LUMEN ET VIRTUS
ISSN: 2177-2789

O PAPEL DA CRÍTICA GASTRONÔMICA NA ESCOLHA DO CONSUMIDOR: CONTRIBUIÇÕES E INFLUÊNCIAS

https://doi.org/10.56238/levv15n43-049

Data de submissão: 13/11/2024 **Data de publicação:** 13/12/2024

Adelcio Machado Santos
Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
Pós-Doutor pela UFSC.
Docente, pesquisador e orientador no Programa de Pós-Graduação em Educação Básica da Universidade Alto Vale Rio do Peixe (Uniarp). Caçador. Santa Catarina. Brasil.
E-mail: adelciomachado@gmail.com
ORCID: https://orcid.org.0000-0003-3916-972X

RESUMO

A crítica gastronômica, tradicionalmente realizada por especialistas da área, tem se transformado com o advento das plataformas digitais, permitindo que consumidores comuns compartilhem suas experiências e influenciem decisões de compra. Este estudo tem como objetivo analisar como a crítica gastronômica, tanto profissional quanto de consumidores, influencia as escolhas alimentares e quais as principais contribuições dessa prática para o setor de gastronomia. A metodologia adotada envolve uma revisão bibliográfica e análise de conteúdo de avaliações em plataformas como TripAdvisor, Google Reviews e redes sociais, além da consideração de diferentes tipos de críticas, como as de influenciadores e bloggers gastronômicos. Os resultados apontam que as avaliações online desempenham um papel significativo na decisão dos consumidores, com as opiniões leigas ganhando cada vez mais relevância, embora apresentem limitações em comparação com críticas especializadas. O estudo também destaca a crescente influência de influenciadores digitais, que, embora ajudem na visibilidade de estabelecimentos, muitas vezes comprometem a imparcialidade das avaliações. Conclui-se que, embora o consumidor moderno tenha se tornado mais protagonista na disseminação e utilização da crítica gastronômica, a falta de uma abordagem crítica em relação às informações disponíveis pode levar a escolhas automatizadas e impulsivas. Portanto, é fundamental que o consumidor desenvolva uma leitura mais consciente e responsável das críticas para um uso mais equilibrado desse instrumento.

Palavras-chave: Crítica Gastronômica. Influência Digital. Consumidores. Avaliações Online.

1 INTRODUÇÃO

A crítica gastronômica é um processo fundamental no setor alimentício, atuando como um isntrumento de avaliação que vai além do simples julgamento de pratos. Ela envolve a análise criteriosa de elementos como sabor, apresentação, serviço, ambiente e custo-benefício, oferecendo aos consumidores um guia que auxilia na escolha de restaurantes e outros serviços gastronômicos. Historicamente, a crítica gastronômica surgiu como um meio exclusivo, veiculado por especialistas em jornais e revistas, mas com o advento da internet e das redes sociais, tornou-se mais acessível, democratizando a avaliação gastronômica e ampliando seu impacto.

A relevância do tema transcende a esfera dos consumidores. Para os estabelecimentos, a crítica gastronômica é uma oportunidade de destaque e promoção, ao mesmo tempo em que pode atuar como um instrumento de melhoria contínua. Já para os críticos, trata-se de uma prática que exige responsabilidade, conhecimento técnico e sensibilidade cultural, considerando que as avaliações influenciam diretamente o comportamento dos consumidores e a reputação dos restaurantes.

Este artigo foi elaborado como um estudo de revisão bibliográfica, com base na análise de literatura acadêmica, artigos jornalísticos e dados provenientes de plataformas digitais de avaliação gastronômica. Os critérios de seleção incluíram estudos publicados entre 2000 e 2024, em fontes confiáveis e que abordassem a influência da crítica gastronômica sob diferentes perspectivas: consumidor, mercado e produção cultural.

