que la violencia es parte del oficio.



Al mismo tiempo, comienzan a abrirse grietas en el modelo. Una nueva generación de cocineras y cocineros cuestiona **la brigada militarizada** y el mito del **chef despota**, impulsa proyectos que reducen servicios, eliminan stages no remunerados y priorizan salarios y salud mental por encima del lugar en rankings y guías. Surgen liderazgos que ponen el énfasis en el cuidado, la formación y la corresponsabilidad, y que entienden que el miedo es un pésimo ingrediente para cualquier cocina que aspire a ser realmente creativa.

La cuestión ya no es únicamente qué hacer con casos concretos como Noma o con los nombres que encarnan este paradigma, sino qué tipo de alta cocina se está dispuesto a legitimar como sector y como comensales.

Lo más inquietante de todo esto es que tiene un parecido, en su lógica -no en sus formas- a esas cadenas globales donde la explotación se vuelve invisible porque el producto final es deseable.

Con la ropa ocurre cuando se compra una camiseta “a precio de

chollo” y se decide no preguntar quién pagó el resto del coste con horas, miedo o infancia; en la alta cocina pasa cuando el comensal paga una experiencia de lujo y, sin quererlo, se está comiendo parte de una estructura construida sobre mano de obra barata, obediencia y silencios.

La distancia moral se fabrica con marketing: se vende creatividad, se celebra técnica, se aplaude la innovación y, mientras tanto, el precio humano queda fuera de foco, como si no formara parte del plato.

Sin embargo, el trabajo también es un ingrediente, aunque no aparezca en la receta. Y cuando el prestigio actúa como moneda de cambio -“aguanta aquí y tu currículum valdrá oro”- el abuso encuentra un terreno perfecto.

Por eso el verdadero lujo quizá consista en otra cosa: en saber que ningún plato excepcional exige, como ingrediente oculto, una vida sacrificada entre fogones. Presión sí. Humillación no.

The World's 50 Best Restaurants 2026 en Abu Dhabi: por qué noviembre será mucho más que una gala

[@Acquapanna](#)

En noviembre de 2026 (con fecha exacta aún por anunciar), **Abu Dhabi** dejará de ser “solo” una sede y pasará a funcionar como un **gran foro gastronómico temporal**: la comunidad internacional de **chefs**, sumilleres, equipos de sala, marcas y prensa especializada se reunirá allí para la semana de [The World's 50](#)

[Best Restaurants 2026](#), que culminará con el anuncio del ranking mundial.

El movimiento no es menor: será la primera vez que la lista global se revele en la capital de Emiratos, en alianza con el Department of Culture and Tourism – **Abu Dhabi** y con el patrocinio de [S.Pellegrino](#) & [Acqua Panna](#). Además, el propio anuncio subraya que la ciudad ya había acogido la edición regional MENA (la más reciente, en febrero de 2026), pero ahora se le concede el foco global.

A nivel práctico, conviene contarlo bien: el mes está confirmado, pero el día y el escenario concreto todavía no han sido detallados, así que el calendario se seguirá afinando a medida que avance el año.

Lo que sí se ha adelantado es la [arquitectura](#) de la semana: **#50BestTalks, Signature Sessions y el Chefs' Feast** como piezas centrales, antes de la gala final; y, como suele ocurrir, el “run-up” incluirá anuncios previos como la lista ampliada 51-100 y varios premios especiales. En la ciudad, ese cóctel se traducirá en chaquetillas viajando en fundas, libretas con preguntas incómodas, sobremesas donde se “cocinan” colaboraciones futuras y, sí, ese ritual contemporáneo de móviles en alto, como si el aplauso necesitara prueba documental.

Para el lector de Canariasgourmet.es, la clave narrativa es simple: 50 Best no se limita a premiar, también ordena la conversación global sobre alta cocina, territorios, tendencias y poder simbólico, con una geopolítica culinaria cada vez más explícita.

Event week: una semana para vivir la gastronomía, no verla en streaming

La “event week” se construye como una escalada suave hacia la noche de la gala: encuentros, comidas, charlas y cenas que van generando contexto antes de que aparezca el número 1. Esa estructura funciona porque el evento no se comporta como un congreso clásico; se parece más a una ciudad con dos velocidades. Por un lado, lo oficial: acreditaciones, agendas, horarios y formatos que marcan el pulso.



The World's 50 Best Restaurants 2026 – Date & Location announcement

Por otro, lo real: conversaciones de lobby, bares donde se intercambian recomendaciones como quien pasa una dirección secreta, y terrazas con vista al Golfo donde se cruzan idiomas, escuelas gastronómicas y estilos de sala sin pedir permiso. En esas escenas se percibe que la “tribu” 50 Best tiene códigos propios: se habla de creatividad, sí, pero también de logística, de cansancio, de cómo sostener un **menú largo** sin dejarse el alma (ni el margen) en el intento, y de por qué la sala se está volviendo el gran tema de esta década.

Además, para el público no profesional suele aparecer un detalle revelador: el ambiente tiende a ser más permeable de lo que uno imagina.

Se puede estar a dos metros de un **chef** al que se ha leído durante años y comprobar que, fuera del escenario, la conversación gira más alrededor de oficio, equipos y cultura de trabajo que de fuegos artificiales. Y como todo se vive en formato “ciudad-evento”, el visitante acaba leyendo señales pequeñas: quién llega con prisas, quién se queda a la última copa, quién toma notas como si estuviera cazando una idea. En **Abu Dhabi** esa mezcla se verá amplificada por la propia intención del destino: ser anfitrión, escaparate y argumento a la vez, mientras la programación va tensando el relato hasta la noche final.

#50BestTalks: donde se cocina el futuro (sin humo, o con el justo)

Entre los pilares de la semana, **#50BestTalks** se ha consolidado como el espacio de pensamiento: un formato de “thought leadership” donde figuras de la hospitalidad comparten ideas, fricciones y aprendizajes que rara vez caben en un post de Instagram. En **Abu Dhabi** tendrá un matiz extra porque se celebrará en una región que quiere consolidar identidad culinaria propia y, al mismo tiempo, entrar con autoridad en la conversación global.



Aquí no se debate “qué plato fue más bonito”, sino qué modelo de restaurante será viable, cómo se retiene talento en un sector exigente, qué políticas internas se están aplicando para bienestar mental, diversidad o sostenibilidad, y cuánto de todo eso se está midiendo de verdad.

Para quien escribe, el valor es doble: primero, porque se escuchan frases que explican época; y segundo, porque se detectan tendencias antes de que se vuelvan eslogan.

Además, el formato -ponencias, mesas y debates- favorece que salgan los puntos ciegos: la tensión entre excelencia y accesibilidad, el impacto real (o el marketing) de ciertos discursos verdes, o el papel de la sala como inteligencia emocional del restaurante.



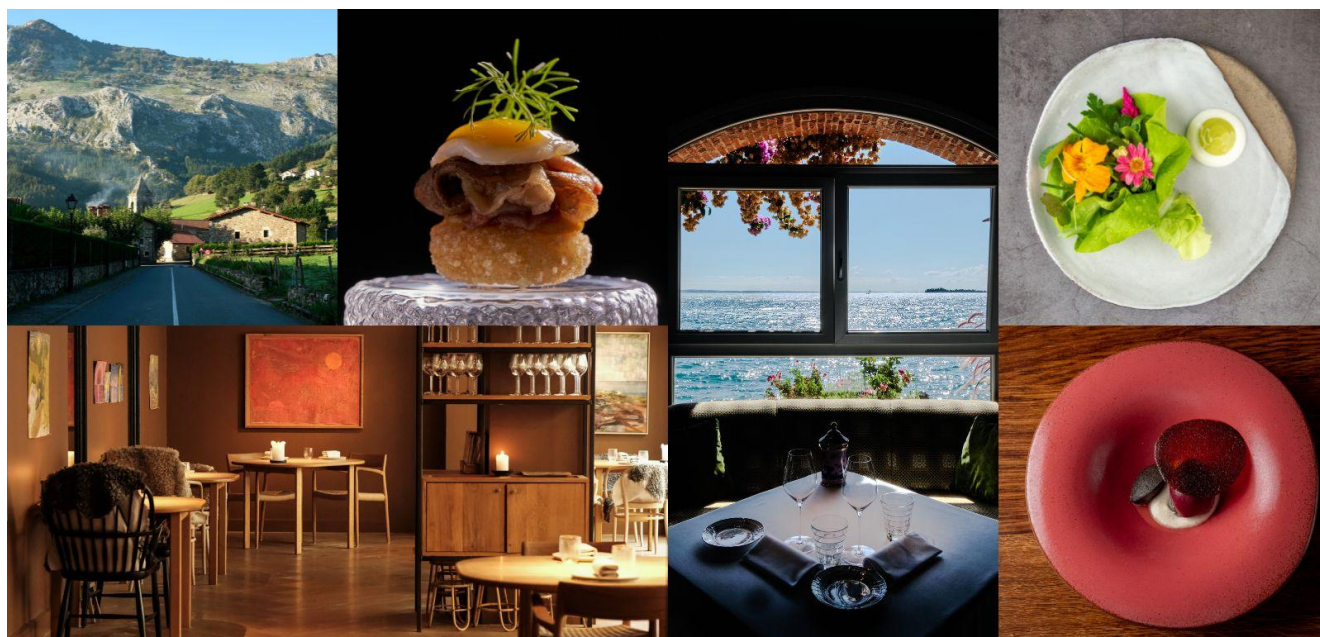
También se pone sobre la mesa un asunto incómodo pero central: cómo se financia la innovación sin convertir la creatividad en una ruleta rusa. Dicho sin solemnidad: en **#50BestTalks** se empieza a intuir qué ideas sobrevivirán a la moda y cuáles quedarán como decoración. Y si algo “frena el scroll” en periodismo gastronómico, suele ser justamente eso: contar el porqué, antes de que el algoritmo decida que ya es tarde.

También se ponen en común temas de gestión que suelen quedar fuera del glamour: formación continua, salarios y turnos sostenibles, relación con productores y cómo se comunica la identidad sin convertirla en folclore de escaparate. Y, de fondo, aparece una pregunta clave: qué significa hoy “alta cocina” cuando el mundo pide impacto, no solo aplausos.

