

# NEOS

I'M INTO CREATIVITY

Diciembre 2010 Enero 2011 / 3€ / Spain /

Austria: 6.50€  
Belgium: 5.50€  
España: 3€  
France: 5€  
Germany: 7.50€  
Italy: 4.13€  
Uk: 4.80€



9 771138 562005

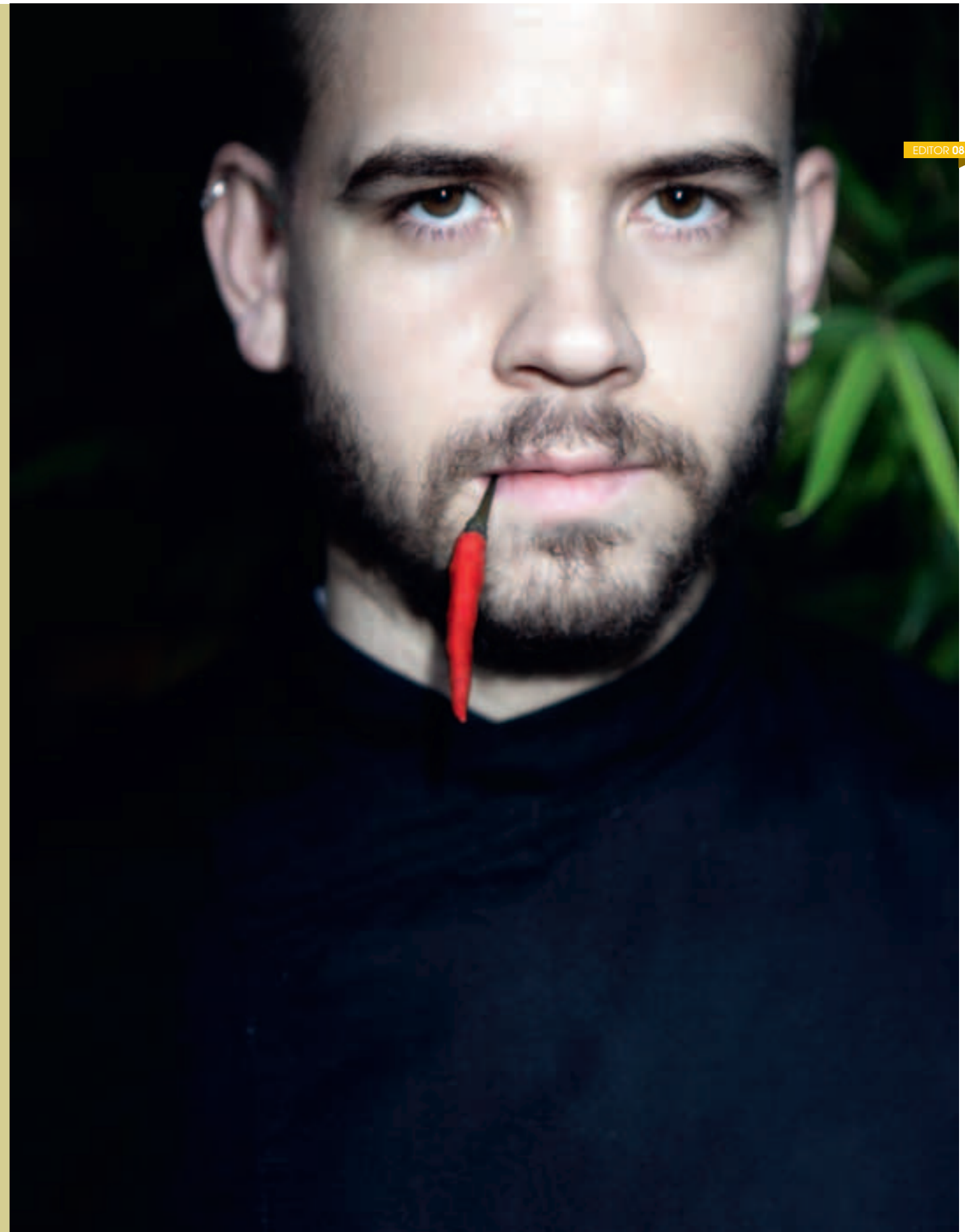
# GUEST CREATIVE

# DAVID MUÑOZ

*Dice que los premios son muy importantes pero no tanto como que su restaurante Diverxo, en el que hay que reservar con un mes de antelación, esté lleno todos los días. Sin embargo, sólo en el último año, el chef madrileño David Muñoz ha conseguido tres soles en la Guía Repsol, el Premio Nacional de Gastronomía como Mejor Jefe de Cocina del año 2009 y su primera estrella Michelin. Algo que convierte a este chico de ni siquiera 31 años, con mil proyectos en la cabeza, un pasado de futbolista profesional y una irrefrenable pasión por los cítricos, en uno de los cocineros españoles más originales, brillantes y prometedores del momento. Por eso, cuando advierte que todavía le queda mucha tela que cortar, lo único que podemos hacer es tomar asiento y ver lo que va a pasar, dentro y fuera de su restaurante.*