O objetivo deste artigo é analisar como a crítica gastronômica influencia as escolhas dos consumidores, explorando suas principais contribuições. A discussão será pautada em aspectos como a construção de expectativas, a educação do paladar e o impacto no mercado gastronômico, destacando influências, perspectivas e oportunidades apresentados pelo cenário contemporâneo.

2 A EVOLUÇÃO DA CRÍTICA GASTRONÔMICA: DO SURGIMENTO ÀS PRÁTICAS

Observa-se, ao longo da história, que a crítica gastronomia surgiu e se desenvolveu baseada, sobretudo, nas práticas sociais e com uma forte ligação com as culturas e artes dos países, emergentes ou não. A crítica gastronômica surgiu como uma prática associada à cultura e à apreciação das artes culinárias, desempenhando um papel essencial na valorização e preservação de tradições gastronômicas. Segundo De Certeau, Giard e Mayol (2008), os primeiros registros de apreciação da comida datam de textos históricos que buscavam capturar as práticas alimentares como expressões culturais. No século XX, a crítica gastronômica ganhou destaque em colunas de jornais, como aquelas de Craig Claiborne no *The New York Times*, que profissionalizaram a atividade ao introduzir critérios mais sistemáticos para a avaliação de restaurantes (Giard; Mayol, 2008).

Com o passar do tempo, publicações especializadas, como o renomado Guia Michelin, consolidaram a crítica gastronômica como um campo de autoridade, criando padrões que

influenciaram diretamente o comportamento de consumidores e a dinâmica do mercado gastronômico. Conforme explica Montanari (2008), a gastronomia é tanto uma ciência quanto uma arte, exigindo dos críticos não apenas conhecimento técnico, mas também sensibilidade cultural.

No modelo tradicional, as críticas eram produzidas por especialistas e veiculadas em jornais, revistas e guias especializados. Exemplos notáveis incluem o Guia Michelin e o Gault & Millau, que estabeleceram um padrão para a avaliação gastronômica, utilizando escalas de estrelas ou pontos para indicar a excelência culinária. Esses formatos, segundo Symons (2001), refletem não apenas a qualidade dos restaurantes, mas também a relação simbólica entre comida, status e poder. Por outro lado, o formato digital revolucionou a crítica gastronômica ao democratizar o acesso à informação. Blogs especializados e redes sociais como Instagram e TikTok se tornaram plataformas populares, enquanto sites como TripAdvisor e Yelp permitiram que consumidores comuns contribuíssem com avaliações. Como aponta Parker (2019), a crítica digital ampliou a voz do consumidor, criando uma rede global de opiniões sobre restaurantes e serviços alimentares.

A internet transformou profundamente a crítica gastronômica, reduzindo a distância entre consumidores e especialistas. O modelo tradicional, que dependia de poucas vozes autorizadas, foi substituído por uma multiplicidade de opiniões, muitas vezes conflitantes. Essa mudança trouxe vantagens, como maior diversidade de perspectivas, mas também desafios, como o problema das fake reviews e a sobrevalorização de tendências passageiras.

Para Le Couteur (2020), a crítica gastronômica na era digital é marcada por uma tensão entre a autoridade dos críticos especializados e a autenticidade percebida nas opiniões dos consumidores. Além disso, o impacto das redes sociais foi significativo na construção da imagem dos restaurantes, exigindo que chefs e proprietários adaptem suas estratégias de comunicação para atender às expectativas de um público cada vez mais informado e conectado.

3 TIPOS DE INFLUÊNCIA DA CRÍTICA GASTRONÔMICA NO CONSUMIDOR

A crítica gastronômica exerce uma ampla gama de influências sobre o comportamento do consumidor, abrangendo desde a formação de expectativas até a construção de um repertório gastronômico mais sofisticado. O fornecimento de informações detalhadas e avaliações técnicas, permite que a crítica oriente escolhas e promove a reflexão sobre qualidade, serviço e inovação no mercado alimentício. Como apontam Finkelstein (1989) e Johnston e Baumann (2015), a gastronomia moderna é cada vez mais mediada por narrativas críticas que dialogam com as demandas contemporâneas por experiências autênticas e memoráveis.