50 Best Signature Sessions: cenas irrepetibles en una ciudad que se está contando a sí misma

Si las mañanas invitan a pensar, las noches suelen reservarse para sentir. Las 50 Best Signature Sessions se plantean como una serie de experiencias gastronómicas que emparejan talento local con cocineros vinculados al universo 50 Best para

diseñar menús de una sola noche, y ahí se entiende la estrategia: Abu Dabi no solo “alquila” una gala, sino que exhibe su escena y la pone a dialogar con el mapa global.



El atractivo no está solo en “quién cocina”, sino en lo que ocurre cuando un chef cuya identidad nace de un paisaje concreto -costa cantábrica, Amazonia, altiplano o un barrio de Tokio- aterriza en Abu Dabi y se ve obligado a reescribir su gramática con producto, técnicas y memoria culinaria del Golfo.

Dátil, especias, panes planos, arroces aromáticos, pescados de la zona... y el reto de no caer en la postal fácil.

Para el comensal, la experiencia funciona como un laboratorio con mantel: se prueban combinaciones que quizá no vuelvan a aparecer, se ensayan ideas que luego viajarán de regreso a restaurantes de medio mundo y se mide en directo cómo dialogan dos identidades sin que una aplaste a la otra.

A esto se suma el factor escenario: espacios elegidos con intención, desde restaurantes ya emblemáticos hasta formatos efímeros que convierten el skyline nocturno en parte del

maridaje. Y, en términos de relato, estas sesiones sirven para explicar por qué viajar tiene sentido: no es “una cena más”, es una pieza diseñada para ser irrepetible, justo donde se mezclan producto, ciudad y momento.

En muchos casos, el maridaje de bebidas -vinos, coctelería o té- se utiliza como hilo conductor, y eso ayuda a que el relato salga del plato y entre en la experiencia completa.

Chefs’ Feast: backstage, comunidad y el pulso emocional de la semana

Aunque no siempre sea el evento más visible para el gran público, el Chefs’ Feast suele marcar el pulso emocional: una gran cita concebida como homenaje de la ciudad anfitriona a los equipos de cocina y sala que sostienen el ecosistema 50 Best.



La diferencia con la gala es clara: si el escenario funciona como escaparate, aquí se celebra el oficio sin focos directos, con una atmósfera de comunidad que a veces dice más que cualquier discurso. Además, la propia organización lo define como un evento exclusivo para los equipos de los restaurantes

de la lista, con una propuesta culinaria que celebra lo mejor de la cultura gastronómica local; es decir, **Abu Dhabi** no solo “recibe”, también se cuenta a sí misma a través de lo que sirve.

En ese marco, el potencial narrativo es enorme: hospitalidad árabe, guiños a técnicas beduinas, reinterpretaciones de mezze, y esa diversidad cultural que define a un destino donde conviven comunidades árabes, indias, filipinas, europeas y muchas otras.

En una misma mesa pueden coincidir un stagiaire latinoamericano, un maître japonés y una chef con trayectoria africana, y la escena -tan cotidiana como extraordinaria- recuerda que 50 Best es también una red social real, de carne y cuchillo.

A veces, incluso se entiende mejor el mapa del sector viendo quién agradece a quién, quién abraza a quién y quién se sienta con el equipo antes que con la cámara. No se anuncian colaboraciones en un comunicado; se insinúan en una sobremesa y se cierran con un **“te escribo cuando vuelva”**. Ahí, con afecto y estrategia, es donde la comunidad se vuelve industria creativa.



Cuando el anfitrión acierta, el menú funciona como mapa cultural comestible: producto local, gestos de hospitalidad, ritmos de servicio y una puesta en escena que no compite con el mensaje, lo sostiene.

La gala y lo que se lee entre líneas: ranking, premios y el efecto “Best of the Best”

La noche de la gala en **Abu Dhabi** será el clímax: alfombra, flashes, discursos, reconocimientos especiales y la cuenta atrás del 50 al 1. Sin embargo, lo más útil para interpretar el evento no está solo en el aplauso, sino en la lectura política del ranking: qué regiones ganan peso, qué países consolidan presencia, qué proyectos irrumpen y qué relatos se premian en categorías especiales.



La organización ya ha confirmado que el anuncio del ranking será el cierre de la programación y que la ceremonia se emitirá en directo por su canal oficial de YouTube; para quien lo siga desde Canarias, ese dato es práctico, pero también simbólico: el evento está diseñado para ser global incluso cuando se vive localmente.

En paralelo, se han citado premios especiales (como el Icon Award o el Chefs' Choice Award) y se ha señalado que varios ganadores se conocerán en las semanas previas, alimentando la conversación antes de la noche final.

En 2026 el tablero estará especialmente abierto porque Mado (Lima), número 1 en 2025, pasará a la lista "Best of the Best" junto a otros antiguos primeros puestos y quedará fuera de competición en futuras clasificaciones. Dicho de forma sencilla: el trono simbólico cambia de manos, y eso aumenta la

tensión narrativa. También se ha indicado que la lista ampliada 51-100 volverá a actuar como termómetro de diversidad y de “próximos grandes”.

En sala, lo que se percibe -y en streaming se intuye- es la intensidad humana: el temblor cuando se escucha un nombre, el abrazo al bajar del escenario, la alegría sin coreografía. Eso, por mucha pantalla que haya, sigue siendo irremplazable. Para quien analiza tendencias, también cuenta el “cómo”: qué historias se repiten en los vídeos, qué palabras se subrayan en los discursos y qué regiones se convierten en conversación al día siguiente.

Abu Dabi como destino gastronómico: el argumento que acompaña al premio

Elegir Abu Dabi como sede de The World's 50 Best Restaurants 2026 es también una declaración de intenciones: la ciudad viene construyendo reputación como destino gastronómico y cultural, y el evento le ofrece una vitrina con audiencia mundial. En esos días, al visitante le será fácil entender la apuesta porque la ciudad se muestra en capas: lujo, hospitalidad, arquitectura contemporánea y una escena culinaria que se está definiendo entre tradición local y mezcla internacional.

Entre evento y evento, el relato se completa fuera de la mesa: paseos frente al mar, escapadas al desierto al atardecer, museos y espacios culturales que se han convertido en imán, y esa convivencia de acentos que hace que un café pueda sonar a medio mundo sin dejar de ser **“Abu Dhabi”**.





Para el aficionado, estar allí significa poner rostro y voz a nombres que normalmente se consumen en titulares; para el profesional, es una oportunidad de medir el pulso del sector y tejer alianzas sin tanta pose. Y para la ciudad, es el objetivo final: que quien viaje vuelva a casa convertido -sin que nadie se lo pida- en embajador espontáneo de su oferta gastronómica.

En otras palabras: se podrá ver desde casa, claro; pero viajar cambia la textura del relato, porque las noticias no solo se leen, también se generan en un pasillo, en una sobremesa o en una comida improvisada. Consejo de supervivencia periodística: duerme cuando puedas, hidrátate y no prometas “solo una copa”, porque la gastronomía global tiene la mala costumbre de alargar la sobremesa.

Eso, incluso en tiempos de streaming, sigue siendo la ventaja competitiva de estar. Si el viaje se hace con mirada de reportero, conviene dejar huecos para lo imprevisto: ahí aparecen las mejores historias, las que no caben en la agenda

oficial.

Veintisiete merecidos, muchos ausentes: la otra cara de las placas Michelin 2026 en Canarias

[@GuíaMichelin](#)

El encuentro, celebrado en el centro “all in one” de [CaixaBank](#) en Gran Canaria, reunió a más de 120 profesionales del sector para entregar las placas que acreditan a 27 restaurantes como recomendados por la Guía Michelin 2026 en Canarias.

La puesta en escena -directivos de la entidad, chefs, sumilleres y ponentes invitados- fue planteada para reforzar una idea que hoy se repite como mantra: **la gastronomía canaria** ya no es un apunte marginal, sino un argumento de peso para viajar a este destino, con marca de prestigio y, por supuesto, un motor económico.



En ese marco, la entidad financiera actúa como anfitriona y altavoz, y eso no es menor: se amplifica la visibilidad mediática de proyectos que durante años han sostenido excelencia con recursos limitados, insularidad logística y una temporada turística que, a ratos, manda más que el calendario agrícola. En paralelo, la entidad enmarca este encuentro en una serie de actos por toda España y en su división especializada **Food&Drinks**, diseñada para el sector de la restauración, lo que refuerza su papel como socio financiero y no solo como patrocinador.

Además, el gesto empuja un relato útil para el destino: Canarias como cocina de primer orden más allá del sol y playa, con sala, vino y técnica alineados. Sin embargo, conviene leer el evento con bisturí y no con confeti: una placa legítima a 27 casas, pero no puede

certificar a toda la escena.

Y en un archipiélago, donde los mapas se deforman por distancias y por ritmos de inspección, el brillo de una lista tiende a crecer más rápido que su capacidad real de representar el conjunto. Esa desproporción se nota, sobre todo, cuando se mira la foto con [perspectiva histórica](#): hay casas que llevan décadas sosteniendo discurso, producto y oficio al nivel de muchas mesas estrelladas, sin que el mapa oficial termine de recogerlo. No es un problema de talento disponible, sino de cuánto y cómo se mira el territorio.

Dicho de otro modo: el acto funciona, la foto queda impecable y la placa reluce; pero la realidad del territorio -del mar y del campo a la mesa- sigue siendo mucho más grande que el marco del reconocimiento.

Lo que sí representa para Canarias (y por qué importa)

El listado de seleccionados, cerrado en el marco del acuerdo entre CaixaBank y la Guía Michelin, incluye restaurantes de La Palma, Lanzarote, Tenerife y Gran Canaria, con perfiles distintos: desde cocina creativa como Bevir by Lopesan o Rêver hasta propuestas de corte más clásico como Casa Osmunda o Casa Brito. La mayoría comparte tres rasgos que la Guía Michelin suele premiar cuando aparecen juntos: búsqueda de excelencia, diálogo entre producto local e innovación, y una vocación clara de convertir el servicio en experiencia.