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

FOTOS: RUBÉN VEGA





EDITOR 084



## GUEST CREATIVE

# 085

TEXTO: ALESSIA CISTERNINO

*El nombre de su restaurante, Diverxo, rinde homenaje a la famosa salsa Xo, una salsa a base de marisco típica de Hong Kong. Cualquiera que haya probado su cocina o simplemente echado un vistazo a su carta no tarda en darse cuenta de que algo de Asia se queda atrapado en las ollas y las sartenes de David Muñoz. Pero cuidado, porque cuando este joven chef originario del barrio madrileño de La Elipa levanta la tapa, lo que sale no tiene nada que ver ni con Asia ni con España, sino con una creatividad un poco “caótica”, como dice él, que le ha llevado con ni siquiera 31 años – y con cuatro que lleva de andadura su restaurante – a ser uno de los cocineros españoles más brillantes, prometedores y premiados del momento. Citarle y hacerle una sesión de fotos no ha sido tan difícil como conseguir que estuviera sentado durante una hora, un viernes por la tarde y en un restaurante en el que hay que reservar con un mes de antelación contándonos de su negocio, su (poquísimo) tiempo libre, su familia, sus viajes y, como no, sus proyectos futuros.*

**DIVERXO:** “Diverxo siempre ha tenido un problema con las reservas, es decir que siempre hubo lista de espera, pero cuando nos cambiamos al nuevo local en verano del año pasado no quisimos un local más grande porque el concepto de Diverxo es éste. Por el tipo de cocina que se hace en Diverxo, rabiosamente inmediata, preparada en el momento y con la idea de que salga al comedor en 3 o 4 minutos, no es posible que pensemos en más de 35 cubiertos. Además, lo que te permite un restaurante de dimensiones pequeñas es que está todo muy bien controlado y puede funcionar como un reloj. Con 60 cubiertos tienes que tener mucho más personal y se va a poner más difícil que las cosas estén controladas. Creo que el concepto de Diverxo, por comida, por servicio, por el tipo de experiencia que pretende ofrecer, nunca podría ser un sitio más grande de lo que es. Diverxo será esto siempre”.  
**RESERVAS:** “Casi seguramente vamos a cambiar el sistema de reservas antes de que acabe el 2010: estamos intentando que se tenga que dejar un número de tarjeta cuando se llama para reservar y que si se anula la reserva con 24 horas de antelación no hay recargo. En cualquier experiencia que tenga algo que ver con el ocio, la cultura o los viajes, cuando reservas algo, te haces cargo de ello. No sé porqué en España nos cuesta tanto entender que si tienes una mesa reservada desde hace un mes y al final no te presentas, esto tiene que tener un recargo económico. No lo hacemos porque queramos castigar a nadie, pero tenemos una lista de espera suficientemente amplia como para reponer cualquier mesa, el problema es si salta una reserva al último momento la persona que llamas es

probable que ya tenga otro plan. Estamos en una situación paradójica en la que la gente tiene que reservar con un mes exacto de antelación y ayer por ejemplo me anularon una mesa de seis personas a las 8 de la tarde”.  
**PREMIOS:** “No pienso nunca en la lista de los 50 Mejores Restaurantes del Mundo que cada año publica Restaurant Magazine, me da igual, aunque entiendo que decir que no te gustan los reconocimientos es estúpido. Lo bueno de esta lista es que tiene un gran poder mediático y estar en ella te ayuda a traspasar fronteras, pero creo que el discurso de los premios en Diverxo ya está superado. El premio para nosotros es que el restaurante esté lleno todos los días, que la gente se vaya muy contenta, que haya tanta demanda, que el libro de reservas esté lleno más que nunca. Esto para nosotros es mucho más importante”.  
**ESTRELLAS:** “La Guía Michelin tiene sus criterios y sus parámetros dentro de los cuales juzga los restaurantes. Tiene unas normas claras y definidas y se supone que más o menos igualitarias en todos los países. En la lista de los 50 Mejores Restaurantes del Mundo no hay reglas y vota gente como yo que de 50 restaurantes igual he estado en dos. Todos los sitios que puntúan en la Guía Michelin, todos han sido visitados por algún crítico, por eso la respeto. Puedes estar de acuerdo con sus criterios y no estarlo, pero están bien marcados y establecidos, y además la Guía Michelin tiene algo que no tiene ninguna otra guía: que es un referente mundial y esto es impagable. No creo que haya ninguna otra guía en el mundo que tenga esta trascendencia.