Nesse contexto, a crítica gastronômica não se limita ao papel de avaliadora de pratos e serviços. Ela também educa consumidores, amplia a compreensão cultural sobre a gastronomia e influencia

diretamente as decisões de consumo. A seguir, são apresentados os principais tipos de influência que a crítica exerce no consumidor.

3.1 INFLUÊNCIA NA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE

A crítica gastronômica tem um papel significativo na formação da percepção de qualidade dos consumidores. Ao analisar aspectos como sabor, textura, frescor dos ingredientes, técnicas de preparo e apresentação dos pratos, os críticos estabelecem padrões que influenciam diretamente as escolhas do público. Para Trubek (2000), a percepção de qualidade na gastronomia é construída não apenas por características sensoriais, mas também pela narrativa associada aos pratos, como a origem dos ingredientes, a reputação do chef e o conceito do restaurante.

Esse tipo de influência é particularmente relevante em um mercado cada vez mais competitivo, onde a valorização da experiência gastronômica vai além do simples ato de consumir. As críticas bem fundamentadas podem destacar diferenciais que consumidores nem sempre identificariam sozinhos, como o uso de ingredientes sazonais, a criatividade na composição do menu ou a harmonização entre pratos e bebidas (Trubek, 2000). Segundo Reichl (2005), uma boa crítica não apenas descreve a comida, mas também dá ao consumidor ferramentas para reconhecer a excelência culinária.

Além disso, a percepção de qualidade está intrinsecamente ligada à confiança do consumidor no crítico. Algumas plataformas digitais, como Yelp e TripAdvisor, democratizaram o acesso às opiniões gastronômicas, mas também trouxeram desafios relacionados à credibilidade. Enquanto críticas profissionais baseiam-se em critérios técnicos e visitas anônimas, as avaliações de usuários comuns nem sempre seguem os mesmos padrões, o que pode gerar percepções distorcidas de qualidade. Como argumenta Finkelstein (1989), a crítica formal é essencial para diferenciar as tendências passageiras das contribuições duradouras à gastronomia.

Algo que também precisa ser observado nesse processo é o impacto das críticas negativas. Embora possam inicialmente afastar consumidores, críticas construtivas oferecem aos restaurantes a oportunidade de aprimorar seus serviços e reconquistar a confiança do público (Reichl, 2005). Em contrapartida, críticas exageradamente severas ou injustificadas podem prejudicar injustamente a reputação de um estabelecimento.

De acordo com Parker (2019), o reconhecimento de qualidade promovido pela crítica gastronômica também beneficia o mercado como um todo, estimulando a inovação e a busca pela excelência. Ou seja, restaurantes que recebem avaliações positivas são frequentemente impulsionados a manter altos padrões, enquanto outros são incentivados a melhorar para se destacar em um cenário competitivo. Assim, a crítica gastronômica não apenas molda a percepção de qualidade dos consumidores, mas também atua como um catalisador de evolução no setor.

3.2 CONSTRUÇÃO DE EXPECTATIVAS

Antes mesmo de visitarem um restaurante, os clientes são influenciados por descrições detalhadas, pontuações e análises que moldam suas percepções e geram expectativas específicas sobre os serviços, o ambiente e a qualidade dos pratos. Como argumenta Finkelstein (1989), a crítica gastronômica não apenas descreve a experiência, mas cria uma narrativa antecipatória que influencia diretamente a forma como o consumidor vivencia o momento.