La Palma

- Casa Osmunda (La Palma).

Lanzarote

- SeBE (Lanzarote).
- Tacande (Lanzarote).
- Palacio Ico (Lanzarote).
- Lilium (Lanzarote).
- La Cocina de Colacho (Lanzarote).

Tenerife

- Etéreo by Pedro Nel (Tenerife).
- Kensei (Tenerife).
- La Cúpula (Tenerife).
- Brunelli's (Tenerife).
- Nila (Tenerife).
- La Sandunga (Tenerife).
- Qapaq (Tenerife).
- Kiki (Tenerife).
- Cráter (Tenerife).
- Duke (Tenerife).
- El Lajar de Bello (Tenerife).

Gran Canaria

- Nákar (Gran Canaria).
- Sorondongo (Gran Canaria).
- Rêver (Gran Canaria).
- Qué Leche! (Gran Canaria).
- Casa Romántica (Gran Canaria).
- Casa Brito (Gran Canaria).
- Bevir by Lopesan (Gran Canaria).
- El Santo (Gran Canaria).
- Hikari Japanese Roots (Gran Canaria).
- Deliciosa Marta (Gran Canaria).

Al mismo tiempo, quedan fuera del foco proyectos que, por trayectoria e impacto real en la cultura gastronómica del archipiélago, merecerían desde hace años otra lectura por parte de las guías. Y no solo hablamos de “novedades” entre comillas: ahí está **Flamboyán**, con el chef **Aday Estévez**, defendiendo una cocina clara y definida -técnica, producto y un enclave privilegiado- que encaja perfectamente en una **recomendación**.

¿Cuánto estimularía ese tipo de reconocimiento en el momento adecuado a un talento joven que está construyendo oficio con identidad? A eso nos referimos: no se trata de quitar mérito a los 27 (lo tienen), sino de señalar que **la cobertura y el radar de las inspecciones** no están ayudando lo suficiente a completar el mapa gastronómico real de Canarias.

Y en esa misma línea entran nombres que pesan por méritos propios: **Mesón El Drago**, con **Carlos Gamonal** como referencia histórica de la nueva cocina canaria; casas como **Nielsen**, que sostienen cocina de producto y memoria con una constancia difícil de discutir; o **Casa Tomás**, donde un plato aparentemente sencillo -las **papas, costillas y piña**- ha construido identidad y peregrinación gastronómica durante décadas.



Fotografía © Jordi Verdes Padrón





Restaurante Flamboyán



Hawker Chan. Singapur

En otros destinos, desde Japón hasta Singapur, propuestas igual de específicas y callejeras han recibido estrellas por la solidez de su relato y de su ejecución; aquí, ese mismo nivel de singularidad sigue esperando una traducción

equivalente en forma de estrellas o soles.

En términos de posicionamiento, este sello opera como aval externo: introduce a estos locales en el circuito de comensales “michelineros”, atrae turismo gastronómico más informado y ayuda a consolidar Canarias como destino con narrativa culinaria propia.



A la vez, actúa como argumento ante administraciones y patrocinadores cuando se reclaman inversión, formación y políticas públicas acordes con el peso estratégico de la restauración. Y aquí está la capa canaria que muchas veces se omite: cuando un restaurante sube un escalón reputacional, detrás se beneficia una cadena entera que no aparece en la foto oficial: pescadores, agricultores, ganaderos, queserías, bodegas, distribuidores, mercados y oficios de sala que

sostienen regularidad.

En ese contexto, más que falta de candidatos, lo que parece haber es una falta de profundidad y de tiempo de campo en la mirada de quienes evalúan. Si el reconocimiento empuja a comprar mejor y a explicar mejor el producto de cercanía, se fortalece el territorio; si solo empuja a “parecer” mejor, se queda en maquillaje.

Por eso, aunque el gesto es positivo y necesario, la lectura madura exige un matiz. La placa puede abrir puertas, pero la identidad se sostiene en la coherencia diaria, en la sala sólida y en la capacidad de convertir el producto local en discurso sin convertirlo en eslogan de moda.

David Arauz y Diego Schattenhofer firman una cena a cuatro manos en Taste 1973 (Tenerife)

[@1973Taste.restaurant](https://www.instagram.com/1973Taste.restaurant/)

El próximo **sábado 21 de febrero de 2026**, **Taste 1973** (1 estrella MICHELIN) -ubicado en el [Hotel Villa Cortés](#), en **Playa de las Américas (Arona, Tenerife)**– pone fecha a una de esas noches que no se repiten ni aunque el comensal lo suplique con cara de “solo un pase más”.

[@DavidArauz](https://www.instagram.com/DavidArauz)

El chef madrileño **David Arauz** y el director creativo del restaurante, **Diego Schattenhofer**, protagonizan una **cena a**

cuatro manos integrada en **TOP DINNER'S 2026 by Frimancha**, planteada como experiencia única: una sola velada, **plazas muy limitadas** y un menú degustación concebido para existir - literalmente- **solo esa noche**. La propuesta se anuncia bajo el concepto **"Camino convergentes"**, y en la práctica eso se traduce en algo muy concreto: dos equipos que se alinean para construir una narrativa gastronómica coherente, con ritmo y sentido, donde la sala también juega su partido (sin aspavientos, pero con precisión).



En otras palabras, no es el clásico “chef invitado” que aterriza, firma un par de pases y vuelve a despegar: aquí se ha trabajado como se trabaja una función de teatro, con ensayo, ajuste fino y una idea de conjunto que busca que el comensal perciba una sola voz, aunque detrás haya dos miradas.

Lo interesante, además, está en el cruce de lenguajes. Schattenhofer ha convertido Taste 1973 en un laboratorio sostenido sobre **producto canario**, territorio y técnica contemporánea, con una lectura atlántica muy reconocible dentro del panorama de la alta cocina en [Tenerife](#). Arauz, por su parte, llega con el oficio de un **itamae** que ha construido su prestigio desde la **precisión**, el respeto al producto y una cultura de detalle milimétrico: lidera **Zuara Sushi (Madrid)** y su trayectoria se ha desarrollado en casas clave de cocina japonesa en España.

Ese contraste -Atlántico y volcán por un lado; filo técnico, pulso urbano y mirada nipona por el otro- no se presenta como choque, sino como suma: se ha planteado un diálogo en el que ambos conservan identidad, aunque el listón de exigencia se comparte y el resultado se somete a una misma lógica de coherencia.

Por eso, la cena se ha comunicado como un relato completo, con pases que se sostienen entre sí y con una sala que debe estar sincronizada al segundo, porque en un cuatro manos de este nivel

lo que no se coordina, se nota (y en alta cocina, se nota mucho).

El **Atlántico** actúa como hilo conductor del menú degustación, entendido no solo como paisaje, sino como **despensa, cultura y memoria**. Desde esa premisa, el foco se coloca en el **producto canario y local**, con especial atención a la riqueza del océano que rodea Tenerife y condiciona especies, texturas y sabores. La idea que se transmite -y que encaja bien con el momento que vive la isla- es que Canarias ya no se queda en el “qué buen género”: también se reivindica el **cómo** y el **por qué**, es decir, la capacidad de construir discursos culinarios complejos desde el territorio, abiertos al diálogo con cocinas de fuera sin perder acento.



Chef Diego Schattenhofer

Y ahí aparece la gracia del formato efímero: lo que se come esa noche no se “reprograma” para otra fecha ni se recicla como especial de temporada; se ha diseñado para suceder una vez, con una versión concreta del encuentro entre ambos chefs

y con el comensal como único testigo real del resultado final. Si te gusta la alta cocina cuando se pone seria (y a la vez divertida), esta es de las citas que justifican la palabra “evento” sin necesidad de fuegos artificiales.

En lo práctico, el menú se ofrece a **189 € por persona**, e **incluye maridaje, agua, café e IGIC**; un precio que no solo paga la parte líquida, sino también la logística y el nivel de ejecución que exige una cena a cuatro manos en un restaurante de esta categoría.

Las reservas se recomiendan con antelación, porque aquí no hay plan B: no se ha anunciado segunda fecha ni pases paralelos, y el propio planteamiento del servicio empuja a limitar el aforo para sostener el detalle.

Para reservar se ha indicado el correo 1973@villacortes.com y el teléfono **+34 922 757 700**. Y un apunte útil: si vas, ve con la mentalidad correcta; no es una cena “para probar cosas”, sino una cena para vivir una historia gastronómica de principio a fin, con el Atlántico como brújula y con Tenerife -una vez más- como escenario de alta cocina con voz propia.

Datos rápidos (sin inventar nada)

- **Fecha:** sábado, 21 de febrero de 2026
- **Hora:** 20:00 h
- **Lugar:** Taste 1973 (Hotel Villa Cortés), Playa de las Américas, Arona, Tenerife
- **Precio:** 189 € p.p. (maridaje, agua, café e IGIC incluidos)
- **Reservas:** 1973@villacortes.com | +34 922 757 700

Papas, costillas y piñas

By Rogelio Quintero Foto: Roger Méndez

INGREDIENTES:

4 RACIONES

- 1 Kilo de **costillas** saladas de cochino
- 2 piñas de millo
- 500 gr. papas parejas
- 2 dientes de ajo
- Pimienta picona verde
- Además Mojo de cilantro

EL DIA ANTERIOR

Dejar las costillas desalando en agua fría cambiando el agua las veces que sea necesario.

COSTILLAS CON PAPAS Y MILLO

Hacer las costillas con agua abundante a fuego moderado. Quitar la espuma (impurezas) que se forman en la superficie. Una vez eliminadas, agregar las piñas de millo cortadas en rodajas y un majado hecho con los ajos y pimienta verde picona.

Cocinar durante 40 min. Aproximadamente a fuego moderado.

Por último, incorporar las papas peladas y hacer a fuego mínimo hasta estar tiernas.

Quitar el agua.