¿Que los restaurantes que tienen tres estrellas son los mejores del mundo? No, lo pueden ser para la guía pero no para mí. Las guías tienen su utilidad y sirven para hacerse una idea, pero no para dictar sentencia porque es imposible. Hay mucha vida más allá de la guía". **FÚTBOL:** "La cocina siempre me ha gustado muchísimo desde que era muy jovencito, pero no pensaba en ser cocinero. Cuando empecé a desilusionarme con el fútbol que era lo que estaba haciendo en ese momento, me metí en la escuela de hostelería. Estuve compaginando las dos cosas durante un año, pero no tenía claro lo que quería hacer cuando entré en la escuela, tenía dudas. Sin embargo el primer día de la escuela, el primerísimo día, me di cuenta de que sí, quería ser cocinero". **PRIMEROS EXPERIMENTOS:** "Me acuerdo de mi primera época en la que hacía cosas rarísimas que no estaban buenas. Con doce o trece años hacía experimentos en casa, pifias

incomestibles. Me acuerdo haber hecho un pastel de calamar en el microondas. Puse el calamar en la termomix, le eché huevo, nata, especias, luego lo vertí en el molde y lo puse en el microondas. ¡Y una vez salido del horno les tocó comérselo a mis padres! Ellos han sido y siguen siendo los grandes 'sufridores' de Diverxo, les tengo todo el día agobiados con cosas del restaurante. Es como si fueran el número 12 de un equipo de fútbol, pues ellos son el número 21 de Diverxo. Les gusta mucho lo que hacemos y en general son muy abiertos hacia la cocina, pero sinceramente no creo que sean muy críticos: han venido bastantes veces y nunca me han dicho nada malo". **LONDRES:** "Estuve trabajando 5 años en Londres y desde allí me traje una forma de ver la alta gastronomía muy diferente

respecto a la que estaba acostumbrado en España. Fue algo que me abrió los ojos a un mundo desconocido para mí. En Londres me di cuenta de que había una alta gastronomía que no solamente era mediterránea, que había un mundo más allá de los grandes cocineros europeos u occidentales, que había un mundo de grandes cocineros al otro lado, tan brillante como los nuestros". **ASIA:** "Lo que tiene Asia respecto a la cultura mediterránea es que un mismo plato lo tienes que degustar y sentir en cinco puntos cardinales en la lengua. La cultura mediterránea no acoge la idea de que un mismo plato sea a la vez salado, ácido, picante, dulce, amargo. No existe ni desde el punto de vista histórico, ni en el día a día. Sin embargo la cocina asiática sí tiene todos estos contrastes y estas contradicciones, estos golpes de papila gustativa. Quizás lo más sorprendente para mí, que luego ha sido algo con lo que hemos estado trabajando mucho, es esta capacidad de jugar con estos puntos cardinales de la lengua, algo que puedes encontrar en muchas cocinas como las chinas – hablo en plural porque

depende mucho de en qué parte de China te encuentres – o en el Sudeste asiático. He estado en Singapur, Hong Kong, Pekín Shanghai, Bali. De cada uno de estos sitios me traigo una percepción general, ya que sería difícilísimo elegir algo en concreto, sacarlo de contexto, traerlo a España y adaptarlo a la forma de verlo de aquí. Asia nos inspira, pero solamente esto. Cuando venimos de un viaje a Asia no venimos con muchas ideas, venimos concientes de haber estado en Asia y punto. Con el tiempo se nos ocurren cosas, se nos ocurren ideas, experiencias. Es un bagaje gastronómico y cultural que se va acumulando y esto simplemente te ayuda a la hora de querer desarrollar tus propios proyectos y tu propia creatividad". **DIVERXO I+D:** "En Diverxo siempre se introducen cosas nuevas, periódicamente y a lo largo del año, no hay cambios de temporada porque cerramos como mucho dos semanas en agosto y no es un periodo en el que vamos preparando



**“DESDE QUE ABRÍ DIVERXO NUNCA ME HE PLANTEADO DEJAR DE SER COCINERO, PORQUE ÉSTA ES UNA FORMA DE VER LA VIDA” (David Muñoz)**

los platos de la temporada sucesiva. Lo que intentamos hacer es innovar dentro de un margen que nos haga sentir cómodos, pero siempre nos falta tiempo, el día a día del restaurante nos devora todo el tiempo que tenemos. Ahora estamos trabajando para poder tener un modelo creativo: la idea es crear, siempre en Madrid, un sitio paralelo a Diverxo, un lugar donde, mientras esto siga funcionando todos los días, podamos desarrollar conceptos nuevos todas las veces que queramos y documentar lo que vayamos haciendo. Va a ser nuestro I+D, nuestra base de operaciones, donde habrá gente del equipo – que así podrá ‘reciclarse’ y no estar siempre encerrada en el restaurante 16 horas al día, 6 días a la semana – mientras yo me quedaré en el restaurante y mi trabajo será simplemente dirigir hacia donde quiero que vayan estas investigaciones y supervisarlas, nada más. No será fácil pero creo que antes de que termine el año o a principios de 2011 vamos a tener este espacio que tanta falta nos hace”. **DIVERSIÓN:** “¿Si me divierto? Sí. ¿Todo lo que podría? No. Eso pasa cuando superas la línea entre lo que es racional y lo que no. Si fuesen menos horas de trabajo, si fuese todo un poco más controlado, probablemente podríamos divertirnos más y disfrutar un poco más de lo que hacemos. Evidentemente cuando sientes que vas a rebufo de los acontecimientos, tapando agujeros que van surgiendo, cuando sientes que duermes 4 o 5 horas al día y trabajas 16, por mucho que te guste lo que haces hay un componente de cansancio físico y mental que te impide disfrutar todo lo que podrías”. **CRISIS:** “Siempre me he dado mucha caña, he trabajado en sitios muy duros, he enganchado un trabajo con otro y nunca me lo he pensado. Desde que abrí Diverxo nunca me he planteado dejar de ser cocinero, porque ésta es una forma de ver la vida, pero sí que es verdad que ha habido momentos difíciles en los que me he planteado muchas cosas sobre Diverxo, más que sobre mi profesión. En dos momentos en concreto me he cuestionado si lo que estábamos haciendo



