

# NEO2

I'M INTO CREATIVITY  
Febrero 2012 4€/Spain

Austria: 8€  
Canarias: 4,20€  
España: 4€  
France: 6,50€  
Germany: 9,70€  
Italy: 4,90€  
Uk: 5,99£



Grant  
Achatz  
guest creative

00110  
9 771138 562005

# GUEST CREATIVE GRANT ACHATZ

*Beethoven compuso una de sus mejores sinfonías estando sordo. Un consuelo remoto al que Grant Achatz, actualmente el número seis en el ranking de los mejores chefs del mundo, se agarró como a un clavo ardiendo cuando, en julio de 2007, un carcinoma detectado en su paladar amenazó con destruir todo cuanto había conseguido a través de quince años de entregado entusiasmo. Una noticia devastadora ante la cual el joven Achatz renunció a apostar sobre seguro y optó por un tratamiento revolucionariamente agresivo que, en caso de llegar a buen puerto, devolvería a sus papilas gustativas el carácter visionario que tanto le había ayudado en su brillante trayectoria en The French Laundry, Trio, y Alinea, su largamente anhelado restaurante propio. Hoy, Achatz no sólo ha superado el cáncer y disfruta plenamente de todos sus sentidos vitales, sino que lidera la wishing list de todo gourmet norteamericano: los tickets para Next, su segundo restaurante en Chicago, alcanzan los 500 dólares en el mercado negro. Considerado unánimemente como uno de los popes de la gastronomía molecular, término con el que no termina de simpatizar, Grant es la viva encarnación de la superación y la renovación, cualidades que definen también su aportación a los anales de la cocina.*

POR: RAMÓN FANO, RUBÉN MANRIQUE, JAVIER ABIO, TERE VAQUERIZO & PEDRO PAN.

FOTOS: MARC REGAS

EDITOR 071





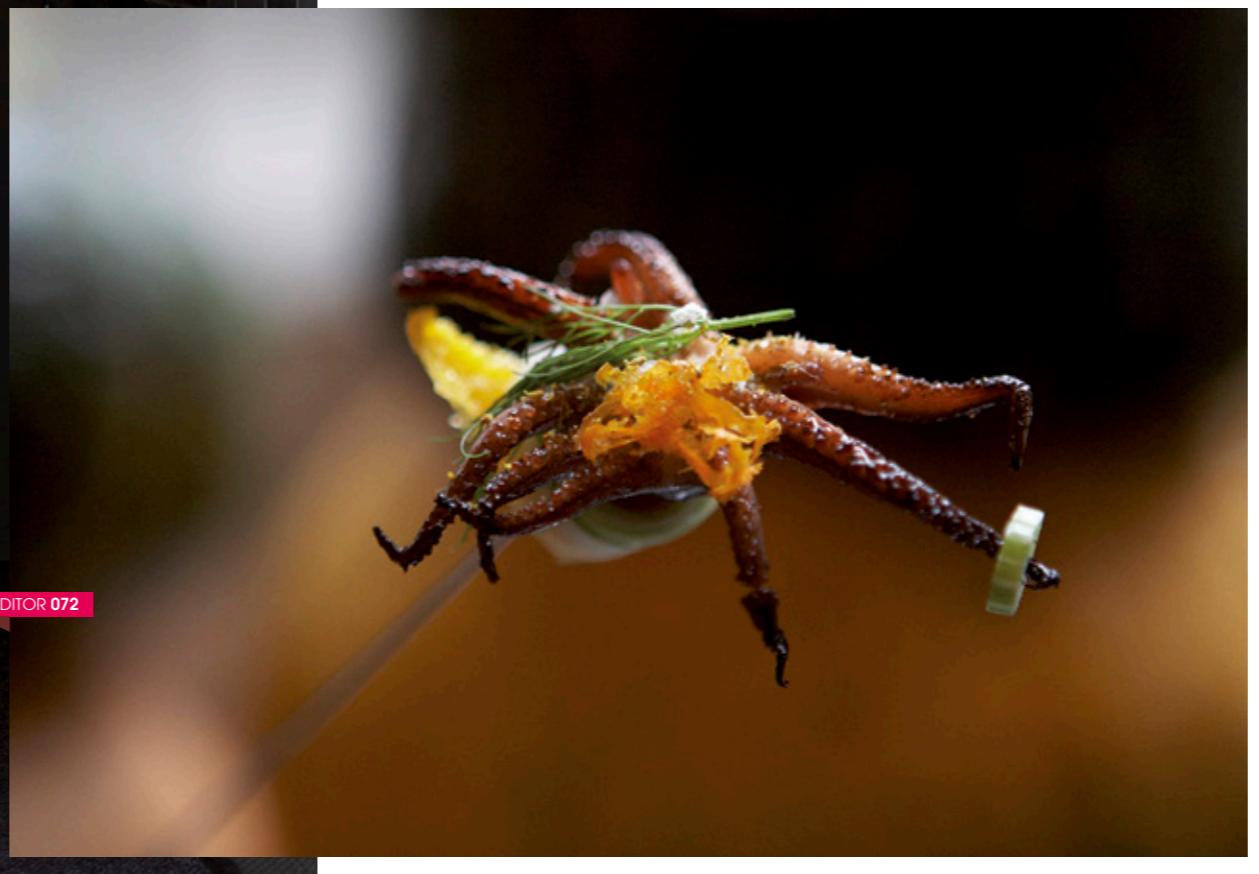
QUEST CREATIVE

TEXTO: CARMEN COCINA

073

*Resulta paradójico que fijar una cita con alguien tan poco dado al divismo como Grant Achatz sea una tarea prácticamente titánica: su tiempo se cotiza a precio de diamante. No sólo porque constituye una de las figuras más solicitadas por la prensa especializada, sino porque su frenética actividad en Alinea, Next y Aviary, los tres locales que actualmente llevan su sello, apenas le deja margen para quehaceres menores. Es sábado por la tarde, y las seis franjas horarias que separan Madrid de Chicago contrastan con la cálida cercanía de la voz que emana del otro lado del teléfono. Su discurso revela a un profesional emprendedor, tenaz, entusiasta y curioso, y destila una gratitud que salpica tanto a su mentor, Thomas Keller, como a su socio, Nick Kokonas, su equipo y su clientela. Amigo de los suyos y enemigo de las etiquetas, Achatz se encuentra en el momento de recoger lo que ha sembrado. Y, en su caso, no puede existir uno mejor.*

**VOCACIÓN:** "La hostelería es una tradición largamente abrazada por mi familia. Mis padres abrieron su primer restaurante en Michigan cuando yo tenía cinco años y puede decirse que crecí en él, ayudándoles paulatinamente en lo que me permitían mis posibilidades. Me hicieron empezar desde abajo: de friegaplatos pasé a pinche y de ahí a las cacerolas. La cocina me fascinaba tanto que cuando terminé el instituto decidí pasar de la Universidad y adquirir formación reglada en Cocina". **FORMACIÓN:** "Cuando ingresé en el Culinary Institute of America (Nueva York) era muy joven, sólo tenía 17 años. Mi verdadera inmersión en la realidad del negocio llegó cuando, a los 22, entré a trabajar con Thomas Keller en su restaurante The French Laundry en Yountville, California. Él fue mi mentor durante esos años de formación y me siento muy afortunado por haber podido contar con él. Es un hombre que predica con el ejemplo: siempre era el primero en llegar al restaurante y el último en marcharse. Si algo aprendí de él, por encima de cualquier técnica, receta o plato, es que el compromiso, la dedicación y la pasión son imprescindibles para que las cosas funcionen. Fue él quien me enseñó a condimentar y a entender cómo la comida y el sentarse a cenar pueden ser una experiencia emocional y, por lo tanto, arte". **Tras esos cuatro años en The French Laundry, Achatz fue contratado como Chef Ejecutivo en Trio (Evanston), que por entonces gozaba de la categoría cuatro estrellas.** En 2001, dos años después de su llegada, Trio recibió su quinta estrella y Achatz fue proclamado Cocinero Revelación por la James Berad Foundation, una de las instituciones culinarias con mayor pedigree de Estados Unidos. Su siguiente paso: la apertura, junto a su socio Nick Kokonas, de Alinea, su restaurante propio, que pronto fue catalogado como cuatro estrellas en Chicago Tribune y Chicago Magazine. **ALINEA:** "Siempre supe que algún día tendría mi propio restaurante, y si no lo hice antes, fue porque no disponía de dinero para ello. Afortunadamente conocí a Nick Kokonas, mi mano derecha en Alinea, quien me ayudó a buscar inversores para el proyecto". **Alinea**