ACABADO Y PRESENTACION

Disponer en el plato las costillas junto con las papas y piña de millo. Aderezar ligeramente con el mojo de cilantro. Acompañar con mojo aparte

***Consejo:** cuando se elaboran cantidades grandes es aconsejable guisar las papas separadas de las costillas, pero empleando el agua donde se guisaron. Si en las ultimas horas de desalado de las costillas, las hacemos en leche, quedaran además mucho más tiernas y jugosas*

Lagomar: cuando la isla entra en la cocina

En Nazaret, en el municipio de Teguiise, hay un lugar donde la lava se convierte en arquitectura y la arquitectura en escenario gastronómico. Lagomar, la célebre “casa de Omar Sharif”, es hoy uno de los espacios más singulares de Lanzarote para entender cómo la isla puede contarse desde la piedra, la luz... y el plato.

[@Lagomar](#)

La obra total: César Manrique, Jesús Soto y la casa imposible

El Museo Lagomar, incrustado en las cuevas de una antigua cantera al borde de un volcán, nació del imaginario de César Manrique y del trabajo del artista majorero Jesús Soto, que participó en el diseño y terminó de materializar muchos de los espacios tal y como hoy se conocen. La casa se extiende en varios niveles mediante túneles, terrazas y miradores, donde

la roca volcánica, la cal blanca y la vegetación dialogan como si fueran un mismo material.



La conocida “**Casa de Omar Sharif**” convierte el recorrido en una coreografía de recovecos y pasadizos, con estancias que se disfrazan de cuevas para albergar cocina, dormitorios y salones, siempre con la sensación de estar atravesando las entrañas de la isla. En el corazón del conjunto, un lago rodeado de palmeras y jardines funciona como escenario central y prolonga esa estética de oasis improbable en mitad del malpaís.

De casa-museo a destino gastro-cultural

Hoy Lagomar es mucho más que un museo: el espacio se ha consolidado como un pequeño ecosistema donde conviven visita cultural, cafetería, restaurante y coctelería nocturna. El horario diurno permite recorrer la casa, conocer la leyenda de Sharif y asomarse a las terrazas con vistas al centro volcánico de Lanzarote, mientras que al caer la tarde el complejo se transforma en un enclave ideal para cenar y alargar la noche entre copas en la **Cueva Lagomar**.



La reciente reapertura del **restaurante** ha reforzado precisamente esa vocación de experiencia completa: que el visitante pueda pasar de la contemplación del espacio a una mesa donde el relato continúe a través del producto y la cocina.

El restaurante Lagomar: cocina de autor en la roca

El [restaurante Lagomar](#) se presenta como una propuesta de cocina de autor anclada al producto local y al paisaje, con una carta que busca “hablar de Lanzarote” desde los sabores, técnicas y texturas. El discurso de sala y de cocina insiste en esa idea de experiencia sensorial: no se trata solo de comer, sino de integrar naturaleza, arquitectura y gastronomía en un mismo gesto.

La carta -viva y sujeta a cambios- combina entrantes pensados para compartir, una sección potente de arroces, pastas con sello personal, carnes trabajadas al joster y un bloque de pescados atlánticos tratados con mimo. El escenario, con mesas encajadas en terrazas y recodos de lava, obliga a la cocina a estar a la altura del entorno: el comensal llega con el “wow” visual puesto, y el plato tiene que responder.

Una carta que mezcla mar, tierra y volcán

El menú en español revela bien el ADN de la propuesta. En entrantes, hay guiños clásicos como el carpaccio de toro, los langostinos salvajes al ajillo con pan o el cóctel de langostinos con aguacate, salsa rosa especial y mango, que aportan una entrada reconocible pero afinada. La ensalada Lagomar mezcla lechugas frescas, verduras de la isla, queso ahumado de Tegui, panceta ahumada y pollo de corral al joster con una reducción del chef, uniendo territorio, humo y proteína en un mismo plato.□

La sección de arroces se organiza en cuatro ejes narrativos: “del mar”, con atún de Lanzarote y mariscos; “del aire”, con bacon ahumado y pollo de corral al joster; “de la tierra”, centrado en verduras de temporada; y “del fuego”, un arroz caldoso con langostinos salvajes, todos pensados para compartir a partir de dos personas.

En el capítulo de pastas, el tagliatelle frutti di mare en salsa a base de atún de Lanzarote y mariscos convive con propuestas más contundentes como el “Tagliatelle chacho”, que mezcla pasta fresca, queso curado, panceta ahumada de cochinillo negro crujiente, azafrán, pollo de corral, nata y vino blanco.□

En carnes, el Surf & Turf pone en escena una salsa cremosa de licor de naranja casera que liga langostino y solomillo sobre puré de batata, calabaza, papa y zanahoria, con guarnición de papa paja o chunky, en un juego de mar-tierra de espíritu muy Lagomar. A su lado, cortes como el entrecote de Black Angus de 300 gramos al joster con dúo de salsas o el Chateaubriand para compartir refuerzan el perfil clásico-gastronómico de la casa.











El apartado de pescados mira de frente al Atlántico: lubina al vino blanco y crema de limón, lubina a la espalda al ajo arriero “creativo”, lubina al papillote rellena de verduras de temporada sobre hierbas de la isla y un atún de Lanzarote sobre reducción de tomate y chimichurri forman un bloque que reivindica la despensa marina local. No falta un bacalao al vapor cubierto con langostinos salvajes al ajillo, ni una hamburguesa Lagomar de Black Angus mechado con panceta crujiente, salsa barbacoa al whisky de La Palma, queso ahumado de Tegui y cebolla caramelizada, que aporta un registro más informal sin perder identidad insular.□

La mirada del chef: Yuri Emmanuel Molina

La responsabilidad de traducir toda esa potencia escénica en platos recae en el chef **Yuri Emmanuel Molina**, que lidera la cocina en la nueva etapa del restaurante. En entrevistas ligadas a la reapertura, Molina explica que la intención ha sido construir **“una propuesta que hablara de Lanzarote, desde sus productos frescos hasta los sabores que representan a la isla”**, mezclando registros tradicionales y modernos, pero siempre respetando la esencia de la gastronomía canaria.

Desde esa premisa, el trabajo en cocina se centra en reforzar el protagonismo del producto local -pescados, quesos, verduras de temporada- y en vestirlo con salsas, guarniciones y técnicas que permitan llegar tanto al visitante que busca una experiencia icónica como al público local que regresa. Reseñas recientes destacan la atención al detalle en sala, el servicio de panes y mantequillas aromatizadas y una línea de platos de pescado y carnes que encuentran en el punto de cocción y la salsa sus principales armas de seducción.

Un escenario volcánico con exigencia alta

[@CésarManrique](#)

Lagomar juega en una liga complicada: la de los lugares que ya son un mito antes de servir el primer plato. El visitante acude atraído por la leyenda de **Omar Sharif**, por el sello de **César Manrique** y por la impronta de Jesús Soto, y espera que la cocina esté a la misma altura que la postal.

En ese contexto, el **restaurante Lagomar** se ha convertido en una de las mesas más singulares de Lanzarote, un cruce de caminos donde se encuentran arquitectura, arte cinético, paisaje volcánico y una carta que busca consolidarse como relato gastronómico de la isla. El desafío, a partir de aquí, será mantener la cocina siempre a la altura del impacto visual y seguir afinando una propuesta que, plato a plato, permita al

comensal responder a la pregunta que sobrevuela cada servicio: ¿se puede comer dentro de un volcán y, además, comer bien?

“La Casa de Omar Sharif”

Al caer la noche en Nazaret, cuentan que Omar Sharif llegó a Lanzarote para rodar una película y se enamoró perdidamente de una casa excavada en la roca volcánica. Dicen que la compró casi al instante, hipnotizado por sus cuevas, sus terrazas imposibles y ese lago que parecía un espejismo en mitad del malpaís. Al día siguiente, entre copas y risas, se sentó a una partida de bridge, su gran pasión, y se vino arriba: puso la casa sobre la mesa. La jugada le salió mal; al otro lado estaba un profesional del naípe y Sharif perdió la mano... y la casa.

- lagomar restaurante -

*"La vida es cambio y movimiento; te juro que no miento,
esa verdad me la ha enseñado el tiempo."*

Sharif

Si fue verdad o una brillante maniobra de marketing, nadie se pone de acuerdo. Pero desde entonces, Lagomar no es solo una obra de arte volcánico: es también la casa que, según la leyenda, Omar Sharif ganó y perdió en una sola noche de cartas.

El menú que quería ser billete de avión (y casi lo consigue)

[@Dabizdiverxo](#)

Subir un menú de 450 a 900 euros -y vestirlo con la idea de que “vale eso porque es un viaje del paladar a Tailandia”- no es solo una noticia de precios: es un síntoma de hacia dónde se está inclinando una parte de la alta cocina en 2026.

Se ha instalado una lógica en la que el número no se discute, se “narra”: se convierte en guion, en atmósfera, en promesa de excepcionalidad. Y, sin embargo, el contexto no desaparece por mucho que se enciendan las luces del espectáculo.

En un país donde el salario mínimo aprieta y donde a muchas familias se les está pidiendo hacer malabares con la cesta de la compra, que una cena alcance cifras equivalentes a un viaje real -o a varios meses de despensa- dice tanto de gastronomía como de sociedad. Además, esta conversación se está amplificando en redes, donde el ticket se vuelve titular y el titular se vuelve meme: a veces con admiración, a veces con sarcasmo, casi siempre con una conclusión automática: “esto es otra liga”.



Pero las “ligas” gastronómicas no caen del cielo; han sido construidas por mercados, por narrativas y por un deseo de pertenencia. En ese marco se está leyendo el movimiento

atribuido al nuevo menú de **Dabiz Muñoz** ([DiverX0](#)): una subida que no se presenta como simple actualización de tarifa, sino como **experiencia total**, una especie de **pasaporte sensorial**. Y cuando el precio se defiende como destino -no como coste-, lo que se está vendiendo no es solo comida: se está vendiendo un lugar en la historia que el comensal contará después. Por eso conviene mirar el fenómeno con el ojo largo, no solo con el bolsillo.