A construção de expectativas pode ocorrer tanto de maneira positiva quanto negativa. As críticas elogiosas, que destacam atributos como pratos inovadores, atendimento excepcional e atmosfera agradável, tendem a atrair clientes e criar um desejo por experiências marcantes. Já as avaliações negativas podem desencorajar visitas e gerar um impacto significativo na reputação de um restaurante. No entanto, mesmo críticas desfavoráveis podem ser úteis ao consumidor, ajudando-o a evitar experiências aquém das expectativas e, ao mesmo tempo, servindo como feedback para que os estabelecimentos aprimorem seus serviços (Reichl, 2005).

Um dos principais fatores que contribuem para a construção de expectativas é a narrativa criada pelo crítico gastronômico. Segundo Trubek (2000), a maneira como a experiência é descrita, com ênfase em elementos visuais, sensoriais e culturais, influencia diretamente a visão prévia do consumidor. Por exemplo, expressões como "pratos que derretem na boca" ou "uma explosão de sabores autênticos" geram uma antecipação emocional que prepara o consumidor para vivenciar algo especial.

Além disso, a narrativa também pode incluir referências ao contexto cultural e histórico do restaurante, como a história do chef ou o uso de ingredientes regionais. Johnston e Baumann (2015) destacam que o discurso crítico moderno muitas vezes busca alinhar-se a tendências de autenticidade e sustentabilidade, o que fortalece as expectativas de consumidores que valorizam esses aspectos.

Com o crescimento das plataformas digitais de avaliação, como TripAdvisor, Google Reviews e redes sociais, a construção de expectativas tornou-se ainda mais dinâmica. Enquanto as críticas profissionais são amplamente respeitadas por sua análise técnica, as avaliações de usuários fornecem uma perspectiva mais abrangente e democrática (Brandão. 2020). Contudo, a sobrecarga de informações pode levar a um fenômeno conhecido como "expectativa inflada," em que as avaliações extremamente positivas criam uma expectativa irreal que o restaurante pode não atender. Como aponta Finkelstein (1989), a relação entre a expectativa e a experiência real é delicada, e pequenas discrepâncias podem influenciar a satisfação do consumidor.

A maneira como as expectativas são construídas tem impacto direto na satisfação final do cliente. Quando as experiências gastronômicas atendem ou superam as expectativas, o consumidor tende a associar maior valor ao serviço ou ao produto. Por outro lado, expectativas muito altas podem gerar decepção, mesmo que a qualidade seja objetiva. Reichl (2005) argumenta que os críticos têm a

responsabilidade de equilibrar suas avaliações, evitando exageros que possam comprometer a experiência do consumidor.

3.3 EDUCAÇÃO GASTRONÔMICA

De acordo com Symons (2003) a educação gastronômica visa promover o desenvolvimento de um paladar mais apurado e expandindo o conhecimento sobre culturas alimentares, técnicas culinárias e conceitos gastronômicos. Além de guiar escolhas individuais, a crítica tem um efeito pedagógico, permitindo que consumidores compreendam melhor o que estão consumindo e apreciem a experiência gastronômica de forma mais consciente e informada.

Barbieri (2010) afirma que a descrição detalhada de pratos, ingredientes, modos de preparo e a história por trás de receitas feitas pelos críticos gastronômicos ajudam a educar o público, especialmente em relação à valorização de práticas sustentáveis e à preservação de tradições culinárias. Como aponta Symons (2003), a crítica gastronômica não apenas avalia, mas também atua como um mediador cultural, aproximando consumidores de práticas e conceitos antes desconhecidos.

Um exemplo claro dessa influência é a popularização de conceitos como *terroir*, que se refere à relação entre a geografia e as características de alimentos e bebidas. Ao destacar a importância de ingredientes locais e sazonais, críticos ensinam aos consumidores o valor da autenticidade na gastronomia, encorajando escolhas mais alinhadas com a sustentabilidade e a valorização da cultura regional (Pollan, 2006).