abrió sus puertas en 2005 en el área residencial de Lincoln Park (Chicago), a apenas dos manzanas de la célebre Steppenwolf Theatre Company. El restaurante se aloja en un modesto edificio de ladrillo gris, sin más señal que lo identifique que el número de la calle. Una vez dentro, el restaurante no tiene barra ni hall, y las mesas una capacidad máxima de 64 comensales. "La intención es despertar la intriga en los clientes. Habría sido fácil decantarse por una decoración exterior opulenta y compleja, pero esta simplicidad lleva a la gente a sorprenderse y plantearse si ha dado realmente con el lugar indicado y por qué no hay un cartel que lo señale. De esta manera, consigo despertar determinadas emociones en el cliente antes incluso de que entre en el restaurante". **MENÚ:** "Mis cenas consisten en un menú degustación de aproximadamente 18 platos, que renuevo cada tres meses, coincidiendo con el cambio estacional. La larga lista de platos incluidos en el menú y la diversidad de los ingredientes utilizados exigen para su elaboración una dedicación extraordinaria. En estos momentos tengo a 25 chefs en cocina, con los que trabajo hasta catorce horas al día. Lo más laborioso es mi papel de formador de los chefs para que se adapten al modus operandi de Alinea. La instrucción consiste en demostraciones prácticas de la elaboración de los platos, supervisadas por un chef de confianza. Pero, básicamente, cocinamos todo entre todos".



GUEST CREATIVE

**AMBIENTACION:** "He confiado la decoración de Alinea al diseñador y escultor Martin Kastner y al diseñador de interiores Tom Stringer. La ambientación tiene una repercusión inmediata en la experiencia gastronómica. De la misma manera en que el escenario determina, en gran medida, la impresión que nos provoca una obra de teatro, en un restaurante tienen mucho peso la distribución de las mesas, la ausencia de ruidos, la iluminación, el color de las paredes... Esta combinación de factores despierta en el comensal determinadas emociones (alegría, entusiasmo, intimidad...), teniendo como objetivo el subrayar a través del resto de los sentidos las sensaciones que percibimos a partir del gusto". **NEXT:** "Es mi segundo restaurante en Chicago, lo abrí en abril de 2011. Al margen del tipo de cocina, lo que lo hace diferente y único es su sistema de tickets: en lugar de reservar mesa y pagar tras la comida, en Next vendemos tickets por un determinado valor y para una determinada fecha, de la misma manera en que las compañías aéreas venden sus billetes. Ideé esta fórmula porque elimina las sorpresas a la hora de pagar la cuenta, debidas a costes añadidos que el comensal

no ha sabido prever. En cuanto a la cocina, funciona por etapas, y en cada una de ellas me inspiro en un lugar y un momento determinados. Así he creado menús como "Paris en 1906", "Sicilia en 1949", y otros más conceptuales como "Hong Kong en el futuro" o "Childhood 1985", en la que me retrotraigo a mis recuerdos de infancia. Mi mano derecha en este restaurante es Dave Beran". **THE AVIARY:** "Como complemento a Next y Alinea está Aviary, un bar de cócteles que comparte con los anteriores su filosofía de 'autor' y vanguardista. El chef Craig Schoettler asume en él las intenciones diarias". **PLURIEMPLEO:** "A veces, la forma en la que divido mi tiempo para hacerme cargo correcta y equilibradamente de mis tres locales supone todo un dilema. Alinea es el que más dedicación requiere, y en él trabajo todos los días. A Next suelo ir día sí, día no, y a Aviary

una o dos veces por semana. Por fortuna, los tres están bastante cerca: Alinea en Lincoln Park, zona exclusiva de gente adinerada, y Next y Aviary a unos diez minutos en coche, en Meatpacking District, un área más bohemia pero en pleno crecimiento gracias a la proliferación de pequeños negocios. Lo más positivo es que en esta segunda área el perfil del cliente es el mismo que en Alinea, gente con dinero que puede hacer mucho por el crecimiento del vecindario". **GASTRONOMÍA MOLECULAR:** En la jerga de la profesión, la gastronomía molecular se define como la aplicación de la ciencia a la práctica culinaria. El objetivo es estudiar y utilizar las propiedades físico-químicas de los alimentos y los procesos tecnológicos aplicables a ellos para crear texturas y sabores nuevos, todo ello en función de los ingredientes seleccionados y las mezclas que se hagan entre ellos. Algunos de estos procesos son el batido, la gelificación o el aumento de viscosidad, gracias a los cuales los alimentos pueden transformarse en espumas, emulsiones, geles y un amplio etcétera de texturas y presentaciones. Sin embargo, y a pesar de que la crítica especializada lo sitúa como una de las figuras más insignes de esta filosofía culinaria, Achatz siempre ha manifestado su rechazo a este término. "No creo que la expresión sea adecuada. De hecho, no conozco a ningún chef a quien le guste. Hacemos lo que hacemos... Desconozco cuál sería la clasificación genérica adecuada, y dudo mucho que ésta sea necesaria. En mi caso, lo que me define es mi curiosidad en la cocina. Por ejemplo, solía enrollar rodajas de pepinillo alrededor de las patatas fritas, o añadir ingredientes insólitos al puré de patatas del restaurante casero de mis padres. De todas formas, creo que el término 'experimentación' tampoco es apropiado. Las combinaciones de sabor inusuales lo son sólo porque habitualmente no se utilizan, no porque sean un experimento en toda regla. Las probamos y funcionan; si no fuera así, no las serviríamos. Creo que la palabra 'exploración' es la más adecuada: exploramos constantemente nuevas formas de cocinar, combinar y presentar la comida. En ocasiones, este enfoque requiere el apoyo de la ciencia para lograr nuestros objetivos, pero la mayor parte de las veces la base es la intuición del cocinero".



**COOKTEK:** "Es la marca de tecnología culinaria a la que he recurrido para crear un espacio de trabajo flexible, en el que cada cocinero pudiese manipular sus propios utensilios, liberándolos de las restricciones que supone limitar cada espacio a una sola técnica culinaria. La experiencia de Cooktek en la creación y acondicionamiento de cocinas me permitió preparar mi espacio para la instalación de fuentes portátiles de calor por inducción, además de proporcionarme estas fuentes en sí mismas. Los diseños, ingeniería y manufactura de Cooktek han sido vitales para la creación de un espacio armónico y cómodo para nuestro trabajo".

**POLYSCIENCE:** "Su experiencia como fabricantes de equipos de control de temperatura ha sido determinante para la reproducción de algunas de sus aplicaciones en la preparación de los platos que servimos en Alinea. Esta empresa nos ha proporcionado las máquinas al vacío, que extraen el aire de los alimentos de cara a su manipulación o envasado, y el AntiGriddle ('Anti-Plancha'), una patente que describe una superficie sobre la que cocinar que consigue temperaturas por debajo de los 50 grados centígrados, lo que nos permite crear texturas únicas congelando instantáneamente los ingredientes. Otras aportaciones de la Polyscience son los emulsionantes de alta velocidad, los circuladores (calentadores de agua a temperaturas precisas) y los freeze-dryers (secadores de hielo, sirven para absorber rápidamente la humedad y conseguir texturas crujientes). Todas estas técnicas hacen posible la creación de platos, sabores y texturas inimaginables hace tan sólo unos años. Su aportación resulta fascinante, y continúo colaborando con ellos