tenía algún sentido, pero cuando se me ha ocurrido esta duda pronto se ha disipado porque pensé que simplemente a mí me valía. No es que me planteé trabajar menos, es que es una necesidad. Llevo cuatro años trabajando a este ritmo y ha sido necesario, pero la verdad es que ha llegado el momento de mejorar y mejorar significa trabajar racionalmente. A corto medio plazo este es el objetivo”. **RUMBO A ASIA:** “Diverxo desde hace dos años es un meteorito incandescente, va a mucha velocidad, no sabes cómo controlarlo, no sabes cuándo ha llegado y hacia dónde va a ir. Hay mucho por hacer en Diverxo, pero mucho por hacer. Como restaurante y como marca tiene un montón de posibilidades y no hemos empezamos a desarrollar ni una.

Conocer el devenir de las circunstancias en un sitio como Diverxo es imposible incluso para mí, con lo cual no podría decir cómo va a evolucionar el restaurante. ¿Que se vayan a hacer muchas cosas? Sin duda. Abrir un restaurante en Asia es uno de los quince proyectos que tenemos en mente, pero de momento seguimos trabajando y haciendo lo que queremos. Tenemos la sensación de que vamos a hacer algo importante, pero también que queda mucha tela que cortar”. **MIMOS:** “Trabajar con Ángela, mi mujer, es fácil. Es una persona que me ayuda mucho en el día a día con el trabajo, creo que toda la dificultad y todo el mérito lo tiene ella más que yo. Para ella es más difícil trabajar conmigo, soy un tipo muy caótico. Me siento totalmente mimado por ella”. **FILOSOFÍA:** “Nosotros perseguimos nuestro sueño que es llegar a hacer cosas importantes para la gastronomía a nivel mundial, aspiramos a poder crear una filosofía

nuestra, un concepto único. Ya sé que suena a palabras mayores, pero allí es hacia donde vamos”. **NEGOCIO:** “Una cosa es hablar de filosofía, de concepto, otra es hablar de marca, que es algo físico, real. No es algo que esté de moda, es algo imprescindible para un restaurante que llega a cierto nivel y que tiene que cubrir determinados gastos. Diverxo tiene un éxito brutal desde hace 3 años, va como un tiro, pero el restaurante como restaurante, es decir como empresa, a final de año no crea ni un beneficio. Como jefe de cocina mi sueldo no supera cada mes ni 1200 euros. No soy un niño, me gustaría que la supervivencia de mi empresa no estuviera en entredicho mes a mes. Los libros, los dvd, no son gadgets, son necesarios. No hay otra manera de hacerlo: no puedes subir el precio o rebajar la calidad. Hay gente que publica libros y no

tiene ningún sentido. Yo lo haré cuando tenga algo interesante o diferente que contar. Ahora no lo tengo pero quizás en 20 o 30 años sí. Si tengo que publicar un libro de recetas más, no lo voy a hacer. Buscaré la solvencia económica de otra forma. El dvd de elBulli me parece genial, en muchos hemos descubierto técnicas e incluso maneras de entender la alta



gastronomía que veíamos sólo de lejos. Los libros de Mugaritz no son de recetas, son libros deliciosos, como "Clorofila" que es un libro que habla de botánica y gastronomía a la vez que enseña la filosofía de Mugaritz. Creo que esta es una de las formas con las que se sustenta el restaurante, pero en España habrá como mucho seis cocineros que lo pueden hacer porque tienen cosas importantes que decir y que contar. ¿Cómo no va a tener cosas que decir al mundo elBulli, Mugaritz, Arzak o Dani García?" **CHEF MODERNOS:** "Creo que el trabajo que ha hecho Ferran Adrià en este sentido es impagable, por mucho que se le quiera criticar. Y mi opinión es que este trabajo impagable en unos años se va a valorar aún más. Ha contado

sus secretos en unos libros y mucha gente como yo hemos aprendido mucho de él y de los otros cocineros que han hecho lo mismo. Antiguamente los cocineros eran muy celosos de lo que hacían: si trabajabas en un restaurante había recetas que se ocultaban a todo el mundo excepto al jefe de cocina. A mí esto me parece absurdo y un poco miserable. Creo que el hecho de que se haya abierto tanto el conocimiento a todo el mundo es un super adelanto". **CITRICOS:** "Me gusta utilizar muchas cosas en la cocina pero hay una de la que no puedo prescindir y son los cítricos, en todas

sus formas. Me parecen tan necesarios en mi cocina como la sal y están presentes en el 75% de los platos. Me encantan todos: la lima; las figerline – que son unos cítricos con forma alargada y con unas bolitas dentro con un aroma muy fuerte, casi a pimienta– el yuzu y el limón. También utilizo el blanco y la peladura de los cítricos. Tienen un efecto potenciador de determinados sabores, que es como la sal". **EN CASA:** "No cocino nunca en casa. Nunca estoy en casa, estoy siempre en el restaurante y como aquí y si tengo otras necesidades especiales me voy a un restaurante a comer. En casa no toco ni una sartén, ni siquiera mi mujer. ¡Como mucho el microondas!