Cuando la alta cocina se instala en el lujo

[@Diverxo](#)

Que existan restaurantes de lujo no es nuevo. Lo relevante, en cambio, es cómo se justifican hoy esas decisiones y qué relato se construye alrededor de ellas. El giro no está únicamente en cobrar 900 euros, sino en presentar esa cifra como la **consecuencia natural** de una experiencia “total”, casi incuestionable: el comensal compra exclusividad tanto como sabor, y esa exclusividad se empaqueta con lenguaje de industria creativa.

Se habla de “viaje”, de “universo”, de “capítulos”, de “temporadas”, como si la mesa fuera una plataforma de streaming (solo falta el botón de “saltar intro”, y a algunos les vendría bien). En paralelo, se va desplazando la conversación cultural –**producto, técnica, memoria, territorio**– hacia una conversación aspiracional: **ranking, récord, lista de espera, selfie** en el pase. Si criticas el modelo, se te coloca rápido en la casilla de “no lo entiendes” o “no es para ti”, lo cual es un atajo retórico muy cómodo: así se evita debatir sobre el fondo.

Sin embargo, el fondo existe y suele ser prosaico: **costes, estructura, márgenes, presión mediática, expectativas**, y también una estrategia de posicionamiento que compite con el lujo en su terreno, no con la cultura. Además, ese relato

suele pedir fe ciega: “vale porque es único”, “vale porque nadie lo hace”, “vale porque aquí sucede algo”. Pero el comensal no compra fe; compra un servicio, un equipo, un tiempo, una ejecución. El riesgo es claro: cuando **la alta cocina** se instala del todo en el lujo, se convierte en objeto de estatus; y el plato, por perfecto que sea, deja de dialogar con la vida real. No se trata de pedir precios populares, sino de reconocer que el precio también habla, y que a veces habla más alto que la técnica.

Así se bebe (y se come) un menú de 900 euros

Para entender qué hay detrás de la cifra, más que una lista cerrada de pases -el restaurante no la publica porque el menú cambia y se ajusta constantemente- conviene mirar el concepto: llevar la cocina al estado líquido. En el menú líquido “Metamorfosis” la copa deja de ser acompañamiento y pasa a ser plato. Se buscan sabores con estructura, temperatura y textura, de esos que no solo se beben: se “muerden” en la boca. Y ahí está el gesto clave: la experiencia no se apoya en el maridaje clásico, sino en una secuencia de tragos con ambición culinaria, pensados para desordenar la frontera entre bebida y comida.

Algunas piezas resumen la idea: una chufa trabajada como cereal hasta parecer un “sake” espeso; una kombucha húmeda de shiitake con chile, más cerca del caldo que de la bebida ligera; un “churro con mole jamaicano” convertido en espuma bebible con recuerdo de cacao y especias; un supuesto “champán” de mantequilla con lías viejas y un punto salino-graso; “Mar adentro”, con mosto de manzana, algas, plancton y té jugando a cóctel y caldo de mar; y un “vino” de liebre sin alcohol, tratado como si fuera un syrah, con cuerpo, tanino y notas de madera en versión cero grados. La idea de fondo: que el líquido no acompañe al sólido, sino que lo discuta y lo eleve.

Y el menú sólido, ¿qué aporta?

En paralelo, el menú sólido mantiene el papel de gran degustación creativa: fondos trabajados, guiños a guisos y caza, arroces de alta cocina y una lectura personal de Asia llevada al límite de lo intenso y lo lúdico. No hay una lista oficial cerrada porque se concibe como un menú vivo que muta por temporada y por ideas, pero la lógica se sostiene: impacto tras impacto, como un “viaje” continuo.

Para el lector, el punto es simple: esos 900 euros compran doble narración, la del plato que se mastica y la del plato que se bebe; un carrusel donde la copa y el plato se confunden casi todo el tiempo.

El “viaje a Tailandia” y el olvido de lo cercano

En Canarias sabemos bien lo que es vivir en un territorio convertido en escenario para el turismo, donde lo exótico se vende mejor que lo cotidiano y donde, a veces, se ha tenido que explicar lo propio como si fuera souvenir. Por eso la idea del **“viaje del paladar a Tailandia”** funciona como espejo incómodo. No porque la cocina tailandesa no merezca respeto - lo merece, y mucho -, sino porque la elevación del viaje imaginario suele contrastar con la falta de foco sobre los productores de aquí, los que sostienen el día a día de la despensa: quien madruga para ordeñar, quien sale a faenar, quien poda, quien cuida una variedad local que no da likes pero da comida.

Mientras se romantiza Bangkok en el plato, se olvida que el viaje más urgente, en muchas ocasiones, es a la finca, al banco de pesca o a la quesería que resiste entre facturas, burocracia y precios que se negocian a céntimos por kilo.

La pregunta relevante, por tanto, no es si una creatividad extrema “merece” 900 euros, sino qué nos dice del ecosistema gastronómico que un menú pueda alcanzar esa cifra mientras el sector primario en España -y en las islas- sigue discutiendo supervivencias básicas: agua, relevo generacional, costes energéticos, logística.

Además, cuando el lujo se vuelve norma narrativa, la cadena se rompe por abajo: se habla menos de origen, se exige más espectáculo, y el territorio queda reducido a decorado. Y aquí el decorado es serio: patudo, papas, vinos volcánicos, quesos, cochino negro, huertas pequeñas, pesca artesanal. Cuando se mira la gastronomía desde esa base, el “viaje” no es un eslogan: es una economía entera en movimiento. Por eso conviene no perder el norte: el territorio no se improvisa.

Una burbuja que se parece demasiado a otras

Lo que se está viendo alrededor de ciertos templos gastronómicos recuerda, por momentos, a otras burbujas especulativas: suben los precios, sube el relato de la exclusividad, sube el valor simbólico de “haber estado allí”, y todo parece sostenerse porque siempre hay alguien dispuesto a pagar un poco más. El menú deja de ser vehículo de cultura gastronómica para convertirse en un activo de estatus; y el comensal, consciente o no, compra una credencial social. Además, la experiencia se monetiza antes incluso de vivirse: reservas como trofeo, listas de espera celebradas como si fueran medallas, y una economía de pantalla en la que la foto del pase compite con el propio pase.

En esa foto quedan fuera de foco muchos actores. Se ven menos las jornadas maratonianas de cocina y sala, el desgaste del oficio, la presión por mantener un nivel que no perdona ni un fallo, y las condiciones que, en demasiados casos, han sido normalizadas como “parte del juego”.

También quedan difuminados los proveedores con márgenes cada vez más ajustados, y esa hostelería sería -bares, casas de comida, restaurantes de barrio- que trabaja con rigor pero jamás saldrá en un titular por su ticket medio.



De hecho, la cobertura mediática tiende a simplificar: precio como gancho, chef como personaje, experiencia como mito. El periodismo y la crítica, si no afinan, pueden terminar siendo altavoz involuntario de esa burbuja. Cuando el éxito se mide solo por cuánto puede llegar a costar sentarse a la mesa, el relato gastronómico se empobrece aunque el plato sea técnicamente perfecto.

Por eso, incluso para quienes aman la vanguardia, la pregunta ética y cultural es inevitable: ¿qué se está premiando exactamente, la cocina o el precio? Y, sobre todo, ¿qué tipo de gastronomía queda visible cuando el foco se coloca siempre en el récord?

Cómo miramos estos movimientos

En canariasgourmet.es nos interesa la vanguardia, pero no a cualquier precio. La cocina se entiende aquí como cruce entre **cultura, economía real y territorio**, no solo como espectáculo. Por eso este tipo de movimientos se miran con distancia crítica: sin demonizar al **chef** ni negar su talento, pero sin comprar el relato del lujo como si fuera la única forma posible de hacer alta cocina. Además, conviene separar dos debates que a menudo se mezclan: el derecho de un proyecto a fijar su precio, y el derecho del público a discutir qué significa ese precio en el ecosistema.

Desde Canarias, donde la gastronomía está atada al campo y al mar como sector económico y como identidad, nos parece más urgente hablar de lo que sostiene la cadena completa: restaurantes que construyen discurso desde el producto local y pagan dignamente a sus equipos; proyectos que innovan sin romper el vínculo con quienes producen, distribuyen y consumen; modelos que aspiran a la excelencia sin convertir cada servicio en una frontera social.

Mientras una parte de la conversación se centra en si un “viaje del paladar” vale 900 euros, aquí siguen pasando cosas con menos brillo mediático pero con impacto real: cooperativas que recuperan variedades, cocinas que dignifican el

menú del día, bodegas y queserías que se profesionalizan sin perder raíz.

Y al final, si algo define nuestra forma de contar la gastronomía es que no nos deslumbra el brillo fácil: nos interesa tanto lo que sucede en los grandes congresos como lo que ocurre en una sala pequeña de un pueblo costero. Por eso, cuando se analiza una subida así, la pregunta que guía el texto no es “¿te lo puedes permitir?”, sino otra más incómoda: ¿acerca o aleja esto la gastronomía de la gente y del territorio?

Una idea incómoda: ¿cuánto va a costar a los comensales alimentar el ego del cocinero? Hoy 900, mañana 1.200. Y, mientras tanto, ¿cuántos seguirán el camino de migas que les tiran desde la alta cocina para poder decir “yo estuve ahí”? Porque después de pagar esa suma, incluso si estaba delicioso o no, ¿qué más vas a decir? A veces el plato termina y lo que queda no es el sabor: es la imperiosa necesidad de justificar el ticket.

Mesón El Drago: 40 años de alta cocina canaria (aunque las guías miren hacia otro lado)

En los años 80, cuando hablar de “alta cocina” en Canarias sonaba casi a chiste privado, Tenerife comía en bodegones humeantes, ventas de carretera y guachinches de vino peleón y platos generosos. El lujo, si se le podía llamar así, era un puchero de viernes bien hecho, unas costillas con papas que

pedían pan, un escaldón serio y el vino del año servido en vaso grueso.

Mientras tanto, el discurso gastronómico apenas existía: se comía para celebrar, para sobrevivir o para reunirse, pero raras veces para “interpretar” un territorio. La [cocina](#) seguía siendo asunto doméstico -de madres y abuelas- más que un oficio con apellido y relato.