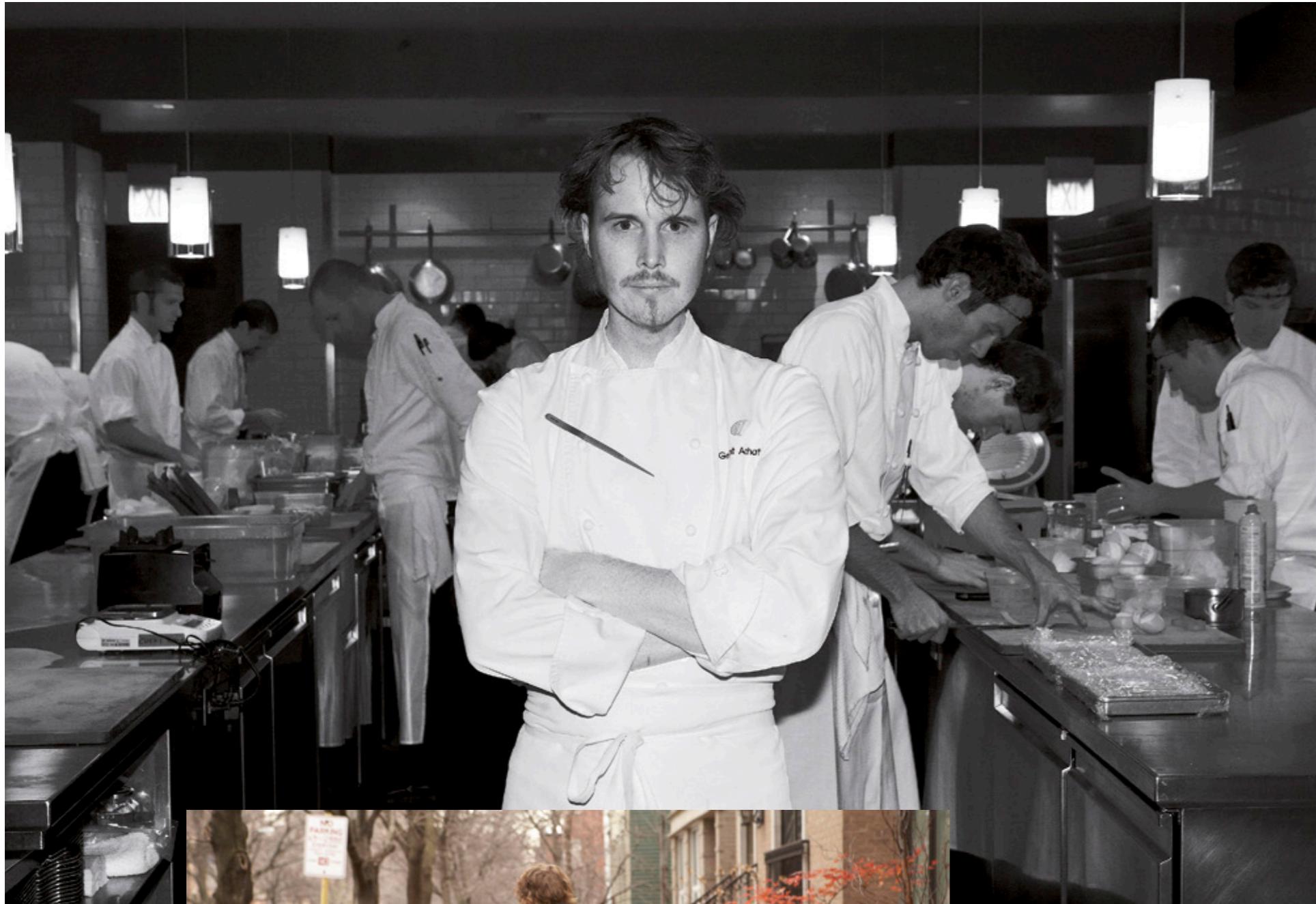
## GUEST CREATIVE



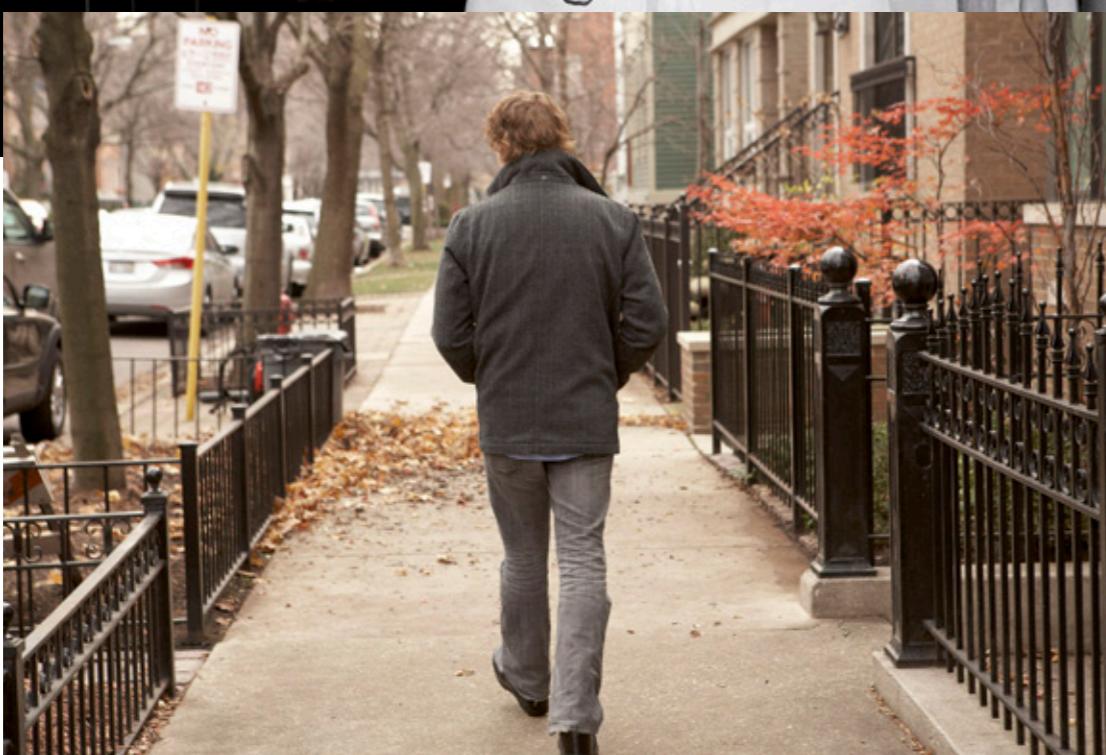
EDITOR 077

en la ideación y desarrollo de nuevas tecnologías aplicables a la gastronomía". **CÁNCER:** En julio de 2007 un equipo de médicos detectó en el paladar de Achatz un cúmulo de células cancerosas que podrían haberse extendido a sus nódulos linfáticos. Un diagnóstico demoledor, especialmente teniendo en cuenta la profesión de Achatz, para cuyo sentido del gusto podían resultar perjudiciales la radioterapia y la cirugía. "Perdí el sentido del gusto durante un año, y parte de la prensa especializada dio al tema un enfoque muy fatalista, temiendo que jamás lo recuperara. Pero mucha gente tiene una concepción errónea acerca del papel del chef. Gran parte de lo que hago es conceptualizar. No estoy todo el día a los fogones, cocinando para decenas de personas: es imposible. Y durante los seis meses que estuve enfermo, nunca dejé de idear nuevos platos, aunque ninguno haya pasado a formar parte de la carta. Afortunadamente, pude contar con la ayuda de aquellos en quienes confiaba: en Alinea cuento con un gran equipo y su reacción fue increíblemente positiva. De hecho, todos sabían que para mí lo más duro no era la amenaza del cáncer, sino el tener que privarme de acudir al restaurante por razones médicas". En diciembre de 2007, Achatz había ganado la batalla al cáncer gracias a un agresivo tratamiento de quimioterapia y radiación, que consiguió frenar su avance y erradicarlo definitivamente sin necesidad de cirugía. **LIFE.** **ON THE LINE:** "Durante los meses que duró mi tratamiento escribí este libro, publicado en 2009 por Gotham Books. Al principio fue difícil, porque no he ido a la universidad y en la escuela culinaria no te enseñan a hacer este tipo de cosas. Por eso, la aportación de mi socio y amigo Nick Kokonas, co-autor de la obra, fue crucial para llevarlo a cabo. Él escribía una sección y me la enviaba, yo la leía, le enviaba mi feedback y nos editábamos el uno al otro. Intercambiábamos e-mails constantemente. Leer su percepción de mi enfermedad, desde su perspectiva externa, me ayudaba a darme cuenta de mi propia vivencia con ella. En mi vida, rara vez me paro a mirar atrás. Siempre me fijo metas y trato de alcanzarlas tan pronto me es posible. No suelo tener tiempo para el autoanálisis. En este sentido, el libro ha resultado catártico, y me permitió reflexionar sobre las elecciones que hasta entonces había tomado".