<diverxot.com>

GUEST CREATIVE



**"ME GUSTA UTILIZAR MUCHAS COSAS EN LA COCINA PERO HAY UNA DE LA QUE NO PUEDO PRESCINDIR Y SON LOS CÍTRICOS". (D.M)**



El Conejo y la Zanahoria

**El conejo y la zanahoria:** Dim sum de conejo con diferentes variaciones de zanahoria. "Fue el primer dim sum que se hizo en Diverxo y uno de los primeros conceptos que elaboramos en el antiguo local. Representa una nueva forma de entender el dim sum. Es un ravioli al vapor, relleno de conejo estofado con 5 especias chinas y acompañado por cinco formas diferentes de comerse una zanahoria. Para nosotros es muy importante, tiene una carga casi sentimental".

***“PERSEGUIMOS NUESTRO SUEÑO QUE ES LLEGAR A HACER COSAS IMPORTANTES PARA LA GASTRONOMÍA A NIVEL MUNDIAL” (D.M)***

**Vaca roja gallega con mojo canario-nikkei:** "Es uno de los míticos de Diverxo, ahora lo hacemos un poco menos, pero es un plato de los que más se han servido en el restaurante y muestra perfectamente qué es Diverxo: un viaje gastronómico con una personalidad muy marcada y única, como la raya al carbón con salsa pero en versión ibérica, que es otro clásico".

EDITOR 093



Vaca roja gallega con mojo canario-nikkei



Gamba mediterránea frita al revés



EDITOR 095

Rape chifa versión glaseado express

**Gamba mediterránea frita al revés:** Con soja, yuzu y mayonesa caliente. “Es el plato estrella por excelencia de Diverxo: es un carpaccio de gambas con un sofrito hecho con las cabezas. La llamamos gamba frita al revés porque en vez de coger la gamba y echarla al aceite, es el aceite el que se vierte a la gamba”.

**“ANTIGUAMENTE LOS COCINEROS ERAN MUY CELOSOS DE LO QUE HACÍAN: HABÍA RECETAS QUE SE OCULTABAN A TODO EL MUNDO. A MÍ ESTO ME PARECE ABSURDO” (D.M)**

**Rape chifa versión glaseado express:** “Fue la primera creación conceptualmente diferente que se hizo en el nuevo Diverxo. Es una forma de cocinar el rape sorprendente, es inédita la forma de cocinarlo, inédito su aspecto y la textura y el sabor que obtiene el rape al final. Es una forma completamente nueva de cocinar un pescado”.



# MODA

TEXTO: MONGÓMERI

David Muñoz no lleva gorro de cocina, tradicional indicador jerárquico. Tampoco va de blanco, decimonónico indicador de higiene. Luce una especie de kimono negro, evolución de la característica camisa cruzada filipina. Un look oriental que nace en los 80, consecuencia del desembarco y triunfo en París de diseñadores japoneses como Yohji Yamamoto, y que una nueva generación de chefs adopta como medio más para expresar, a través del uniforme profesional, su contemporánea personalidad creativa. La influencia nipona también se refleja en su colonia, Issey Miyake, y en su interés general por la moda, “el justo” dice, siendo la marca Y-3, fruto de la unión entre Yohji Yamamoto y Adidas, la que más le atrae. Él mismo define su estilo de vestir como “muy informal y casual”, y lo nutre básicamente en tiendas y marcas como H&M, Hugo Boss, Puma y, por supuesto, Y-3. Con ese mismo criterio ha elegido los uniformes para su restaurante Diverxo buscando algo “informal, cómodo, dinámico y joven”. Por cierto, no son de ninguna firma en particular. Si yo fuera diseñador de moda (o sea, si fuera tú), inmediatamente me pondría en contacto con David Muñoz y le ofrecería un nuevo diseño de uniformes. No porque los actuales sean feos, sino porque algo exclusivo siempre queda mejor (aunque solo sea en términos de comunicación). “Trabajaría con cualquier diseñador que tuviera una filosofía similar a la de Diverxo”, concluye David. Pues ya sabes.



EDITOR 096



Nuestro Guest Creative ha elegido a la marca taiwanesa **Acer**, segundo fabricante de computadores del mundo, para su ordenador personal. En la foto, el modelo Aspire Z5610 con pantalla táctil de 23 pulgadas. <www.acer.com>



**BlackBerry Curve 3G** es el smartphone de David Muñoz. Teclado Qwerty, GPS, Wi-Fi, trackpad óptico, cámara de vídeo, ranura micro SD/SDHC para tarjetas de hasta 32 Gb de almacenamiento. <www.blackberry.com>



Entre la amplia selección de gafas que le presentamos optó por el modelo Aviator Tech de **Ray-Ban**. Una revisión del clásico modelo de los años 30 con montura en fibra de carbono, más ligera, sólida, flexible y duradera. <www.ray-ban.com>



El chef madrileño nos confiesa que su fragancia es **L'eau d'Issey (Issey Miyake)**. Aprovechamos la ocasión para presentarle la versión navideña, una edición limitada vestida de negro: L'eau d'Issey Noir Absolu.



