vinetur

Alfonso López alerta del peso del algoritmo sobre el criterio gastronómico

El autor defiende que la credibilidad en la comunicación culinaria exige conocimiento, independencia y tiempo

miércoles 1 de julio de 2026



Alfonso López Torres sostiene que la gastronomía corre el riesgo de sustituir el criterio por la popularidad en un momento en el que las redes sociales han multiplicado la capacidad de opinar y de influir sobre miles de personas. El autor, miembro de la Academia de Gastronomía de Tenerife y exdirector general del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria del Gobierno de Canarias, plantea que el problema no está en la aparición de nuevas voces, sino en confundir una impresión personal con un juicio fundamentado.

López parte de una idea central: la gastronomía exige paciencia. A su juicio, conocer un producto, escuchar a un cocinero, entender un territorio y valorar el trabajo que hay detrás de un plato requiere tiempo y aprendizaje. Por eso afirma que cuanto más sabe alguien de gastronomía, menos necesidad tiene de aparentarlo, y contrapone esa actitud a la de quienes, tras unas cuantas visitas a restaurantes, un teléfono móvil y una amplia base de seguidores, se consideran en condiciones de dictar criterio.

En su reflexión, insiste en que la gastronomía no consiste solo en comer. Recuerda que detrás de una cocina hay productores, artesanos, cocineros y profesionales de sala, además de técnica, cultura, tradición e innovación. Ese trabajo, señala, rara vez cabe en una fotografía o en un vídeo breve, y precisamente por eso entiende que comunicar gastronomía implica explicar lo que el comensal no ve, no limitarse a emitir un veredicto.

El autor sitúa ahí una separación cada vez más visible entre dos formas de comunicar. Por un lado, quienes entienden esa tarea como un ejercicio de curiosidad, conocimiento e independencia. Por otro, quienes la han reducido a una cadena de impresiones personales. López reconoce que nunca había sido tan fácil hablar de cocina ni hacerse oír, y considera positiva la aparición de nuevos formatos y divulgadores que han acercado la gastronomía a públicos antes alejados de ella.

Su crítica aparece cuando la inmediatez sustituye al aprendizaje y cuando, en sus palabras, el algoritmo pesa más que el conocimiento. Avisa de que la popularidad puede confundirse con el prestigio y de que el alcance en redes puede otorgar una autoridad que no ha pasado por la experiencia, el estudio o la curiosidad. Para resumir esa idea, sostiene que el algoritmo puede medir cuántas personas ven un contenido, pero no el criterio de quien lo emite.

López considera que se ha normalizado una práctica que merece revisión: identificar haber comido en un restaurante con conocer la gastronomía. A su entender, opinar nunca había sido tan fácil, pero tener criterio sigue siendo igual de difícil. Ese criterio, añade, no se improvisa, sino que se construye con tiempo, estudio, curiosidad y humildad para seguir aprendiendo incluso cuando uno cree que ya sabe bastante.

Uno de los puntos más directos de su texto es la advertencia sobre la confusión entre impresión y criterio. Para el autor, ese error es uno de los más frecuentes del momento actual. De ahí que muestre más confianza en quienes siguen haciendo preguntas que en quienes parecen tener respuestas para todo. En esa actitud de duda y aprendizaje continuo sitúa el punto de partida para comprender la gastronomía con seriedad.

También llama la atención sobre la proliferación de perfiles que han convertido la gastronomía en una oportunidad de notoriedad y promoción personal. López no cuestiona que un comunicador mantenga relación con restaurantes o colabore con ellos, siempre que exista transparencia e independencia. Lo que considera preocupante es la pérdida de esa independencia, porque entiende que en ese momento el criterio deja de ocupar el primer lugar y la credibilidad empieza a deteriorarse.

En esa misma línea, critica la uniformidad del lenguaje que observa en parte de los contenidos gastronómicos en redes sociales. Señala que algunos perfiles repiten de forma constante expresiones como "brutal", "espectacular", "imprescindible" o "el mejor", aunque cambien los restaurantes y los platos. A su juicio, esa repetición revela una falta de explicación y de espíritu crítico que perjudica tanto a quienes intentan comunicar con rigor como a los propios establecimientos.

López subraya que la confianza de un lector tarda años en construirse y puede perderse en segundos. Por eso rechaza convertir el debate en una discusión sobre quién puede hablar de gastronomía y quién no. Defiende que la diversidad de voces ha enriquecido la conversación y ha acercado la cocina a muchas personas, pero insiste en que una opinión no debe confundirse con conocimiento ni la popularidad debe sustituir al criterio.

Para el autor, quien influye en la opinión de los demás asume una responsabilidad doble: respetar el trabajo de quienes hacen posible la gastronomía y ser honesto con quienes depositan su confianza en sus palabras. Desde esa premisa, sostiene que el verdadero patrimonio de cualquier comunicador es la credibilidad, una cualidad que, en su opinión, no se compra ni la decide un algoritmo, sino que se construye con curiosidad, independencia, honestidad, rigor y tiempo.

Su planteamiento final es una defensa de una comunicación gastronómica menos apresurada y más atenta a la comprensión. Frente a la necesidad de aparentar o de ganar notoriedad, López reivindica más ganas de aprender y más criterio. Su tesis es que cualquiera puede hablar de gastronomía, pero hacerlo con conocimiento, rigor, honestidad y humildad sigue siendo la parte más difícil del oficio.