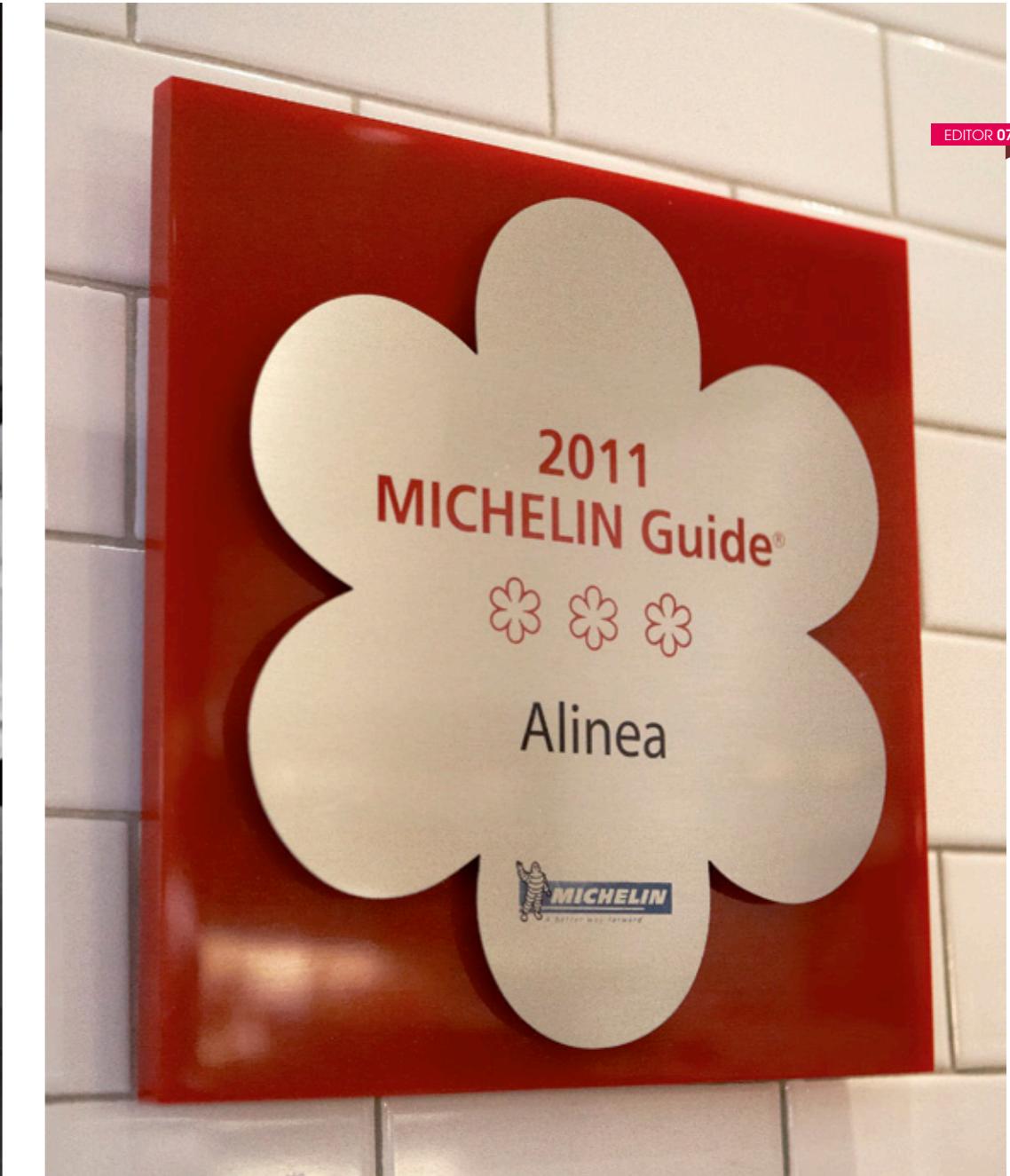
**"PERDÍ EL SENTIDO DEL GUSTO DURANTE UN AÑO, Y PARTE DE LA PRENSA ESPECIALIZADA DIO AL TEMA UN ENFOQUE MUY FATALISTA, TEMIENDO QUE JAMÁS LO RECUPERARA"**  
**(Grant Achatz)**



GUEST CREATIVE



**“ESTAMOS EN EL PUNTO DE MIRA DEL MUNDO CULINARIO, PARA QUIENES SOMOS FUENTE DE IDEAS E INSPIRACIÓN. SE ESPERA DE NOSOTROS QUE NOS RENOVEMOS CONSTANTEMENTE, Y A VECES NO RESULTA FÁCIL”. (G.A)**



**ÉXITO:** “Para mí, lo más gratificante es constatar que tengo hasta 90 personas por noche entusiasmados ante la perspectiva de cenar en Alinea. Es cuanto un chef podría desear. Es cierto que supone una cierta presión por mantener el nivel y que nada falle, ya que siempre nos hemos definido como un restaurante en constante reciclaje. Y hemos de ceñirnos a ello. No vamos a relajarnos y servir cíclicamente los 350 platos que ya hemos creado; no. Estamos en el punto de mira del mundo culinario, para quienes somos fuente de ideas e inspiración. Se espera de nosotros que nos renovemos constantemente, y a veces no resulta fácil”.

**FAMA:** “El peligro de dejarte devorar por ella arranca cuando empiezas a leer lo que la prensa dice de ti. A partir de ahí, aquello que te ha llevado a donde querías estar puede comenzar a erosionarte. Y de repente, te encuentras volando de Los Ángeles a Nueva York para salir en la tele. Pero entonces, ¿quién controla lo que ocurre en tu restaurante? Caer en la tentación de convertirse en una estrella puede ser enormemente contraproducente. Desde luego, yo no tengo ningún interés en ello”

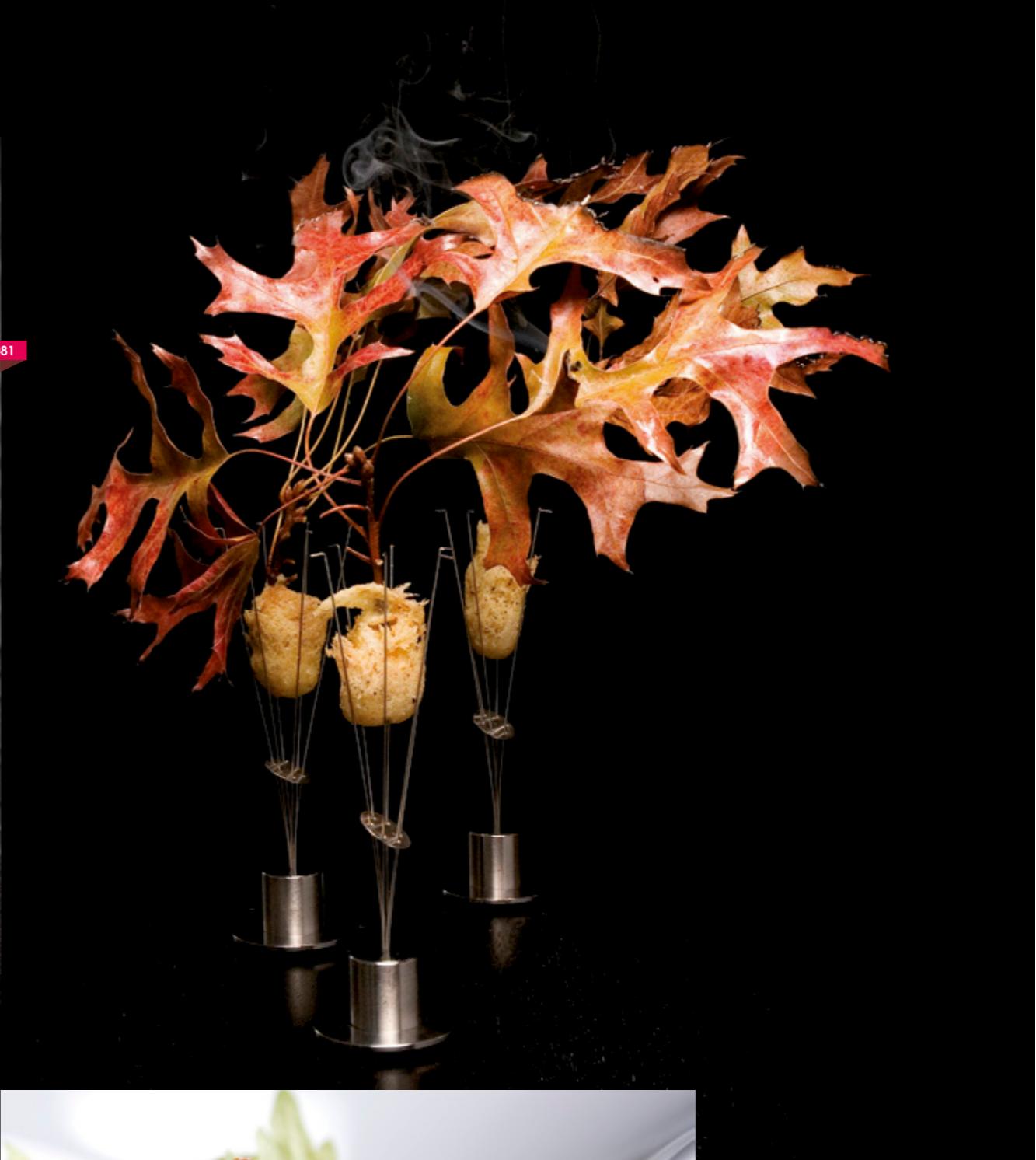
<[www.alinea-restaurant.com](http://www.alinea-restaurant.com)>  
<[www.nextrestaurant.com](http://www.nextrestaurant.com)>  
<[www.theaviary.com](http://www.theaviary.com)>



Erizo de mar de vainilla, chile y menta



Champiñón maitake con ternera de kobe, vinagre de jerez y tomillo



Faisán de manzana, chalota, aroma de hojas de roble quemadas



Frutos rojos del jardín, madurados al sol, unas gotas de aceite de oliva virgen y lima. Burbujas frías de remolacha.