Una mochila de **Dakine**, marca asociada a los deportes alternativos, fue la elegida por David Muñoz entre otras muchas. Concretamente, el modelo que le llamó la atención fue la Dispatch Black. <www.dakine.com>



**Y-3** nace en 2002. Es la unión entre diseño y deporte, entre pasarela y calle, entre Yohji Yamamoto y Adidas. Desfila en la Semana de la Moda de Nueva York y es la marca favorita de David Muñoz. En la foto, zapa Kazuhiri primavera 2011. <www.y-3.com>



Caña alta, un alto porcentaje de negro con un toque de color... esas parecen ser las características que debe reunir una zapatilla para ser del gusto de nuestro Guest Creative. Este modelo de **Adidas Originals** fue el elegido. <www.adidas.com>



**H&M** es uno de los espacios preferidos del chef madrileño para ir de compras. Si va durante el mes de diciembre se encontrará la colección de Lanvin para H&M, la firma de lujo francesa ahora a precios democráticos. Recomendamos a David un par de items de la colección: las gafas XXL al estilo Alber Elbaz, director creativo de Lanvin, y la gorra de recesión efecto bohemio. <www.hm.com>



A la hora de elegir bolso o mochila, David Muñoz nos confiesa que tiene una de **Desigual**, marca catalana con reconocido estilo patchwork. Nacida en los años 80 es uno de los logos españoles con mayor proyección internacional. <www.desigual.com>



Las tiendas del grupo **Hugo Boss** son otros de los espacios comerciales donde suele acudir David Muñoz. El grupo tiene 2 ramas principales orientadas a targets diferentes: Hugo (vanguardista) y Boss, que a su vez tiene otras 4 líneas: Black (elegante), Selection (sofisticada), Orange y Green (deportivas). Para nuestro Guest Creativo hemos escogido este look informal de primavera. <www.hugoboss.com>

GUEST CREATIVE

Look primavera verano 2011 de **Y-3**, la marca más David Muñoz de todas. Foto: Estrop / Francesc Tent <www.y-3.com>



EDITOR 099



Neon Indian

# MÚSICA

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

Los gustos musicales de David Muñoz son tan variados como sus platos. Como buen cocinero que es, David picotea de aquí y allí, sin ningún tipo de prejuicio, simplemente elige lo que le gusta. En cuanto a estilos musicales se decanta por el soul, el jazz y el rap. Pero cuando le preguntamos por sus artistas favoritos nos dice tres nombres que tampoco cuadran exactamente dentro de estos estilos: **Antony and the Johnsons**, Amy Winehouse y Mark Knofler. **Antony Hegarty** acaba de publicar nuevo disco, Swanlights, que además se vende en una edición especial que contiene un libreto con collages hechos por el artista, de hecho, la portada del disco es uno de ellos. **Amy Winehouse** sin embargo sigue sin publicar su esperado nuevo disco, lo último que hemos sabido de ella es que ha colaborado con Fred Perry diseñando una colección de 17 prendas y accesorios de mujer para la famosa marca inglesa. **Mark Knofler** pasó este verano por nuestro país con su gira “Get Lucky”. 61 años y ahí sigue, al pie del cañón. Volviendo a los gustos musicales de David Muñoz, nos comenta que el último disco que se ha comprado es de **Cypress Hill**. Nosotros le proponemos cuatro grupos internacionales que han publicado álbum recientemente y se queda con **Neon Indian**. Tras este nombre se encuentra Alan Palomo, quien ya va, con este, por su tercer proyecto musical. Su disco, “Psychic Chasms”, es todo un ejercicio de revival colorista que por momentos recuerda a grupos como MGMT. Un disco muy recomendable que no deja de recibir halagos de la prensa musical.



Amy Winehouse con una de las prendas de la colección que ha diseñado para Fred Perry



Antony Hegarty

GUEST CREATIVE



EDITOR 101

Autumn Comets. Foto: María Lorenzo.