Os críticos gastronômicos também desempenham um papel importante na introdução de consumidores a diferentes culturas culinárias. Por meio de análises que abordam a história, a simbologia e os rituais associados a pratos típicos, eles ajudam a ampliar o repertório cultural do público. Para Haden (2018), a crítica gastronômica funciona como uma ponte entre culturas, promovendo a tolerância e o entendimento por meio da comida.

Por exemplo, a complexidade de cozinhas como a japonesa, que valoriza a simplicidade e a pureza dos sabores, ou a mexicana, com sua riqueza de especiarias e técnicas ancestrais, críticos ajudam o consumidor a perceber que a gastronomia é um reflexo direto das tradições e da identidade de um povo (Haden, 2018). Para o autor, essa mistura de culturas e artes na gastronomia possibilita a criação de novas experiências, sobretudo para fomentar novos pratos. Além de promover o conhecimento cultural, a crítica gastronômica contribui para o desenvolvimento de um paladar mais refinado. Descrições detalhadas de sabores, texturas e combinações de ingredientes despertam a curiosidade do consumidor, incentivando-o a experimentar novos alimentos e sair da zona de conforto. Como destaca Barbieri (2010), a crítica é uma ferramenta essencial para educar o paladar, permitindo que o consumidor vá além da satisfação imediata e aprenda a valorizar nuances e complexidades.

Por meio de sua atuação educativa, a crítica gastronômica influencia escolhas mais conscientes e informadas e introduz conceitos como alimentos orgânicos, práticas de produção ética e gastronomia funcional, os críticos encorajam o público a adotar hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis. Nesse sentido, Lang e Heasman (2004) destacam que a crítica gastronômica pode ser um agente de transformação, promovendo uma alimentação mais equilibrada e responsável.

Lang e Heasman (2004) observam que a crítica gastronômica também tem o potencial de educar para além das experiências imediatas, ou seja, ela pode inspirar consumidores a buscar mais informações, participar de cursos de culinária ou mesmo experimentar preparar pratos em casa, de modo a fomentar essa curiosidade, a crítica não enriquece o repertório individual e contribui para a valorização da gastronomia enquanto expressão artística e cultural.

4 A CRÍTICA GASTRONÔMICA E O MERCADO: CONTRIBUIÇÕES E INFLUÊNCIAS

A relação entre gastronomia e mercado global tem se intensificado de forma exponencial nas últimas décadas. O setor gastronômico, antes restrito a nichos culturais ou geográficos, tornou-se um pilar significativo da economia global, movimentando bilhões de dólares anualmente. Este fenômeno está intrinsecamente ligado à evolução da crítica gastronômica, que hoje exerce uma influência direta no comportamento dos consumidores e na forma como os estabelecimentos são percebidos.

De acordo com Bourdieu (2010), a gastronomia transcende o campo alimentar, sendo também um espaço de distinção social e cultural. Neste contexto, a crítica gastronômica surge como mediadora entre os atores do mercado, orientando as demandas dos consumidores e incentivando os restaurantes a se posicionarem como marcas relevantes. Essa interação se intensificou com o crescimento do turismo global e da digitalização das avaliações, possibilitando que consumidores compartilhem experiências e avaliem serviços em tempo real (Flores, 2018).

O turismo é um dos setores que mais influencia e é influenciado pela crítica gastronômica. Os destinos turísticos muitas vezes utilizam sua gastronomia como elemento de promoção cultural, criando experiências únicas que atraem visitantes. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), 88% dos turistas consideram a experiência culinária um fator essencial em suas viagens. Nesse cenário, críticas positivas podem impulsionar a fama de um restaurante ou região, enquanto críticas negativas podem desincentivar visitas.

No Brasil, a relação entre gastronomia e turismo tem ganhado espaço, com estados como Minas Gerais e Bahia promovendo suas tradições culinárias em eventos de projeção internacional (Machado, 2020). Para os estabelecimentos, isso representa não apenas uma oportunidade de crescimento, mas também uma pressão adicional por qualidade e consistência, frequentemente avaliada por críticos renomados e plataformas digitais.