Bourbon de patata dulce, azúcar moreno y canela quemada

**“LAS COMBINACIONES DE SABOR INUSUALES LO SON SÓLO PORQUE HABITUALMENTE NO SE UTILIZAN, NO PORQUE SEAN UN EXPERIMENTO EN TODA REGLA. LAS PROBAMOS Y FUNCIONAN; SI NO FUERA ASÍ, NO LAS SERVIRÍAMOS”. [G.A]**



Mantequilla de patata caliente y fría, parmesano y trufa

# STYLE

TEXTO: MONGÓMERI

Grant Achatz se ha convertido en una auténtica celebrity. No solo por motivos profesionales. Además de ser el embajador norteamericano de la gastronomía molecular, y regentar restaurantes con menús y sistemas de reservas innovadores, superó un cáncer oral. Hazaña que compartió con el mundo a través de Oprah Winfrey y un libro publicado en 2011, "life, on the line". Lo cual nos lleva a re-clasificar a este creador dentro de la categoría de "vidas ejemplares". Y como tal, nos interesan hasta los más mínimos detalles que conforman el estilo Grant Achatz. ¿Qué móvil usa? ¿Tiene tablet?, ¿cuál? ¿Qué colonia lleva? ¿Con qué se hidrata la cara? ¿Lleva gafas de sol? ¿Cuáles son sus marcas de moda favoritas? Pues bien, obtuvimos las respuestas. Es un chico Apple. Su móvil es un iPhone. Tiene tablet, un iPad. Su fragancia es Comme des Garçons. Grant cuida todas sus células epiteliales y capilares con Alba Botanica, marca estadounidense, 100% natural, del grupo The Hain Celestial. Cuando sale el sol se pone o unas gafas Ray-Ban o unas de Ermenegildo Zegna, marca de la que es totalmente devoto, de la cabeza a los pies. Los cuales calza, por supuesto, con zapatos de la marca italiana, pero también con diseños de Paul Smith y Yohji Yamamoto (aunque también le gustan los Louis Vuitton de nuestra propuesta). En un plano más informal, Grant Achatz opta por las suelas de goma con estilo british de los modelos Fred Perry, o por las zapatillas K-Swiss de estilo vintage diseñadas por el norteamericano Billy Reid. Y salvo que esté en la cocina, con uniforme de trabajo, a este famoso chef de 38 años le verás habitualmente en jeans: por ejemplo, unos Levi's estrechos y rectos, o unos Gap 1969, línea premium denim de la marca californiana nacida, precisamente, en ese año tan voluptuoso, al menos en términos gráficos. En la siguiente doble página, Ermenegildo Zegna y Paul Smith, las dos firmas preferidas de nuestro Guest Creative.



Z ZEGNA Foto: Estrop / Francesc Tent



PAUL SMITH Foto: Estrop / Francesc Tent



LOUIS VUITTON Foto: Estrop / Francesc Tent



RAY-BAN <[www.ray-ban.com](http://www.ray-ban.com)>



iPhone 4S APPLE + Gafas ERMENEGILDO ZEGNA



Z ZEGNA Foto: Estrop / Francesc Tent



Z ZEGNA Foto: Estrop / Francesc Tent



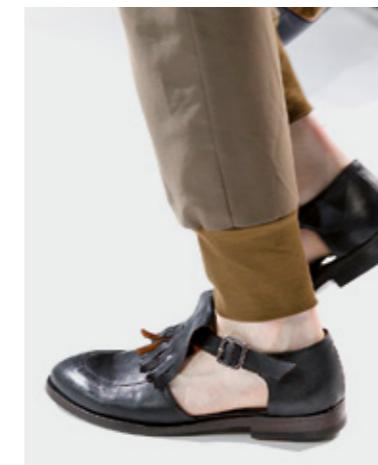
PAUL SMITH Foto: Estrop / Francesc Tent



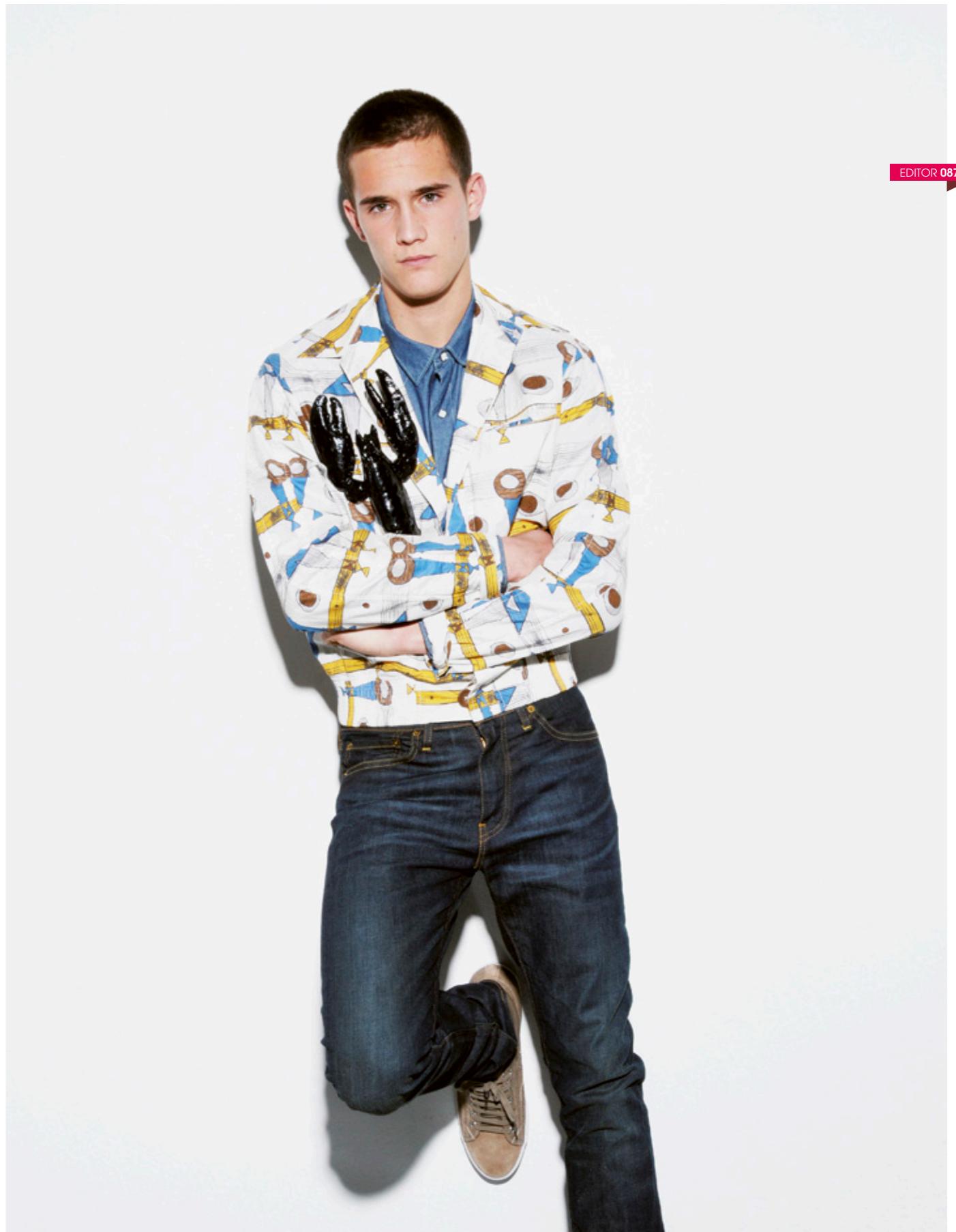
ERMENEGILDO ZEGNA Foto: Estrop / Francesc Tent