Febrero

TEXTO: CÉSAR LANAQUERA

Entre los grupos patrios que le dimos a elegir a David Muñoz, se queda con Autumn Comets y Febrero. **Autumn Comets** lo forman dos guitarras, batería, viola, mandolina, teclados, metalófono y melódica. Seis chicos, 56 minutos y un gran salto al vacío: “A Perfect Trampoline Jump” (Cuac Música, 2010), una zambullida grácil de esas que ves en los juegos olímpicos en plena siesta veraniega. Un disco salpicado de pequeñas gotas folk, que gravita entre una placidez que se diluye por momentos entre controlada intensidad. Que te mece suavemente en una nana confortable... hasta que llega la tormenta. Una fina lluvia de detalles y versatilidad conjunta donde impera la calidad y el gusto por lo cuidado. Pop elegante (“Paper Planes”, “I Can’t Solve Your Problems Anymore”), ligerísimo post-rock (“All the Ghosts”, “True Story”), pinceladas de estilo (“The Day After Tomorrow”) hacen de este álbum una joyita por descubrir y paladear. Y es que vuela alto, hace varias cabriolas y realiza una gran entrada en la piscina que levanta muy poca agua y sabe a mucho. Así da gusto. En cuanto a **Febrero**, nos regalan “El Abismo” (Starsky Records, 2010), su respuesta pop a la vida. Un disco optimista y radiante que rebosa felicidad ante nuestros pequeños problemas mundanos, un bálsamo musical con un toque de miel y limón. Con la energía que se espera más la sensibilidad justa para endulzar el pastel sin cargarlo. Si le sumamos guitarras brillantes y una contundente base rítmica, el resultado salta a la vista. Canciones vitales, enérgicas y energéticas... estribillos luminosos de esos que acabas desafinando en la ducha. Un universo donde pululan, entre otros, Superman, marihuana picante, kamikazes y los mismísimos Smiths para ayudarnos a ver la botella medio llena. Destacan como singles clarísimos “Autos de Choque” y “Montañas Rusas” pero también brillan con luz propia “Círculo Vicioso” “Genial” y “Pasaje del Terror”. Pop para días malos.

# ARTE

TEXTO: MARIANO MAYER

Recientemente los posibles vínculos entre arte y cocina no han parado de generar debates y posiciones. Como si ciertas disciplinas, ajenas en parte a los engranajes artísticos, en el momento en que se vuelven sofisticadas y más sensitivas, que no sensibles, de inmediato deben ser repensadas desde las plataformas que el arte facilita. De todas las frases oídas durante los días de la última Documenta Kassel, donde un cocinero participaba de la exposición, retuve la del artista Riiko Sakkinen: "la comida no puede ser arte porque la comida siempre es hedonista, tiene que ver con los placeres y el arte no necesariamente es placer o belleza". Sin entrar en ningún tipo de ontología es posible vincularse de un modo intuitivo y ser un poco barco carguero para trasladar modos de hacer, materiales o impresiones. Entremezclar parece ser una palabra clave en el universo de David Muñoz, quien se confiesa un espectador atento de arte contemporáneo. Al preguntarle por sus impresiones sobre una serie de imágenes donde el arte se acercaba a ciertos elementos y estructuras culinarias, sus respuestas más que un sentido componen un clima. "Naturalidad, simplicidad y disfrute" es lo que le inspiran a David las imágenes de **Martin Parr**. Los flashes disparados a plena luz del día sobre el glosario de conductas contemporáneas de Parr transforman las banalidades compartidas en objetos de culto. Cada uno de sus libros y fotografías demuestran su fascinación por el gusto personal, y lo hace fotografiando paredes forradas con papel de rosas o platos de comida entendidos como trofeos localistas. Entre lo popular y lo cotidiano, y bajo el rigor de un estudioso de lo urbano, que no busca detectar ningún gesto en concreto sino todos a la vez, Parr nos enseña el mundo. **MK Kahne**, otro de los artistas que le enseñamos a David Muñoz para aproximarnos a una nueva opinión, se ocupa de diseñar diversas maletas o estructuras portátiles que al ser desplegadas se transforman en duchas, cocinas o bares. Este modo de revelar las necesidades y



Martin Parr, imágenes de la serie "Mexico", 2006. Cortesía Rocket Gallery.



EDITOR 102

GUEST CREATIVE

MK Kahne, Suitcase Kitchen. 2008.





TEXTO: MARIANO MAYER

demandas del hombre moderno proporcionan un clima “futurista y psicodélico” como el propio David señala. La tecnología funcionalista de MK Kahne es individualista y al igual que muchas prácticas actuales, no está pensada para compartir. “Podría ser una imagen de fiesta, feliz, pero por el contrario y debido a la postura corporal, me parece una imagen desoladora”, comenta al observar una imagen de **Dennis Adams**, en la que descubrimos al propio Adams volcar una copa de vino sobre su traje y sus zapatos blancos. Un artista interesado en analizar los usos arquitectónicos del espacio público y las distintas tensiones que el afuera produce en relación a un interior idílico. El espacio público es para Adams un lugar de intervención y avanza sobre él a través de acciones donde utiliza métodos directos de comunicación, entregando volantes y fotografías a las personas y estableciendo diversas transacciones de mano a mano que registra con una cámara colocada en su antebrazo. El artista indio **Subodh Gupta** construyó con una tonelada de relucientes utensilios de cromo una gran calavera (Very Hungry God) y no es la primera vez que toma elementos cotidianos para llevar a cabo diversas estructuras escultóricas. Bicicletas, recipientes de leche, carros para trasladar el equipaje, pero también estiércol de vaca, son algunos de los materiales que componen esta gramática interesada en concentrar, a través de la selección de materia prima, una serie de narraciones siempre desiguales entre pobreza y riqueza o entre modernidad y tradición. Esta presentación de “contrastes, es decir, realidad social, humana, mundial” es la que nuestro Guest Editor detecta como un elemento a tener en cuenta y no resulta nada curioso, al repasar su propio hacer, que sea la impronta narrativa que unos contrastes y una mezcla de elementos es capaz de generar, aquello que aparezca en primer lugar.