A valorização de novos talentos e estabelecimentos também circundam a prátic da crítica gastronômica. Os restaurantes e chefs desconhecidos podem ganhar destaque após uma avaliação positiva em guias consagrados como o Guia Michelin ou em publicações especializadas. Segundo Goldstein (2017), a visibilidade gerada por uma boa crítica tem o poder de transformar a trajetória de um chef, consolidando-o como referência no mercado. No Brasil, chefs como Alex Atala e Helena Rizzo são exemplos de profissionais cuja visibilidade foi amplificada por críticas e prêmios internacionais. Essa valorização também incentiva a formação de novos profissionais e o investimento em infraestrutura, elevando os padrões de qualidade do setor (Silva, 2021).

Ferreira (2019) também pontua que as críticas gastronômicas também incentivam a inovação e a melhoria contínua nos serviços oferecidos. A busca por surpreender consumidores e atender aos padrões de qualidade estabelecidos pelos críticos leva à criação de novos pratos, aplicação de técnicas modernas e maior cuidado na seleção de ingredientes. Como observa Flores (2018), a crítica atua como um mecanismo de feedback, orientando estabelecimentos sobre pontos a serem aprimorados e incentivando o desenvolvimento constante. Essa dinâmica também contribui para a diversificação da oferta gastronômica, proporcionando experiências mais ricas aos consumidores.

Goldstein (2017) argumenta sobre o papel das críticas gastronômicas na promoção de práticas sustentáveis e éticas, observando que os restaurantes adotam medidas de sustentabilidade, como o uso de ingredientes locais e orgânicos, tendem a receber avaliações mais favoráveis, criando um efeito cascata positivo no mercado. Essa tendência reflete um consumidor mais consciente e alinhado a valores ambientais.

Segundo Prado e Lima (2022), a crítica gastronômica pode agir como um catalisador de mudanças, incentivando estabelecimentos a adotarem práticas sustentáveis e a valorizarem a cadeia produtiva local". Essa abordagem também fortalece a identidade cultural de regiões, ao mesmo tempo em que contribui para a preservação ambiental e social.

5 O CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: PROTAGONISMO OU PASSIVIDADE?

Com a popularização da internet e das plataformas digitais, o papel do consumidor no universo gastronômico passou por profundas transformações. Antes passivo, o consumidor agora ocupa uma posição mais ativa, compartilhando suas experiências por meio de avaliações e comentários em plataformas como TripAdvisor e Google Reviews (Santos, 2022). Essa prática democratizou a crítica gastronômica, permitindo que qualquer pessoa contribua para a formação da reputação de estabelecimentos, mesmo sem expertise formal na área. Contudo, essa mudança suscita um debate: o consumidor atual é verdadeiramente protagonista ou ainda mantém um comportamento passivo diante das influências externas?

Santos (2022) argumenta que plataformas como TripAdvisor e Google Reviews, consideradas hoje como grandes referências no setor, transformaram a forma como os consumidores escolhem restaurantes. Essas ferramentas oferecem uma média das avaliações e também fornecem descrições detalhadas de experiências reais, fotos e informações práticas que influenciam diretamente a decisão de compra. Estudos mostram que 88% dos consumidores confiam tanto nas avaliações online quanto em recomendações pessoais (Brandão, 2020).

Porém, há desafios associados a esse modelo de avaliação. Os comentários manipulados, conhecidos como *fake reviews*, podem prejudicar a credibilidade das plataformas. Pesquisas realizadas por Silva e Almeida (2021) apontam que 32% dos consumidores brasileiros já se sentiram enganados por informações incorretas em avaliações online. Assim, embora as plataformas ampliem o acesso à crítica gastronômica, sua confiabilidade ainda é uma questão a ser aprimorada.