Zapatos Vuitton



PAUL SMITH Foto: Estrop / Francesc Tent



Look creado en base a algunas de las marcas preferidas de Grant Achatz: Cazadora Z ZEGNA <[www.zegna.com](http://www.zegna.com)> + Jeans & Camisa LEVI'S <[www.levis.com](http://www.levis.com)> + Broche Langosta IXONE ELZO <[www.ixoneelzo.com](http://www.ixoneelzo.com)> + Botas FRED PERRY <[www.fredperry.com](http://www.fredperry.com)>

Fotógrafo: JAVIER MORÁN Asistente Fotógrafo: LAURA JIMÉNEZ Estilistas: IGNACIO ARIZMENDI + MAR PULIDO  
Maquillaje: ELISA MAÑAS para Lancôme & L'Oréal Professionnel Modelo: JAVIER POLO d UNO Bcn Editor RAMÓN FANO

Z Zegna por Alessandro Sartori: Colección Primavera Verano 2012. Foto: Estrop / Francesc Tent. &lt;www.zegna.com&gt;

Paul Smith: Colección Primavera Verano 2012. Foto: Estrop / Francesc Tent. &lt;www.paulsmith.co.uk&gt;

# MOIDA

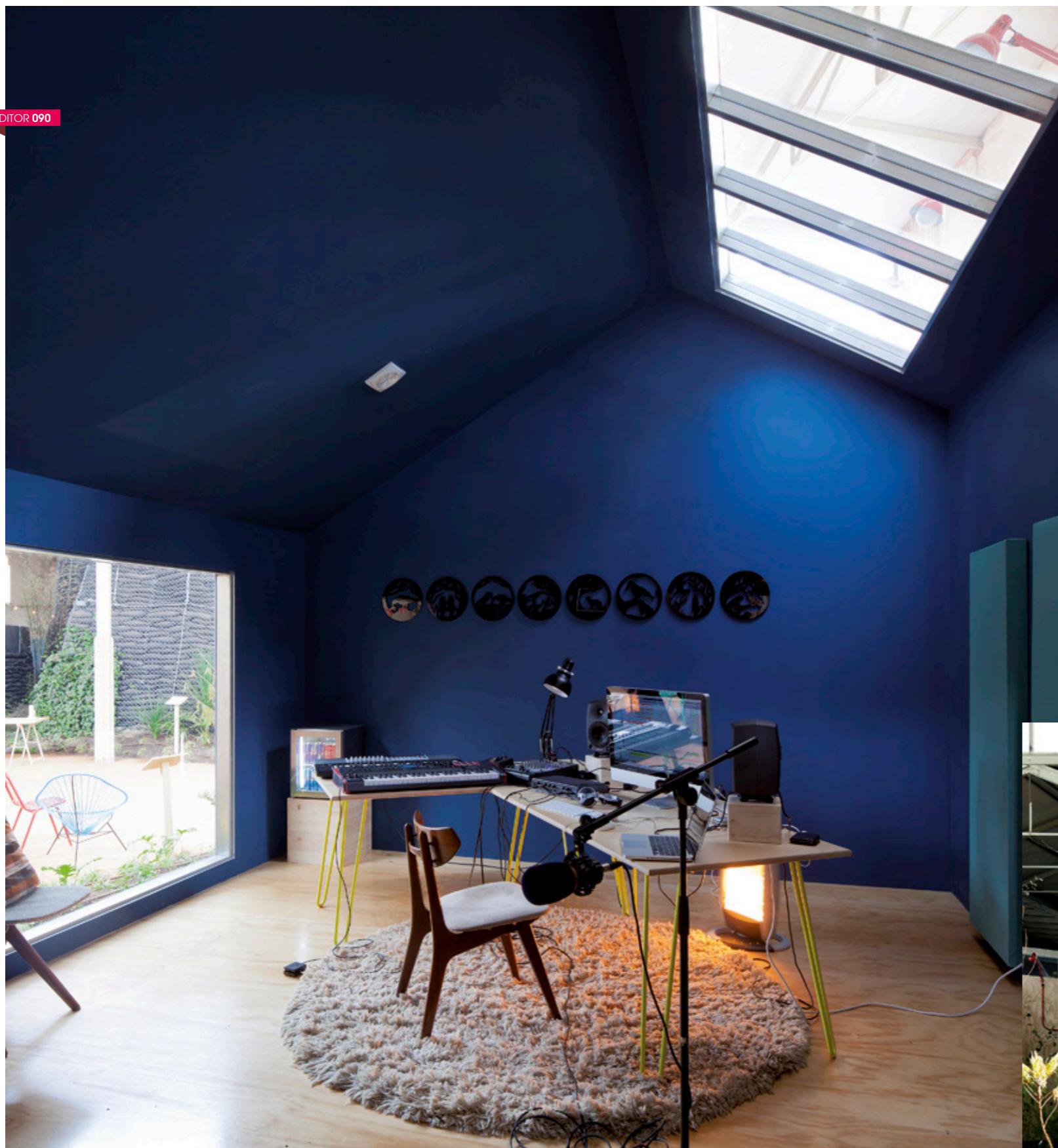
TEXTO: MONGÓMERI

La marca de ropa que más abunda en el armario y las maletas de Grant Achatz es Ermenegildo Zegna. Firma nacida en una de esas sagas familiares que dan sentido cualitativo al concepto Made in Italy. Lo que empezó en 1910 como una empresa de producción textil, se ha convertido en uno de los grupos italianos de moda masculina más sólidos de hoy en día, con el mérito añadido de permanecer en manos de la familia Zegna (o sea, el equivalente a ser una firma independiente). A pesar de la tradición en sastrería masculina, la marca ha sabido no solo evolucionar sutilmente del concepto del traje clásico al del contemporáneo, sino que ha incorporado nuevas líneas, más de calle, como Zegna Sport, o incluso más de moda como Z Zegna. Línea, esta última, dirigida a un público más joven y arriesgado, cuyo director creativo durante los últimos 8 años, Alessandro Sartori, abandona la casa tras ser fichado por el grupo LVMH para Berluti. Su sucesor es Paul Surridge y aunque no veremos su trabajo hasta la próxima temporada otoño invierno, seguro que sorprende. Desde luego, experiencia en la moda masculina internacional no le falta: 3 años como jefe de diseño para las colecciones masculinas de Calvin Klein, 4 años como diseñador senior para Burberry hombre y, por último, hasta 2011, responsable de las colecciones masculinas de Jil Sander con Raf Simons de director creativo. Esperemos que sea del agrado de Grant Achatz y de otros fans de la marca como Diego Luna, Adrien Brody o Daniel Brühl, a quien ya vimos vestido de Z Zegna en Neo2.



EDITOR 089

Aunque Grant Achatz recurre a Paul Smith principalmente para el tema del calzado, admite que, sobre la pasarela, la propuesta estilística para la primavera verano 2012 de la firma británica es la que más encaja con su estilo personal. El gran éxito de Paul Smith radica en la combinación de las claves de la sastrería tradicional con la extravagancia propia de un londinense. Su carrera dentro de la moda comienza en los años 70, como propietario, junto a Pauline Denyer, su mujer, de una pequeña boutique en Nottingham. Pocos años después, tras estudiar moda, ambos presentan su primera colección masculina en París. Actualmente la firma se ha diversificado, bajo la fórmula de las licencias, en 12 líneas, englobando colecciones de hombre y mujer dirigidas a diferentes perfiles, fragancias, accesorios... incluso mobiliario. Al igual que muchas estrellas del pop británico de su generación, ya conocemos todos la leyenda sobre los viejos rockeros, Paul Smith, con 66 años, aun participa de forma activa en el diseño de sus colecciones y otros proyectos. Eso sí, sin olvidar jamás la parte empresarial, una visión comercial que ha llevado a la marca a conservar su independencia y, a la vez, expandirse por todo el mundo. Un trabajo duro que fue reconocido en el año 2000 por la Reina de Inglaterra nombrando caballero al diseñador, a partir de entonces, Sir Paul, un fan de Patti Smith que viste a clásicos como Mick Jagger, Brian Ferry, David Bowie e, incluso, a políticos como Tony Blair. Por supuesto, gran parte del nuevo pop británico también lleva su firma, "pero no queremos promocionar nuestras colecciones a través de celebrities. Nuestros clientes son jóvenes arquitectos, diseñadores y escritores". Y también chefs, Sir Paul.