Además, la isla miraba al turismo de sol y playa y, por comparación, miraba poco al plato; y si alguien hablaba de emplatado, parecía que estaba pidiendo permiso para ser raro.

En muchos hoteles, de hecho, lo canario se quedaba en la postal o en un plato suelto en carta. **Tegueste**, en ese mapa, era tierra de viñas y cocina de campo: un paisaje agrícola

donde se comía muy bien, aunque sin sobremesas de **inspectores**, estrellas ni soles. No había “kilómetro cero” ni “sostenibilidad” en el vocabulario de moda; había cercanía real y producto diario.

Por eso, cuando se cuenta hoy la historia del [Mesón El Drago](#), conviene recordar ese contexto: no es que faltara cocina, es que faltaba un sistema dispuesto a llamarla alta cocina canaria sin complejos. Y, como la conversación pública iba por otros carriles, la gastronomía no era todavía una bandera económica ni cultural; era costumbre, no narrativa. Medir lo que significó apostar por alta cocina canaria en aquel momento exige esa memoria: no se estaba subiendo un escalón, se estaba inventando la escalera.

Una casona del siglo XVIII y una idea que no cabía en la época

En medio de ese escenario, la idea de convertir una casona del siglo XVIII en Tegueste en un restaurante que tomara el recetario canario y lo subiera varios peldaños -en técnica, servicio, bodega y ambición- parecía, como mínimo, extravagante. Sin embargo, el territorio ya estaba escrito: alrededor crecían viñas, papas y hortalizas; la ganadería y el queso formaban parte del pulso cotidiano; y el mar quedaba a tiro de coche, esperando ser leído también como despensa.



Lo que faltaba era un ojo capaz de ver en ese paisaje un relato gastronómico posible y una voluntad de convertirlo en

experiencia completa: mesa, sala, tiempos, ceremonia. Porque una casona no es solo un edificio bonito; es una manera de recibir. Sus muros gruesos, su patio adoquinado y sus techos de madera pedían un restaurante con ritmo, no una simple casa de comidas con prisa.

Y, para que la idea funcionara, el producto tenía que ser tratado con respeto y disciplina: comprar bien, elegir proveedores, repetir estándares, cuidar puntos y temperatura como quien cuida un reloj.

También debía construirse una sala que acompañara, ya que sin un servicio fino la propuesta se quedaba a medias. A falta de palabras de moda, lo que se estaba proponiendo era algo más concreto: cocinar el recetario desde dentro, sin traicionarlo, pero afinándolo con técnica y hospitalidad. Eso que hoy se rotula como “cocina de territorio”, aquí iba a practicarse cuando todavía nadie cobraba por pronunciarlo.

Además, elegir Tegueste implicaba una decisión estratégica: el comensal debía desplazarse a propósito, y esa intención obligaba a responder con nivel, sin excusas. Si se lograba, el restaurante no sería solo destino gastronómico, sino una institución: un lugar al que se va para comer y para entender una forma de Tenerife a través del plato.

Don Carlos Gamonal y el lenguaje de lo propio

Cuando decide instalarse en aquella casona de Tegueste, no solo abre un restaurante: inaugura una manera distinta de mirar a la cocina canaria. Donde otros veían un potaje, él veía una estructura de sabor; donde había papas arrugadas, imaginaba texturas y contrastes; donde el servicio era mera

función, intuía ceremonia. **Mesón El Drago** nace con la naturalidad de la casa de comidas y, al mismo tiempo, con la ambición silenciosa de los grandes: esa ambición que no grita, pero se nota en cada detalle. El caserón se convierte pronto en un escenario reconocible de una nueva gastronomía isleña: una cocina tradicional que se pule, se ordena y se explica, sin renegar del rancho, del cabrito, del cochino negro ni del pescado de la costa.



No se buscaba un “disfraz francés”, sino un lenguaje más preciso y contemporáneo para decir lo mismo: que el **sabor canario** podía ser serio, elegante y profundo. Y cuando el

recetario se trabaja así, se vuelven visibles decisiones que antes pasaban desapercibidas: la limpieza de una salsa, el punto del pescado, la temperatura exacta del servicio. Además, se fue construyendo un estilo de sala que marcó escuela: atención medida, calidez sin exceso y un tempo que respetaba al comensal.

Por eso, **El Drago** no fue solo un sitio donde se comía bien; fue un lugar donde se aprendía a comer distinto, a escuchar el producto con más atención y a entender que la tradición también se puede afinar sin romperse. Si la alta cocina canaria tiene un origen que pueda contarse sin propaganda, en buena parte empieza aquí: en la decisión de tomarse en serio lo propio y de tratarlo con técnica, para que el territorio no se quedara en nostalgia, sino en presente.

La estrella, el paréntesis y la segunda vida

El punto de inflexión llega con la concesión de la estrella Michelin en el año 2000. De repente, Tenerife entra en el mapa grande y lo hace desde Tegueste, con un restaurante que no se había disfrazado de nada que no fuera él mismo. Aquella estrella, más que un brillo en una puerta, funcionó como certificado de una idea: la cocina canaria podía jugar en liga mayor sin renunciar a su identidad ni maquillarse con modas importadas.



Durante años, Mesón El Drago fue sinónimo de “donde hay que ir” cuando se hablaba de comer bien en la isla con mayúsculas, y esa reputación se consolidó a base de oficio, constancia y una sala que sostenía la cocina con precisión.

La estrella también tuvo un efecto hacia dentro: ayudó a que muchos canarios entendieran que lo propio podía ser

prestigio, no solo costumbre. Pero los ciclos cambian, y la restauración -por brillante que sea- también se desgasta.

Sostener una casa así implica estructura, costes, equipo estable y una exigencia diaria que no perdona. Entre circunstancias personales y económicas, y el desgaste natural de décadas al pie del cañón, llegó el cierre del restaurante tal y como se conocía entonces. Con el cierre llegó la pérdida de la estrella: la guía borra el nombre del listado con la frialdad de un trámite, como si aquella casona dejara de existir en la geografía del gusto.

Y, sin embargo, en Tegueste quedó algo en suspenso: la sensación de que ese lugar no se había terminado, solo estaba cogiendo aire para su segunda vida. Mientras el foco se desplazaba y otros proyectos iban ocupando titulares, la memoria del Drago siguió intacta: como referencia, como escuela y como recordatorio de que la excelencia también se construye en silencio. Ese recuerdo es el que hace que la reapertura se lea hoy como reactivación, no como simple regreso.

La memoria de una casa y de un equipo

Contar los 40 años del Drago sin detenerse en las biografías sería mutilar la historia, porque la continuidad en restauración no se sostiene solo con talento, sino con lealtad cotidiana. En cualquier restaurante se habla de “equipo”, pero en **Mesón El Drago** esa palabra tiene un grosor especial. No solo por la familia Gamonal, sino por los nombres que han sostenido la experiencia desde cocina y sala durante décadas, convirtiendo el oficio en una forma de vida compartida.



Jaquelin Rivero, por ejemplo, no es solo jefa de sala: es la voz y la mirada que han recibido a generaciones de comensales, el hilo invisible que cose el recuerdo de la primera etapa con la actual.

Llegó joven, aprendió el ritmo y el código de don Carlos, y acabó personificando un modelo de servicio que combina eficacia quirúrgica con calidez de casa de pueblo, sin caer en la familiaridad barata.

En cocina, **Fran Hernández** aparece como otra pieza clave de la memoria: mano derecha, compañero de años difíciles y felices, representa la continuidad técnica, el “saber hacer” que no depende del brillo mediático. A su alrededor, un personal que, en muchos casos, suma treinta años o más con los Gamonal. En tiempos de rotación salvaje, esa permanencia es casi una anomalía sociológica: habla de un lugar donde se ha sido cuidado por dentro para poder cuidar hacia fuera.

Y esa permanencia se traduce en algo concreto: en un servicio que no improvisa porque ya ha vivido todas las situaciones posibles. Esa estabilidad crea una atmósfera difícil de copiar: el comensal percibe que hay manos que se conocen, que la cocina y la sala se hablan sin levantar la voz, y que el oficio se ejecuta con la tranquilidad de quien no necesita demostrar nada. En un aniversario, ese es el mejor premio: seguir funcionando como casa, no como moda.

Reapertura: Carlos y Priscila Gamonal toman el timón

La segunda vida del Mesón El Drago no se concibe como un proyecto nuevo, sino como una reapertura con apellido conocido y liderazgo renovado. Al frente están **Carlos Gamonal** (hijo) en cocina y **Priscila Gamonal** en ese territorio híbrido entre sala, vino y eventos que hoy define buena parte del éxito de la casa. No es una operación cosmética: es un **relevo** pensado, trabajado y legitimado por años de formación y oficio, con una

idea clara de continuidad.



Chef Carlos Gamonal



Priscila Gamonal

Carlos asume los fogones sabiendo que carga con una herencia pesada, y por eso evita dos trampas: la réplica nostálgica y el cambio por postureo. Mantiene pilares -producto local, recetario canario, respeto absoluto al sabor-, pero los lee con ojos de otra generación: ajusta tiempos, limpia fondos, afina puntos y dialoga con técnicas contemporáneas sin caer en artificios.

El resultado es una cocina profundamente isleña, más precisa cuando conviene, pensada para un paladar que ha viajado y exige claridad sin renunciar a la memoria.

Priscila, por su parte, profesionaliza el universo líquido y la experiencia global: ensancha referencias y, al mismo tiempo, reivindica con inteligencia los vinos de Tenerife y de Tegueste, no como folclore, sino como argumento.

En ese camino, se ha entendido que la tradición no se conserva en formol, sino en movimiento: se respeta lo esencial, pero se ajusta lo que el tiempo ha demostrado mejorable. Bajo su batuta, la casa se abre a maridajes más narrados, a eventos y a servicios fuera del caserón, y aun así todo vuelve al mismo centro de gravedad: esa mesa en Tegueste donde la historia se sigue sirviendo.

El Drago actual se ha permitido ser más flexible sin perder solemnidad: protocolo cuando se espera, cercanía cuando se necesita. Y, de fondo, se mantiene una idea muy canaria -y muy difícil-: hacer hospitalidad de verdad sin convertirla en espectáculo.