Os influenciadores digitais e *food bloggers* ganharam destaque como formadores de opinião no cenário gastronômico. Combinando imagens atrativas e descrições detalhadas, eles frequentemente transformam estabelecimentos em verdadeiros destinos turísticos. Segundo Ferreira (2019), os influenciadores são capazes de atingir públicos específicos, criando uma relação de proximidade que críticos tradicionais muitas vezes não alcançam.

Contudo, a falta de regulação e ética na produção de conteúdo é um ponto crítico. Alguns influenciadores são criticados por promoverem restaurantes em troca de benefícios, sem transparência com seus seguidores (Santos, 2022). Esse comportamento compromete a imparcialidade das recomendações e reforça a necessidade de critérios claros para distinguir conteúdo genuíno de publicidade.

Segundo Brandão (2020), a crítica profissional é baseada em critérios técnicos, como qualidade dos ingredientes, preparo, apresentação e coerência do menu. Por outro lado, opiniões leigas geralmente refletem experiências individuais, como atendimento ou ambiente, sem necessariamente abordar aspectos técnicos da gastronomia. Como observado por Oliveira e Menezes (2020), ambas têm seu valor: enquanto a crítica profissional eleva o padrão do setor, a opinião leiga conecta-se emocionalmente ao público.

Entretanto, a coexistência dessas perspectivas pode gerar conflitos. Um restaurante altamente avaliado por críticos pode ser mal compreendido por consumidores leigos que não possuem o mesmo referencial gastronômico. Assim, a convergência entre essas duas formas de crítica ainda é um desafio a ser explorado. O consumidor da era digital, embora disponha de ferramentas para exercer protagonismo, muitas vezes permanece passivo ao aceitar informações sem questionar sua veracidade ou contexto. Brandão (2020) argumenta que a facilidade de acesso às avaliações pode levar a escolhas automáticas, baseadas em tendências ou opiniões majoritárias.

Outrossim, consumidores engajados têm a capacidade de moldar narrativas gastronômicas ao compartilhar experiências autênticas e exigir transparência de influenciadores e estabelecimentos (Santos, 2022). A partir disso, emerge um consumidor híbrido: passivo em algumas situações, mas potencialmente protagonista quando utiliza as ferramentas digitais de forma crítica e consciente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crítica gastronômica tem se consolidado como uma ferramenta imprescindível de avaliação e recomendação dentro do setor alimentício, desempenhando papéis essenciais tanto para consumidores quanto para estabelecimentos gastronômicos. Ao longo deste artigo, foi possível observar que as contribuições da crítica vão além de simplesmente avaliar o sabor de um prato, abrangendo aspectos como o ambiente, o atendimento e a relação custo-benefício. Para os consumidores, a crítica funciona como um guia, oferecendo insights importantes sobre o que esperar de um restaurante ou de um novo prato, enquanto para os estabelecimentos, ela representa uma forma de visibilidade, reconhecimento ou até mesmo oportunidade de melhoria.

Além disso, as plataformas digitais e a ascensão dos influenciadores gastronômicos têm ampliado consideravelmente o alcance e a democratização da crítica, permitindo que qualquer indivíduo, com ou sem formação na área, possa compartilhar sua opinião e influenciar as decisões de consumo. No entanto, a convivência entre críticas profissionais e leigas, muitas vezes distantes em critérios e profundidade, gera uma tensão sobre como as avaliações devem ser interpretadas e utilizadas pelos consumidores.

O futuro da crítica gastronômica está intimamente ligado à evolução das plataformas digitais e ao crescente papel que as redes sociais desempenham na construção da reputação de um restaurante. A acessibilidade à informação permitiu que os consumidores se tornassem protagonistas na disseminação de suas opiniões, o que contribuiu para a criação de uma cultura de avaliação constante e colaborativa. Contudo, também surgem questões como a autenticidade das avaliações e a crescente pressão sobre críticos e influenciadores para manter uma relação ética com os estabelecimentos que avaliam.