**“ESTE PROYECTO RESULTA INCREÍBLEMENTE INNOVADOR. CONSIDERO QUE ES UNA ESTUPENDA OPORTUNIDAD PARA LOS ARTISTAS PODER DISFRUTAR DE UN CONCEPTO TAN NOVEDOSO. ME ENCANTARÍA TENER ALGO COMO ESTO EN CHICAGO PARA APOYAR LA CULTURA .” (G.A.)**

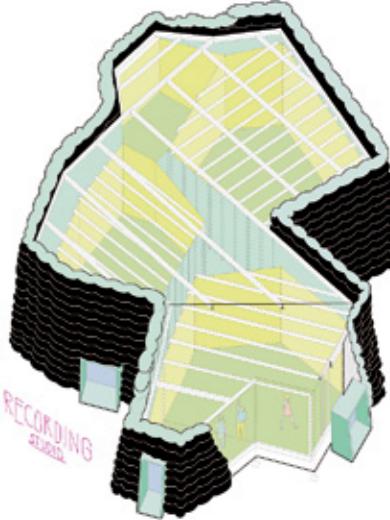
# ARQUITECTURA

GUEST CREATIVE

TEXTO: GONZALO HERRERO DELICADO + MARÍA JOSÉ MARCOS  
FOTOS: MIGUEL DE GUZMÁN + LUIS DÍAZ DÍAZ

La Red Bull Music Academy es un evento musical que se viene celebrando cada año en una ciudad distinta del mundo, sumando ya un total de 14 ediciones. Esta academia nómada selecciona y acoge a 60 participantes internacionales para generar un encuentro de músicos, productores y dj's que experimentan e intercambian conocimiento. En 2011, Tokio debía haber sido la ciudad que acogiera el evento, pero tras el terrible terremoto y posterior desastre de Fukushima, éste tuvo que cambiar de sede y buscar nueva ubicación. El espacio de creación de Matadero Madrid, un antiguo conjunto industrial de principios del siglo 20, fue el elegido para ser la nueva sede del evento, y el estudio encargado de diseñar el espacio interior de la Nave 15 de Matadero ha sido Langarita-Navarro Arquitectos, compuesto por María Langarita y Víctor Navarro. Tan sólo unos meses después de finalizar el proyecto de acondicionamiento y nuevo acceso del depósito de agua de Matadero Madrid para convertirlo en el Depósito de las especies; Langarita-Navarro recibieron el encargo y se pusieron manos a la obra para en unos pocos meses idear y construir este nuevo proyecto.

La Red Bull Music Academy se engloba en un ámbito más amplio, como la primera acción llevada a cabo para lo que en el futuro será la Nave de la Música, que albergará espacios de creación e investigación musicales y se ubicará en esta misma nave. El proyecto debía suponer un carácter efímero, ya que tras unos meses la instalación sería desmontada, y el impacto sobre la nave que lo albergara, tendría que ser el mínimo posible, siendo estas unas de las principales condiciones para el diseño. Este último parámetro es debido a que todas las edificaciones que se encuentran en el interior del recinto del espacio creación artística de Matadero, son edificios protegidos por el Ayuntamiento de Madrid. Por ello, los arquitectos no han podido alterar en ningún momento cualquiera de los elementos existentes en la nave, tales como la estructura metálica o la fachada de ladrillo. De este modo los nuevos equipamientos de la Red Bull Music Academy, se posicionan en el espacio interior que los alberga como elementos exentos e independientes, completando casi de manera aparentemente azarosa el espacio disponible.





# ARQUITECTURA

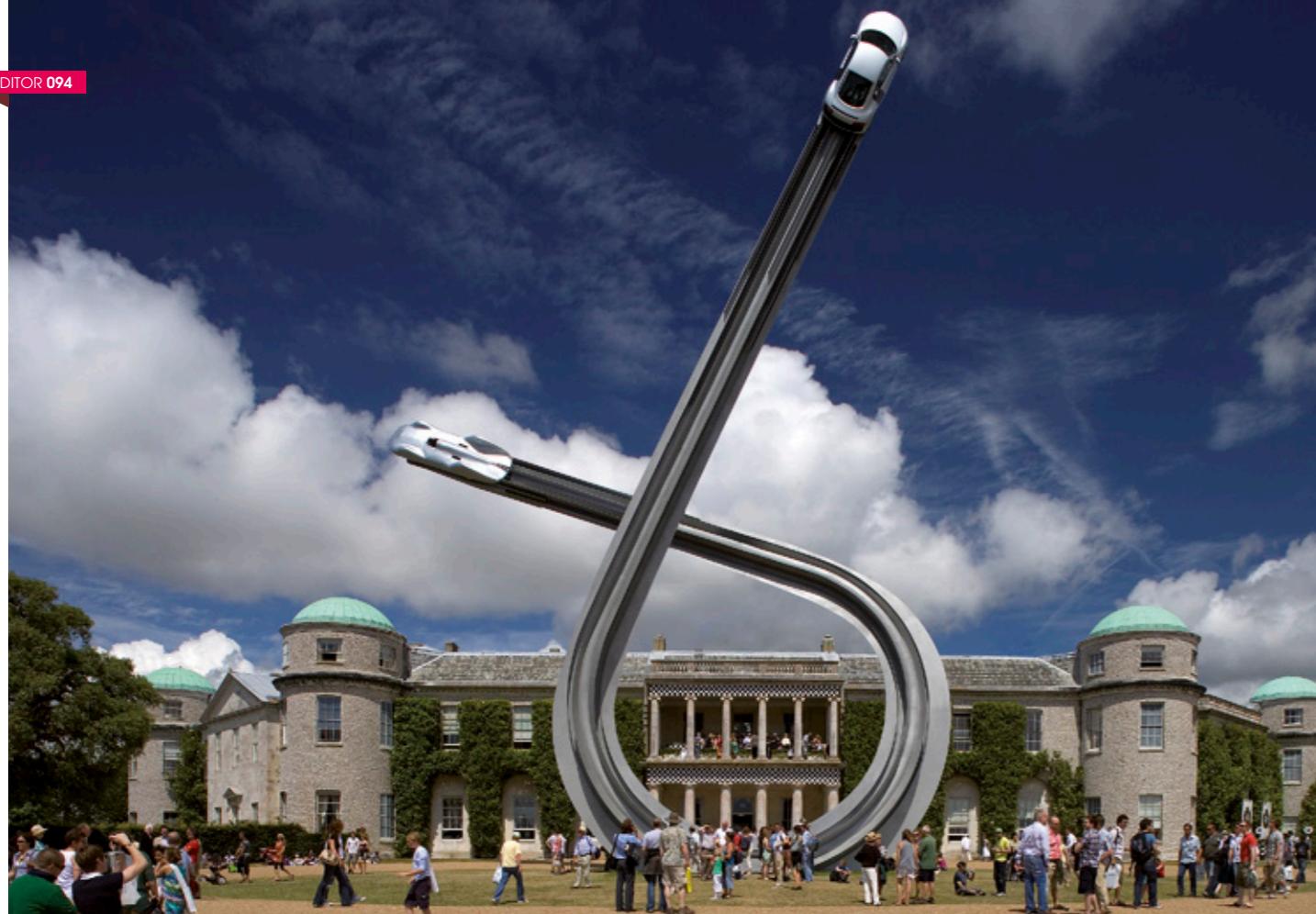
TEXTO: GONZALO HERRERO DELICADO + MARÍA JOSÉ MARCOS  
FOTOS: MIGUEL DE GUZMÁN + LUIS DÍAZ DÍAZ