Dennis Adams, Spill. Videoperformance 2009



Subodh Gupta, Curry 2. Cortesía Galería Art &amp; Public, Génova



Subodh Gupta, 5 Offerings for the Greedy Gods. 2006-2008

# ARQUITECTURA

GUEST CREATIVE

TEXTO: TACHY MORA

El arquitecto favorito de nuestro Guest Creative es **Norman Foster**. Precisamente el estudio de éste acaba de dar los últimos toques en España a uno de sus más recientes proyectos: las bodegas Portia del grupo Faustino en la Denominación de Origen Ribera del Duero. Lo de encargar el diseño de bodegas a arquitectos estrella está aportando un cierto halo de vanguardia al paisaje bodeguero español. Otros ejemplos de proyectos similares han sido firmados anteriormente por Santiago Calatrava para Bodegas Ysios, Frank O. Gehry para Marqués de Riscal, Rafael Moneo para Bodegas Chivite o Zaha Hadid para López de Heredia. En el caso de Norman Foster era su primera bodega. Como desconocía el funcionamiento del nuevo espacio al que se enfrentaba, su equipo participó en dos vendimias con el objetivo de ahondar de manera exhaustiva en el proceso de elaboración del vino, que consta principalmente de tres fases: fermentación, envejecimiento y conservación. De esta manera Foster ideó un edificio de tres alas en forma de estrella de tres puntas. Cada una de ellas está especialmente diseñada para abarcar el proceso que le corresponde. Así, las alas que albergan la bodega con las barricas y las botellas se encuentran parcialmente hundidas bajo tierra, proporcionando las condiciones más favorables para el envejecimiento mientras que, por el contrario, el ala de fermentación está expuesta permitiendo la liberación del dióxido de carbono. Desde el núcleo central de la estrella se controlan, además, todas estas actividades. El imponente edificio de hormigón y acero cortén diseñado por Foster ha sido concebido de manera muy funcional; pero también el arquitecto de Manchester ha pensado en el disfrute de los visitantes y turistas gastronómicos por lo que ha dotado al complejo de grandes cristalerías que permiten a las visitas un acercamiento mucho mayor al proceso.

<[www.fosterandpartners.com](http://www.fosterandpartners.com)>  
<[www.bodegasportia.com](http://www.bodegasportia.com)>

EDITOR 106



EDITOR 108



Eric Degenhardt. Reloj No Direction. Productor Progetti



Sancal. Sofá Ace, diseño A-cero <www.sancal.com>

Eric Degenhardt. Mesita y Perchero Saucer. Productor Schönbuch. <www.schoenbuch.com>

# DISEÑO

TEXTO: JAVIER ABIO

Cuando hablamos de empresas de mobiliario y de jóvenes diseñadores, David Muñoz se queda con **Sancal** como ejemplo de empresa de mobiliario que le gusta y con **Eric Degenhardt** como diseñador todavía no consagrado pero que tiene un trabajo impecable. Sancal es una firma española ejemplar en el ámbito del hábitat. Nacida en Murcia y con 35 años de historia, es una de las productoras pioneras en aplicar conceptos como diseño, creatividad, internacionalización o calidad. Un rasgo diferenciador de Sancal es la apuesta que hace por diseñadores españoles, en su mayoría estudios con un gran potencial creativo. Miguel Milá o en el otro extremo generacional Nadadora son dos ejemplos de diseñadores que han colaborado para ellos. En la colección de este año han trabajado diseñadores como Odosdesign, José Manuel Ferrero, Quim Larrea, Nadadora, Rafa García y A-cero. Su colecciones son sencillas pero con alma, son piezas "felices" como ellos mismos las definen, donde se busca la sostenibilidad, el buen hacer y un diseño respetuoso con los demás objetos que nos rodean. Mobiliario que se adapta al mundo del hogar y al contract. En los últimos años sus piezas han sido seleccionadas en importantes proyectos de hoteles, restaurantes y oficinas en diferentes partes del mundo. Sancal, desde mi punto de vista, es una fuerte candidata para ganar el premio nacional de diseño el año que viene. Eric Degenhardt, por su parte, es un diseñador industrial, nacido y establecido en Colonia, Alemania. Estudió arquitectura en la universidad de Rwth Aachen, después pasó una etapa en Londres y en el año 2000 montó su estudio. Es uno de esos diseñadores que sabe aportar un toque personal y fresco para convertir sus piezas en objetos deseables. Su trabajo lo podríamos ligar al mundo de diseñadores como el de Barber Osgerby o Konstantin Grcic. Ha colaborado con empresas como Richard Lampert, Paola Lenti, Basf o Boffi, entre otras.

<www.sancal.com>  
<www.eric-degenhardt.com>