El Drago hoy: raíces, cocina y territorio

Entre ambos se articula un modelo que hace compatible la liturgia del gran restaurante con la flexibilidad que exige el

presente: horarios ajustados, selección cuidada de servicios, una carta viva y un catálogo de experiencias que va del menú degustación al banquete fuera de casa, con catering de alto nivel cuando se necesita. Y, aun así, el Mesón no pierde su rasgo esencial: seguir siendo, ante todo, una casa de familia. Cuatro décadas después de su nacimiento, Mesón El Drago es un caso rarísimo en la restauración española: un restaurante que ha mantenido intactas sus raíces, ha elevado a alta cocina el recetario canario y sigue representando un territorio concreto sin disfraz.



No ha cambiado de municipio, ni de caserón, ni de apellido en la puerta. No ha renunciado al potaje, ni al pescado de la costa, ni a las carnes tradicionales, ni a los quesos y vinos de la isla; los ha revisitado y refinado desde dentro.

Hoy, sentarse a la mesa del Drago es

asistir a una lección viva de lo que puede ser la cocina canaria cuando se toma en serio a sí misma. El entorno de Tegueste -sus viñas, sus huertas, su calma rural- entra en el plato sin alardes, con la naturalidad de quien cocina lo que le rodea.

La casa sigue siendo un pequeño museo etnográfico de sí misma, con patios cargados de historia y una sala donde el tiempo se desacelera, algo que, en 2026, ya es casi un lujo gastronómico. Lo que sí ha cambiado es la conciencia del comensal: ahora entiende que está entrando en un lugar fundacional, en un restaurante que estaba allí mucho antes de que las palabras “territorio” y “kilómetro cero” se pusieran de moda. Esa conciencia convierte cada servicio en un acto de reconocimiento, no en una simple comida.

La paradoja de las guías

Y, sin embargo, la paradoja incomoda: con todo este bagaje, con esta coherencia de 40 años y con una reapertura que no ha perdido el alma, Mesón El Drago no ha recuperado la estrella **Michelin** que un día llevó, ni figura en la constelación de los soles **Repsol** con el rango que muchos considerarían lógico.

Cuesta explicar que **un restaurante pionero, vivo y afinado, con relevo generacional ejemplar y un equipo estable que cualquier gran casa envidiaría, quede en un segundo plano en el firmamento de las guías.** La tentación sería decir que “merece” una estrella o que, por trayectoria, juega en la liga de dos soles; pero quizá la pregunta más útil sea otra, y además es incómoda: ¿qué entiende hoy una guía por mérito acumulado cuando mira a Canarias?, ¿qué peso le da a la continuidad, a la fidelidad a un territorio y a la capacidad

de evolucionar sin romper con la propia historia? La periferia compite con el ruido de las capitales y con la obsesión por la novedad, y lo constante suele tener menos titulares.

Sin embargo, en gastronomía, la constancia no es un mérito menor: es el más difícil, porque se cocina cada día, no una vez al año. Si El Drago sigue encendiendo esa luz desde Tegueste, lo mínimo que debería provocar es una pregunta honesta en quien evalúa: si la excelencia se busca, ¿por qué no se reconoce cuando lleva décadas demostrada?

Porque si un restaurante que inauguró la alta cocina canaria, que ha sabido cerrar y reabrir sin perder carácter, que mantiene una columna vertebral humana de décadas y que sigue cocinando la isla desde la isla no vuelve a ver encendida una estrella junto a su nombre, tal vez el problema no esté en el caserón de Tegueste. Tal vez el problema resida en un firmamento que confunde destello con luz.

Tal vez el problema resida en un firmamento que, demasiado ocupado en perseguir destellos nuevos, ha olvidado mirar a la luz constante que lleva cuarenta años encendida en Mesón El Drago. Oído!

Madrid Fusión 2026: cuando

por fin pasa algo distinto (y Tenerife toma nota)

Madrid Fusión se mira al espejo

[@MadridFusion](#)

Durante años, [Madrid Fusión](#) fue ese gran escaparate donde, edición tras edición, la sensación era de **déjà vu**: mismo modelo de ponencia, mismo formato de menú imposible de replicar y la liturgia del chef estrella como eje del relato. Había brillantez, sí, pero también una cierta inercia: caminar, mirar, hacer cola, comer algo y volver a casa con más fotos que ideas aplicables.

En 2026, el congreso parece haber reconocido el cansancio de ese guion y se ha movido de sitio: el lema **“El cliente toma el mando”** no es solo un eslogan, es un cambio de punto de vista. Ya no basta con deslumbrar desde el escenario; toca responder a un comensal que exige experiencias más cercanas, formatos flexibles y menos fuegos artificiales.

Del show al impacto: el cliente en el centro

El giro de este año se nota en varias capas. Por un lado, el discurso: se habla de **“nueva comensalidad”**, de cuestionar **menús degustación kilométricos**, de dejar de recitar relatos interminables en sala y volver al placer más directo, más comprensible. Por otro, el programa se llena de conversaciones sobre rentabilidad, [modelos de negocio](#), IA, desperdicio y salud, temas que preocupan a quien tiene un restaurante abierto todos los días, no solo a quien firma un tres estrellas.



La clave es que la asistencia promete ser más que pasear por pasillos y picotear. El objetivo declarado es que el profesional se lleve herramientas, ideas aterrizadas y respuestas a preguntas muy concretas: ¿cómo adapto mis menús al nuevo cliente?, ¿qué tecnología me suma de verdad?, ¿qué hago con mis costes?

Madrid Fusión Experience y el salto a lo tangible

Ese cambio de tono se materializa en espacios nuevos. **Madrid Fusión Experience** nace precisamente para cerrar la brecha entre el escenario y el plato: lo que antes era puro showcooking ahora se acompaña de degustaciones estructuradas, donde el público prueba mientras escucha. No se trata solo de ver cómo se monta un plato, sino de sentir en boca si ese discurso de “cocina más cercana y más sencilla” se sostiene.

26-28
ENERO
JANUARY
2026

EL CLIENTE toma el mando

THE CUSTOMER
takes the lead



En paralelo, el ecosistema tech y de futuro gana cuerpo con **Dreams #SpainFoodTechNation**, donde se habla de IA, desaparición de la cocina doméstica o fake food desde una perspectiva menos futurista y más operativa. Son debates que afectan a cómo vamos a cocinar, pero, sobre todo, a cómo vamos a comer y qué espera ese cliente empoderado que ahora protagoniza el relato.



La suma es clara: el congreso intenta pasar de **escaparate inspiracional** a **laboratorio de soluciones**. Si lo consigue o no lo dirán las cartas y las cuentas de los restaurantes en los próximos meses, pero el gesto de mover el foco del **ego del chef** hacia la experiencia real del comensal es, al menos, una rectificación honesta del guion anterior.

Tenerife: del escaparate al bocado que se queda

[@CabildoTenerife](#)

En paralelo a este viraje, Canarias -y muy especialmente Tenerife- está jugando su propia partida para dejar de ser solo “color local” dentro de los grandes congresos. La estrategia insular ya no se limita a poner paisaje en el **vídeo institucional** y un par de **showcookings**: el despliegue para 2026 en **Madrid Fusión** se anuncia como “la mayor apuesta gastronómica de su historia”, en metros, en equipo humano y en

ambición.



Un stand de unos 400 m², cerca de cien profesionales entre cocineros, sala, sumilleres y productores, y una programación diseñada para que el visitante no solo vea **Tenerife**, sino que la coma, la beba y la entienda. Desayunos, almuerzos temáticos, catas guiadas, demostraciones continuas: la idea es que quien se siente ahí salga con un relato en la cabeza, pero también con mojos, quesos y vinos en el paladar.

Mojos, vinos y quesos: la memoria que importa

La gran novedad no es solo de escala, sino de enfoque. Tenerife insiste en visibilizar el **“trínomio sector primario-gastronomía-turismo”**, es decir, que cada bocado que se sirve hable de agricultores, ganaderos, pescadores y bodegas, no solo de chefs y destinos.



En una era donde la sostenibilidad ya no se vende solo con palabras, poner al productor en primera fila es una manera directa de hacer tangible el impacto económico de la gastronomía en la isla.

El Túnel del Vino de Tenerife, con unos 75 m² dedicados a las seis denominaciones de origen y a la idea de “vinos volcánicos que se cuentan en primera persona”, va en esa dirección. No es un simple lineal de botellas: se plantea como experiencia de cata y de relato, donde el profesional puede entender estilos, variedades y territorios, y conectar esas botellas con sus cartas.



A su lado, **los mojos y los quesos** dejan de ser mera degustación simpática para convertirse en argumento gastronómico serio: se habla de razas, técnicas, afinados, compatibilidad con la **alta cocina y la cocina informal**. Es el tipo de contenido que un cocinero o un **sumiller** puede transformar en plato, sugerencia o maridaje real al volver a su restaurante.

Dos giros paralelos para un mismo reto

La coincidencia no es menor: mientras **Madrid Fusión** intenta entregar algo más que espectáculo, Tenerife aprovecha el mismo escenario para pasar del **folclore gastronómico** a una propuesta más madura, más útil y, sobre todo, más memorable.

Que el visitante pueda irse con un manifiesto sobre la nueva comensalidad bajo el brazo y, al mismo tiempo, con referencias claras de mojos, quesos y vinos volcánicos que quiere buscar después, es una buena noticia para todos.

La escena dulce en Madrid Fusión 2026: Pastry, pan y chocolate

[Por Ángel Marqués Ávila](#)

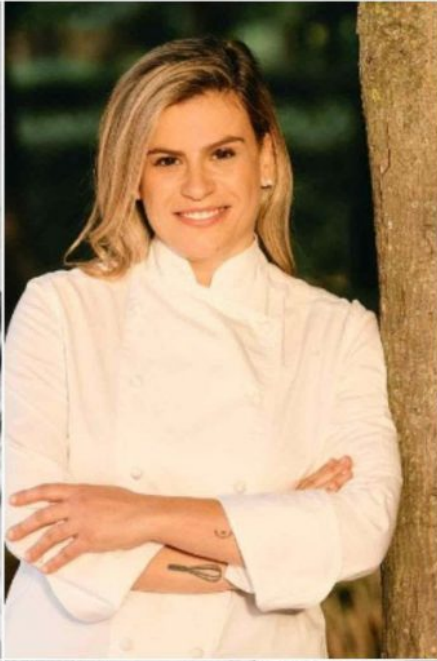
[@MadridFusión](#)

Los nombres clave del dulce español subirán al escenario del Pastry, desde Jordi Roca a Jordi Butrón, pasando por Ricardo Vélez, Raúl Bernal, Albert Adrià o Fátima Gismero.