Es por ello que los arquitectos explican su proyecto de la siguiente manera: "Con la misma lógica que una matraca rusa. No sólo en el sentido físico más literal, en el que uno queda incorporado en otro, sino también en un sentido temporal, en el que uno se da dentro de otro". El programa funcional requerido por la conocida empresa de bebidas energéticas, requería de unos espacios específicos, vinculados a las actividades que acogería, que se reparten en cuatro grandes grupos: los estudios de ensayo, los estudios de grabación, una zona de conferencias, radio y lounge, y por último un área de oficinas de gestión. El diseño de cada uno de los espacios ha sido concebido con una flexibilidad constructiva y espacial que ha permitido su reconfiguración, en caso de que esto fuese necesario en un futuro para absorber nuevas actividades o modificar las existentes. Las intervenciones más livianas son las que componen los estudios de ensayo y las oficinas. Estas están formadas por una serie de pequeñas cabañas insonorizadas que se elevan sobre una estructura metálica, generando una aldea. El espacio exterior que rodea las cabañas está definido por senderos de plantas ideados por el paisajista Jerónimo Hagerman. La plantación de las especies se ha realizado en macetas para, tras el desmantelamiento de la academia, trasplantarlas a otros espacios de Matadero o de la ciudad de Madrid. También existe espacio para el arte en Red Bull Music Academy, ya que dentro de esta ocupación, una serie de artistas contemporáneos de máxima tendencia han realizado su aportación mediante graffitis, cuadros y esculturas, que invaden por dentro y por fuera las cabañas y senderos. Las construcciones más pesadas han sido también ideadas bajo una condición reversible o para su posible reciclaje en el futuro. Éste es el caso de los espacios 'trinchera', marcados por un masivo cerramiento de sacos de tierra que aísla acústicamente, y se encuentran en tres espacios: la sala de conferencias, el estudio de grabación y el lounge. El aislamiento acústico que permite la independencia de actividades, se completa con unas cúpulas facetadas con estructura metálica y cerramiento textil. La Red Bull Music Academy de Langarita-Navarro se plantea como un ejemplo contemporáneo del patrimonio edificado, resolviendo con una excepcional arquitectura efímera el problema al que se enfrentan las ciudades europeas frente a la intervención y renovación de sus entornos construidos. Se podría establecer incluso un paralelismo entre este proyecto y el 'Fun Palace', diseñado por Cedric Price en 1961, donde el arquitecto proponía unas escenas constantemente reprogramables que se apoyaban en las nuevas tecnologías. La reflexión acerca de la pertinencia de este tipo de intervenciones es inminentemente necesaria, y la Red Bull Music Academy, un 'Fun Palace' contemporáneo, el modelo de actuación ejemplar al respecto.



GUEST CREATIVE

< [www.langarita-navarro.com](http://www.langarita-navarro.com) >  
< [www.imagensubliminal.com](http://www.imagensubliminal.com) >  
< [www.luisdiazdiaz.com](http://www.luisdiazdiaz.com) >



Impresionante escultura instalada en el Goodwood Festival of Speed de West Sussex con dos Audis a punto de despegar. Tiene una altura de 31 metros y pesa 44 toneladas.

# ARTE

TEXTO: AURÉLIEN LE GENISSEL

De entre las propuestas artísticas que nos comentó Grant Achatz nos quedamos con **Gerry Judah**, un artista que muestra perfectamente la especie de bipolaridad constante en la que tiene que vivir el mundo del arte (y de la cultura en general), debatiéndose al mismo tiempo con el mercado y con la realidad estético-social. Decimos esto porque el trabajo de Gerry se divide de manera nítida y sorprendente en dos estilos que parecen antagónicos e irreconciliables. Por una parte las impresionantes y monumentales esculturas que lleva años creando para el Goodwood Festival of Speed, un evento dedicado al mundo del motor. Unas construcciones poéticas y atractivas en las que recrea, por ejemplo, la evolución espacial y temporal de diferentes modelos (como en sus esculturas para Alfa Romeo en 2010), el amor por la velocidad o la ergonomía indudable de un prototipo (Jaguar 2011). Unos trabajos espectaculares en los que predomina la dimensión lúdica, cool y fashion de un evento abierto al gran público y dedicado a la gloria automovilística. Sin embargo, el arte de Gerry también incluye una dimensión mucho más seria, profunda y trágica. Un aspecto que nació de un encargo que le hizo el Imperial War Museum de Londres para crear una maqueta para una exposición sobre el Holocausto judío. A partir de entonces, los cuadros que el artista presentó en sus exposiciones (de "Frontiers", en la galería The Timber

Yard de Londres en el 2005, hasta la reciente "Country" en la Fitzroy Gallery de Nueva York) se caracterizan por una marcada estética de la destrucción, el apocalipsis y el sufrimiento. Unos grandes y fascinantes cuadros monocromos (la mayoría blancos o negros con alguno rojo) de los que emerge literalmente una especie de maqueta caótica, densa y desordenada de lo que parece ser una construcción humana destruida. Una manera para el artista de escenificar con fuerza los conflictos y desgracias que existen en nuestro planeta, de las incesantes guerras a las tragedias climáticas pasando por los terremotos o los atentados. Unas sobrecogedoras creaciones cuya densidad simbólica y narrativa se multiplica al flotar alrededor de un lienzo vacío como si de un cómic post-apocalíptico o de la imagen de algún satélite militar se tratase. Seguramente no sea casualidad que aparezca esa sensibilidad social y humanista si tenemos en cuenta que los abuelos del artista emigraron de Irak a India (a la llamada comunidad de judíos Bagdadí), donde él mismo nació, antes de establecerse en Londres con su familia cuando tenía 10 años. Una trayectoria existencial poco convencional para este artista que además ha trabajado creando decorados para la BBC o Led Zeppelin, de artista escénico para la Royal Opera House, de colaborador de Ridley Scott o diseñando puentes londinenses. Ahí es nada.

GUEST CREATIVE

# MÚSICA

GUEST CREATIVE

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

Para llevar a cabo un trabajo tan excepcional como el que desarrolla Grant Achatz en sus restaurantes Alinea y Next, es necesaria la máxima concentración posible. Por ello, cuando le preguntamos donde prefiere escuchar música, esta es la respuesta del chef de Chicago: "Me gusta escuchar música siempre que puedo, pero no está permitido en las cocinas de Alinea ni de Next, así que solo puedo darme ese gusto cuando voy conduciendo o cuando estoy en casa". ¿Y qué música escucha Grant Achatz? "Me gustan muchos tipos de música. Elijo el género dependiendo de como me sienta o donde me encuentre. Cuando conduzco me gusta escuchar hard rock de los 90, pero, por ejemplo, cuando tengo una cena podría ser jazz, blues o incluso música clásica. También me gusta mucho la música en directo, así que he ido muchas veces a ver conciertos de jazz al Village Vanguard, en Nueva York... Pero disfruto igual escuchando un concierto de piano clásico en una iglesia de Barcelona o viendo a **Wilco** tocar en frente de miles de personas en Chicago". Siendo fan de Wilco lo mismo nos encontramos a Grant en el próximo San Miguel Primavera Sound, donde serán uno de los platos fuertes del cartel. Aunque ya nos ha quedado claro que la música no está permitida mientras trabaja en la cocina, le preguntamos cuál es la banda sonora de su restaurante más popular, Alinea: "No hay música en Alinea. Les dejamos el sonido a los clientes... La cocina, y también la comida, tiene sus propios sonidos. Aun así, ahora mismo estamos experimentando con la manera de conectar música, quizás solo algunas notas o pequeñas piezas, y comida, de hecho estamos intentando crear partituras que acompañarán a determinados platos. En Next,

como cambiamos el menú cada tres meses, y cada uno de ellos es temático, tratamos de seleccionar la música que más encaja con el tema seleccionado. Por ejemplo, cuando hicimos el menú 'París 1906' seleccionamos viejas canciones francesas. Ahora mismo tenemos otro concepto 'Infancia 1985' alrededor del cual gira el menú, así que hemos elegido temas que yo escuchaba en aquel tiempo". A la hora de comprar música Grant elige tanto el formato digital como el analógico: "Tengo un tocadiscos en casa y me gusta escuchar viejos vinilos, pero también aprecio la nueva tecnología y la posibilidad de descargar música de manera sencilla que luego puedo llevar conmigo a cualquier parte. Sobre todo utilizo mi iPhone. Está lleno de toda la música digital que descargo, desde heavy metal a música clásica". Con un gusto tan ecléctico era de esperar que Chatz lo tuviera difícil para elegir un grupo o artista favorito: "Es imposible quedarme solo con uno. Me gustan muchísimas cosas diferentes por igual, solo depende de mi estado de ánimo". El último disco que se ha comprado es "Lonesome", un Ep del año 2007 del grupo neoyorquino de folk rock **The Rosewood Thieves**. Al preguntarle cual es el artista vivo o muerto al que le gustaría o le habría gustado conocer, escoge a **John Lennon**. Y por último, le pedimos a Chatz alguna recomendación para nuestros lectores: "Con la música es fácil quedarse enganchado a los mismos discos o canciones y escucharlas una y otra vez. Por ello recomiendo darle una oportunidad a nuevos artistas o grupos, y además, creo que vale mucho la pena ver música en vivo. La energía que puede transmitir una banda en directo es inigualable".



John Lennon. Foto: Iain Macmillan / © Yoko Ono

Wilco. Foto: Primavera Sound

The Rosewood Thieves