

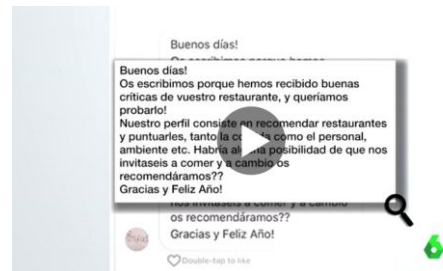
👉 [<http://bit.ly/2nLaFS4>]

3 de febrero de 2018

Comer por la cara en los mejores restaurantes a cambio de una buena crítica, la nueva moda que critican los grandes chefs

Cada vez hay menos críticos gastronómicos profesionales y más blogueros o instagramers que quieren entrar en el negocio de la alta cocina. Algunos cocineros agradecen la publicidad en redes, pero otros piensan que se pierde seriedad y profesionalidad.

Dabiz Muñoz, con tres estrellas Michelin, recibió una petición muy habitual hoy en día. Un bloguero gastronómico le propuso en un mensaje privado lo siguiente: "Os escribimos porque hemos recibido buenas críticas de vuestro restaurante, y queremos probarlo! Nuestro perfil consiste en recomendar restaurantes y puntuarles, tanto la comida como el personal, ambiente etc. Habría alguna posibilidad de que nos invitaseis a comer y a cambio os recomendáramos?? Gracias y Feliz Año!".



Harto de peticiones similares con gente que tiene menos seguidores que él mismo, el chef lo denunció en su Twitter respondiendo: "Pues así está el patio. Vaya Jungla ésta...".

"Ahora mismo es más recurrente este tipo de cosas que la gente profesional que realmente quiere hacer de esto algo serio", explica Iván Martín, bloguero profesional gastronómico (@mesade2).

Los propios blogueros gastronómicos experimentados como él reconocen que cada vez hay más gorriones en el mundo culinario. Iván asegura que alguna vez le han invitado pero que es mejor pagar para valorar con libertad la comida: "Al final está claro que cuando te invitan en un restaurante no esperan una crítica mala, porque para eso te invitan".

Para el chef del restaurante 'Desencaja', Iván Sáez, la percepción con la que se va el crítico cuando le invitan "no es real", porque "si no pagas lo que vale no lo puedes ver con la perspectiva adecuada".

"Con todo su arte, con muy poca humildad y con muchas ganas se presentan en el restaurante y les dicen 'hola quiero comer gratis, por favor, y te voy a sacar una foto'", relata **Isabel Aires**, directora de 'Aires News Comunicación'.

Es cierto que Internet es una buena manera de publicitar un restaurante, pero algunos chefs insisten en que hay que ser siempre profesional, hasta en las redes sociales.