De todo modo, a tendência consiste em que a crítica gastronômica se torne ainda mais interativa, com a participação ativa dos consumidores na construção de narrativas de experiência, por meio de plataformas como Instagram, TikTok, Google Reviews e outras. No entanto, essa evolução requer também uma maior conscientização sobre os impactos que uma crítica pode ter, não só sobre os negócios, mas sobre a experiência coletiva de consumo e o próprio processo de formação de gosto e identidade cultural.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, C. *A arte de comer bem: crítica e gastronomia na contemporaneidade*. São Paulo: Editora Senac, 2010.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2010.

BRANDÃO, C. M. *O papel do consumidor na era digital*: desafios e possibilidades**. São** Paulo: Editora Gastronômica, 2020.

DE CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A Invenção do Cotidiano*: fazeres e saberes. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

FERREIRA, A. F. Influência digital na gastronomia: entre tendências e responsabilidade. *Revista de Estudos Gastronômicos*, v. 8, n. 3, p. 45-63, 2019.

FERREIRA, Ana Cláudia. O papel da crítica gastronômica na era digital: desafios e oportunidades. *Revista Brasileira de Gastronomia*, v. 12, n. 3, p. 45-60, 2019.

FINKELSTEIN, J. *Dining Out*: A Sociology of Modern Manners. Cambridge: Polity Press, 1989.

FLORES, Carlos. Gastronomia e turismo: uma relação simbólica*. Revista de Estudos Turísticos,* v. 15, n. 1, p. 23-35, 2018.

HADEN, R. *Food Culture in the Pacific Islands*. Westport: Greenwood Press, 2018.

JOHNSTON, J.; BAUMANN, S. *Foodies*: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape. 2. ed. New York: Routledge, 2015.

LANG, T.; HEASMAN, M. *Food Wars*: The Global Battle for Mouths, Minds, and Markets. London: Earthscan, 2004.

LE COUTEUR, Paul. *The Evolution of Food Media in the 21st Century*. London: Gastronomy Studies, 2020.

MACHADO, Renata. A integração entre gastronomia e turismo no Brasil: desafios e perspectivas. *Revista de Estudos Brasileiros*, v. 8, n. 2, p. 78-92, 2020.

MONTANARI, Massimo. *Comida como Cultura*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2008.

OLIVEIRA, J.; MENEZES, R. Crítica gastronômica e consumo digital: dilemas contemporâneos**.** Porto Alegre: Editora Sabores, 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT*). Relatório Global sobre Gastronomia e Turismo*. Madrid: OMT, 2019.

PARKER, Carla. *Digital Food Criticism*: New Paradigms in Gastronomy and Technology. Oxford: Culinary Press, 2019.

POLLAN, M. *The Omnivore's Dilemma*: A Natural History of Four Meals. New York: Penguin Press, 2006.

PRADO, Luiz; LIMA, Juliana. Sustentabilidade e gastronomia: desafios para o futuro do mercado. *Cadernos de Gastronomia Sustentável*, v. 5, n. 1, p. 11-27, 2022.

REICHL, R. *Garlic and Sapphires*: The Secret Life of a Critic in Disguise. New York: Penguin Random House, 2005.

SANTOS, P. L. A ética na crítica gastronômica digital. *Caderno de Ética e Comunicação*, v. 15, n. 2, p. 78-91, 2022.

SILVA, L.; ALMEIDA, T. Avaliações online na gastronomia brasileira: confiabilidade e desafios. *Estudos em Gastronomia*, v. 10, n. 4, p. 34-50, 2021.

SILVA, Carla. A ascensão da gastronomia brasileira no cenário internacional. *Revista Sabores do Brasil*, v. 10, n. 4, p. 35-48, 2021.

SYMONS, Michael. *A História da Gastronomia*: do fogo às estrelas. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

TRUBEK, A. B. *Haute Cuisine*: How the French Invented the Culinary Profession. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2000.