El mundo del chocolate estará presente con una destacada figura del cacao, el pastelero italiano Gianluca Fusto. El desayuno se reivindicará en esta edición de [Madrid Fusión Pastelería](#) con las aportaciones de la chef brasileña Paula Prandini y el panadero alicantino Fran Segura.

La panadería española se reivindica como puntera en la recuperación de los panes artesanales con José Roldán y Diego Pagán.

El escenario de [Madrid Fusión Pastelería](#) se presenta este 2026 como uno de los espacios más atractivos del congreso insignia del mundo gastronómico, Madrid Fusión Alimentos de España. Ya consolidado en su cuarta edición, este simposio agrupará lo mejor y lo último del mundo de la panadería y la pastelería, un sector cada vez más dinámico e innovador que merece tener un espacio propio dentro del mundo gastronómico. Madrid Fusión Pastry es este espacio, y actúa como punto de unión entre las diferentes disciplinas que convergen en los campos pastelero y panadero.





Desde los desayunos, incluido el momento del café, **Madrid Fusión Pastry** contará con grandes figuras que pondrán de manifiesto la evolución de un sector en pleno auge, tratado desde perspectivas apasionantes. Se hablará de los últimos hojaldres ibéricos con manteca de cerdo, de los orientales sin grasa de Oriente Medio, de las nuevas expresiones de la mantequilla, de los panes secos y del papel de la sobrasada como componente adicional de las deliciosas ensaimadas mallorquinas.

Asimismo, el chocolate como ingrediente estrella contará con cifras de enorme relevancia, al tiempo que incidiremos en el creciente auge de los desayunos de hotel, del importante papel de los postres de restaurantes, de los cócteles de frutas o de los últimos turrone de

aire.

Un escenario dedicado al mundo de la alta pastelería y panadería por el que desfilarán algunos de los mejores profesionales del sector en estos momentos, pues volverán a subirse al escenario más dulce de Madrid Fusión nombres como Jordi Roca, Albert Adrià, Ricardo Vélez, Gianluca Fusto, Jordi Butrón. En este sentido, el menor de los hermanos Roca vendrá acompañado del primogénito de la saga gerundense, Joan Roca, para juntos debatir sobre las posibilidades de la combinación de dulce y salado en la cocina. Mientras, Jordi Butrón, exdirector de la Escuela Espai Sucre, aportará su conocimiento sobre el sabor y su trazabilidad.

Turrón

El turrón, un dulce navideño que lucha por trascender su estacionalidad, será el leitmotiv de la ponencia ofrecida por el chef Albert Adrià, en la que nos contará sus turrones de aire. Compartirán materia con Adrià las pasteleras Fátima Gismero (Pastelería Fátima Gismero, Píoz, Guadalajara) y Noelia Tomoshigue (Monroebakes, Madrid), quienes, del estado gaseoso, pasarán al líquido con sus turrones líquidos.





De los hojaldres se ocupará en esta edición Ricardo Vélez (Moulin Chocolat, Madrid), quien, en esta ocasión, dejará el mundo del cacao para hablarnos de los hojaldres ibéricos. Como ibérica también será la ponencia que llevarán a cabo Pablo y Jacobo Moreno, artesanos de Pastelerías Mallorca (Madrid), que nos descubrirán los secretos de las ensaimadas y torteles con sobrasada. Por su parte, el **isleño Alexis García (100% Hojaldres, Santa Cruz de Tenerife)** se centrará en las nuevas expresiones de un ingrediente básico del mundo pastelero y repostero: **la mantequilla.**

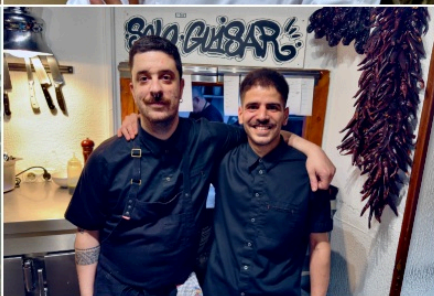
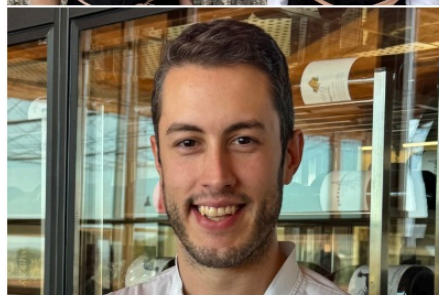
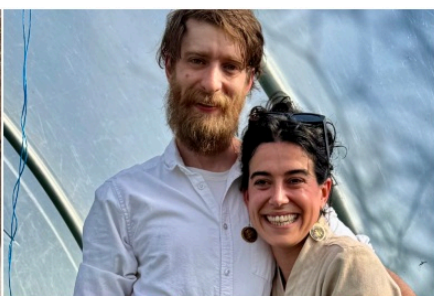
Chocolate

Y si hay un ingrediente que no puede faltar en un espacio dedicado a la repostería es, sin duda, el chocolate. El pastelero Raúl Bernal (mejor maestro chocolatero de España en 2011, mejor maestro chocolatero en 2023 y mejor bombón

artesano en 2023), de la pastelería oscense Lapaca, nos propondrá unir una de las tartas más clásicas y chocolateras –como es la tarta Sacher– con el vino. Y desde Italia, el pastelero y maestro chocolatero Gianluca Fusto (Fusto, Milán) viajará hasta Madrid Fusión para abordar las mil y una posibilidades que ofrece el cacao.

En clave internacional, Madrid Fusión Pastry contará también con la presencia de reposteros del Azerbaiyán National Culinary Center para explicar todos los secretos de un dulce típico de esta región de Oriente Medio: la pakhlava, finas capas de masa filo enmantecadas, rellenas de frutos secos picados, bañadas en un almíbar dulce de miel o azúcar y especiadas con canela y limón. Y, aunque desde una pastelería madrileña (Panda Patisserie), Borja Gracia nos acercará a la pastelería japonesa.

Desde Dubái, la pastelera madrileña Carmen Rueda Fernández nos hablará de los postres de restaurante, y del continente americano vendrá la chef brasileña Paula Prandini (Empório Jardim & Stuzzi Bar Lebion, Río de Janeiro), conocida por su trabajo en torno a la primera comida del día y por redefinir la experiencia del café de desayuno y brunch en Brasil.



Precisamente, la primera colación del día tendrá un lugar destacado en la edición de este año en Madrid Fusión Pastry y

también será motivo central de las ponencias que realizarán Fran Segura (Pastelería Fran Segura & Co, Elche), que abordará el desayuno de hotel, y Ricardo Oteros, fundador y presidente de Supracafé, que se centrará en el ritual del café durante el desayuno.

Para cerrar el círculo, Madrid Fusión Pastry no pasará por alto el papel creciente de las frutas y su uso en cócteles con una ponencia realizada por Mireia Riba, embajadora de Zumos Juver.

Pan siempre en mesa

El pan sigue ganando protagonismo en gastronomía y también lo hace en Madrid Fusión, donde en esta vigesimocuarta edición la panadería es parte relevante del programa de Madrid Fusión Pastelería con dos nombres destacados de este mundo.



José Roldán (Panadería La Brillante, Córdoba) repite presencia

en **Madrid Fusión Pastry** después de haber sido coronado Panadero Mundial del Año 2025 por la Unión Internacional de Panaderos y Confiteros (UIBC), un galardón que reconoce su excelencia técnica, creatividad e innovación en la panadería artesanal. Conocimientos todos ellos que compartirá en la cita de enero en IFEMA Madrid. Como también lo hará el murciano Diego Pagán (Artesanos San Ramón, de Fuente Álamo), que nos hablará de los panes secos y de la cultura del pan que se forja a diario desde los obradores.

Dulce Sano

Como ya es habitual, Madrid Fusión Pastelería 2026 otorgará premios y albergará varios concursos destinados a poner en valor el talento de los maestros dulces de nuestra gastronomía. Este apartado del escenario del Pastry lo encabeza la VIII edición del Premio Pastelero Revelación, por el que competirán ocho jóvenes talentos pasteleros.



Repíete presencia también el **Premio Mejor Desayuno de Hotel**

que, por tercer año consecutivo y en sus dos categorías, Hoteles Boutique y Gran Hotel, reconoce el esfuerzo que algunos hoteles españoles realizan por alcanzar la excelencia con la primera colación del día. Y, como veterano de los concursos del Pastry, vuelve el concurso de bocados con queso, pero en esta edición se presenta con imagen renovada de la mano de [Saborea Gran Canaria](#) para reconvertirse en Concurso Bocados con Queso de Gran Canaria. Los premios “Ciudad de Madrid”, en sus dos modalidades, al mejor pastelero y al mejor panadero de Madrid, tampoco se perderán esta edición del 2026.

Novedad

[@AhumadosDomínguez](#)





Este año, además, se suman novedades a los concursos de Madrid Fusión Pastelería. La unión de dulce y salado será la protagonista del nuevo **Concurso Mejor Cruasán Gourmet con Salmón Ahumado** (patrocinado por Ahumados Domínguez). Mientras que los postres tendrán su momento de gloria con dos concursos propios: el **Campeonato Mejor Flan del Mundo** (de la mano de Huevos Redondo) y el **Concurso de la Mejor Torrija del Mundo** (ofrecido por Pascual Profesional).

Una fiesta golosa en cuatro dimensiones ofrecida por algunos de los más brillantes especialistas que complementan el festival gastronómico que supone Madrid Fusión Alimentos de España 2026.