

Todos hacemos lo mismo en las redes... ¿aburre!

Desde la aparición de las **redes sociales**, nuestra manera de comunicarnos y relacionarnos ha sufrido una transformación radical. En sus inicios, estas plataformas emergieron como espacios de conexión espontánea, pero rápidamente se convirtieron en escenarios donde se forjaban nuevas dinámicas de interacción y construcción de identidad.

El nacimiento de un nuevo paradigma

Las **redes sociales** surgieron como respuesta a la necesidad humana de pertenecer y ser escuchado. En un mundo cada vez más **globalizado**, estas plataformas permitieron a las [personas](#) compartir sus vivencias, opiniones y emociones de manera inmediata.



Sin embargo, este flujo constante de información también trajo

consigo una tendencia a **replicar comportamientos** que, por su eficacia en captar la atención, se transformaron en fórmulas repetitivas. La búsqueda de “**likes**”, comentarios y compartidos se tradujo en la imitación de patrones que se validaban a sí mismos, creando un ambiente en el que la individualidad se diluía en aras de la popularidad y la conformidad.

La influencia de los algoritmos y el refuerzo de la homogeneidad

Los algoritmos que gobiernan estas plataformas están diseñados para detectar y potenciar contenidos que generan mayor interacción. Esta mecánica refuerza la visibilidad de **publicaciones** similares, incentivando a los usuarios a reproducir estilos y temáticas probadas.

Así, lo que comenzó como una diversidad de expresiones se fue encasillando en fórmulas reconocibles, generando una sensación de saturación y falta de originalidad. Este fenómeno no solo afecta la percepción de autenticidad de los individuos, sino que también moldea una **cultura** en línea que, en apariencia, se repite una y otra vez.



En la gastronomía...

Hoy en día, el eje central de la **experiencia culinaria** parece haberse desplazado. Mientras que antes **el sabor, la textura y las técnicas de cocción** constituían la esencia de la **gastronomía**, ahora la imagen visual se impone como el factor decisivo. La creatividad se ha visto limitada a **reproducir fórmulas** que garantizan **“likes” y viralidad**, descuidando la complejidad y autenticidad que caracterizan a una buena preparación.

Un ejemplo revelador es la infame fotografía del cocinero, con pinzas en mano, colocando cuidadosamente un pequeño pétalo en el plato, como si fuera el desarme de una bomba nuclear con una seriedad que asusta pensar que se va a equivocar.

Esta **imagen**, por más estética que pueda llegar a ser, se ha convertido en un **cliché** tan repetido que pierde su capacidad de sorprender e inspirar. El resultado es una **cultura culinaria superficial**, en la que el valor intrínseco de una **experiencia gastronómica** se ve eclipsado por el atractivo inmediato de una **imagen diseñada** para captar miradas más que para **deleitar el paladar**.

Lo preocupante es que este mismo fenómeno ha contaminado a dos pilares fundamentales del mundo gastronómico: la crítica y el periodismo. Ambas disciplinas, antaño rigurosas, valientes

y formadas, se han doblegado ante el poder de los nuevos Influencers, Foodies y demás etiquetas que podemos usar para estos nuevos gastrónomos del mercado vendiendo su alma al diablo del algoritmo.

Lo que antes era una mirada aguda y reflexiva sobre una **cocina**, un producto o una técnica, hoy se ha convertido en un coro de **adulaciones vacías, plagado de frases huecas, datos reciclados y una constante urgencia por agradar**. Muchos **medios y blogs**, más preocupados por llenar el timeline que por informar, se han transformado en **vertederos de notas de prensa maquilladas**, sin contexto, sin análisis, sin valor real para el lector.

CONTENIDO BASURA



Es urgente que tanto **la crítica gastronómica** como **el periodismo especializado** retomen el camino de la profundidad, la honestidad y el criterio. Ganar lectores de calidad –y no simples visualizadores de fotos que regalan un “like” fugaz– es el verdadero desafío. Recuperar el respeto por **la inteligencia del lector** es, hoy, un acto casi revolucionario.

La influencia de las tendencias y la viralización del sabor

Las **tendencias culinarias** en [redes sociales](#) se propagan de manera similar a otros contenidos virales. **Recetas, técnicas y**

presentaciones se comparten y vuelven a compartir, consolidándose rápidamente como la “norma” en la comunidad. Este fenómeno crea un ciclo en el que **la innovación** es, en ocasiones, sacrificada en favor de lo que ya ha sido validado por el consenso colectivo.



El resultado es un escenario **gastronómico** donde, a pesar de la vastedad de estilos y sabores, prevalece una homogeneidad que puede llegar a percibirse como **monótona y predecible**.

Influencers y bloggers: recetas para el aplauso rápido

En este escenario, **los influencers y food bloggers** se han convertido en los nuevos **gurús de la cocina**, aunque muchos no hayan pisado jamás una partida caliente. Marcan tendencias, imponen estéticas y dictan lo que “mola” o no, incluso cuando detrás de sus consejos hay poco conocimiento real. Pero lo más preocupante es cómo esta lógica del aplauso inmediato está desplazando a quienes realmente cocinan desde un lugar más

elevado: **el del pensamiento, la sensibilidad, la creación.**



La repetición vacía de estéticas impuestas por algoritmos borra las identidades

Un cocinero de verdad no solo mezcla ingredientes: compone una idea, interpreta un territorio, traduce memorias, emociones, cultura. La cocina, como la pintura o la música, es una forma de expresión artística. Cada plato bien concebido es una obra que nace del estudio, del error, de la reflexión y de una relación profunda con la materia prima. Reducir todo ese proceso a una imagen retocada con luz artificial y fondo blanco es un insulto a la cocina como lenguaje intelectual.

La repetición vacía de estéticas impuestas por algoritmos borra las identidades, aplanar el discurso culinario y convierte al cocinero en un decorador de platos, en vez de en un pensador del gusto. Se cocina para la foto, no para el recuerdo. Para la reacción, no para el alma.

Una llamada a la autenticidad

Quizás ha llegado el momento de hacer una pausa y preguntarnos: ¿para quién estamos cocinando, escribiendo, fotografiando? ¿Qué tipo de público queremos cultivar y qué tipo de cultura gastronómica queremos dejar como legado? No se trata de negar la fuerza de las redes sociales ni de renegar de la estética –todo lo contrario–, sino de recuperar la verdad detrás de la imagen. Volver a darle valor a la palabra bien escrita, al plato bien pensado, al sabor que despierta la memoria.

Hay una diferencia entre publicar y comunicar, entre alimentar egos y alimentar almas. La cocina merece ser contada con respeto, con criterio y con libertad. No se puede seguir cocinando solo para ser aplaudido, ni escribiendo solo para ser compartido. Porque si seguimos haciendo todos lo mismo, diremos todos inada de nada!.