Arroz madre cocido con caviar.
Fotografía de José Luis López de Zubiría.

Mugaritz: !Tocando el territorio de lo imprevisible!

/// LOREDANA VITALE entrevista a **ANDONI LUIS ADURIZ**

LOREDANA VITALE

entrevista a

ANDONI LUIS ADURIZ

El mundo de la gastronomía de alta gama ha cambiado enormemente, empezando por el rol de los cocineros, por la influencia que tiene sobre el turismo y la economía y, por supuesto, en la manera de concebir la cocina.

La relación entre el mundo experiencial del lujo en la mesa y el refinamiento de las sensaciones que se pueden probar en un restaurante con estrella Michelin está despertando cada día más curiosidad e interés, y tomando protagonismo para aquellos que desean hacer suya esa extraordinaria vivencia. Desde luego, la propuesta de Andoni Luis Aduriz y de Mugaritz cumple con todos los requisitos para ser digno representante de este fascinante mundo, lleno de matices, que es la gastronomía de alta gama.

MUGARITZ: ¡TOCANDO EL TERRITORIO DE LO IMPREVISIBLE!

Quien me conoce sabe que siempre afirmo que no se es buen profesional sin ser antes buena persona, no existe éxito sin ser generoso con los demás, sin la capacidad de compartir… cuestiones que me parecen significativas, y que me descubro inconscientemente al buscarlas cada vez que hago una entrevista o me reúno con un nuevo contacto por temas profesionales. También es común, en mi manera de trabajar/entrevistar no tener un parámetro fijo, ya que me encanta crear, a veces de forma poco ortodoxa, a la medida de mi interlocutor y la situación, las entrevistas, los proyectos, etc.

Para mí, los elementos citados son muy trascendentales, ya que revelan luego una realidad muy clara del personaje, en este caso, del entrevistado. Así que, en esta ocasión, empiezo el relato de la experiencia de la entrevista con **Andoni Luis Aduriz** desde «el final», o mejor debería decir desde el principio, hablando de él como hombre antes que como profesional de la alta gastronomía.

¿Quién es Andoni Luis Aduriz?

Sin tener en absoluto la pretensión de creer que en el par de horas escasas de la entrevista haya podido conocerle a fondo, sin embargo, sí creo que me han quedado claros los elementos suficientes para delinear el retrato robot de un interlocutor que no me ha dejado, en absoluto, indiferente.

Fotografía de Alex Iturralde

Curioso, a la vez que significativo, es ver que un afamadísimo profesional como él, lo primero que hizo al sentarnos para la entrevista fue preguntar por mí, en un ejercicio genuino de anteponer al otro antes que a sí mismo, mostrando un sincero interés por mi persona, buscando la manera de **«ubicarme»** como ser humano y profesional. Sinceramente, me pareció un gesto muy indicativo de qué tipo de personaje tenía delante.

He leído muchas declaraciones suyas a medios y otras entrevistas pero, a mí, lo que me ha quedado claro es que intercambié una agradable hora larga de charla con un hombre en continuo crecimiento, alguien que se pregunta cosas constantemente y se cuestiona la vida y la profesión; alguien convencido de que hay que ser generoso con la sociedad devolviendo parte de la suerte que él tiene en la vida.

Sus mismas palabras sonaban alegres y contundentes cuando me decía: **«¡Yo quiero cambiar el mundo!».** Como si esto de la cocina fuera una especie de cruzada. Toda una declaración de intenciones que más de uno se preguntará qué tendrá que ver con el hecho de ser chef. Pues permitirme decir que, en mi opinión, tiene mucho que ver, porque el recorrido vital/profesional que emprendió Andoni desde el lejano día en que se puso a trabajar en una pizzería, es cuanto menos sorprendente y, en realidad, ha cambiado en algo el mundo. El suyo, desde luego, y el de aquellos que comparten con él la aventura Mugaritz, el universo de las personas que le acompañan en sus vivencias personales y el de todos aquellos que, presos de la curiosidad o interés por lo que en sus cocina gesta y en sus platos propone, deciden vivir las emociones que despierta un lugar único como este restaurante y sus propuestas culinarias.

Pero vayamos por partes. Hablemos de Andoni.

Se declara una persona constante, reflexiva, con templanza, aun así, algo temperamental. Dice ser tímido y admirar en los demás la seguridad personal, dado que él considera que está siempre lleno de dudas. En su tiempo libre, se escapa a compartir las tardes con sus seres queridos. Le gusta hacer las labores de papá, recoger a su niño en el cole y cocinar para él y para su niña de acogida, una pequeña de ucrania que pasa los veranos en su casa.

Andoni fue un niño que necesitaba ser estimulado, motivado. No era buen estudiante, se aburría en el colegio. Incluso me llegó a afirmar que lo mismo le pasaba en la escuela de cocina, tanto, que repitió un curso. Su madre se dio cuenta en una edad muy temprana de que él, de pequeño, no «**despuntaba en nada»**, no mostraba ninguna vocación y, por eso, lo puso a trabajar en una pizzería, casi como única salida de futuro.

Desde luego, para su fortuna y la nuestra, ha despuntado, y bien que lo ha hecho.

A Andoni, le encanta viajar y, aunque a más de uno nos sorprenderá esta afirmación suya, le encantaría ser más creativo.

Es alguien que encuentra la inspiración prácticamente en cada momento de su día, incluso a lo largo una entrevista y afirma: **«La creatividad está en todo»**.

Se considera un hombre afortunado, sobre todo por estar rodeado de gente muy muy trabajadora y humilde que le han apoyado mucho.

Su mayor reto para el futuro, como ser humano, es el liderazgo: lograr autoliderarse. Y cree que esa será una tarea que le llevará toda una vida.

Finalmente, la felicidad para él tiene que ver con la capacidad de empatizar con el otro. Disfrutar dando a los demás. Saber que puedes influir de forma positiva en tu entorno y que con tu influencia eres generador de mejora y cambio en la vida de alguien.

Es de sobra sabido que él, y su Mugaritz, se posicionan en el puesto número siete del mundo en el listado de los The World's 50 Best Restaurants. Cocinero con dos estrellas Michelin, está además galardonado con muchos premios y reconocimientos.

Como chef y empresario, sostiene que nunca imaginó llegar hasta el punto en el que se encuentra, y que los que mayores aprendizajes en la vida han sido las dificultades, los retos, retos muy a menudo autoimpuestos. Dice que necesita ilusionarse siempre, ilusionarse mucho, muchísimo…

Ha aprendido incontables cosas de los profesionales con los que ha trabajado. A cocinar lo primero, pero de esas experiencias ha sido muy consciente de los errores que no quería repetir, las formas de trabajar y de hacer que no le gustaban y que no quería replicar en su aventura en solitario.

Dice: **«Se aprende mucho más de los "conflictos". Un problema te da la oportunidad de responder con soluciones. Los premios te dan satisfacción y desde luego me agrada recibirlos, pero no te ayudan a crecer. Sin embargo, cuando te enfrentas a momentos difíciles, es cuando logras el crecimiento. O te matan o te hace más fuerte»**. Aun así, con honestidad, dice que los reconocimientos son un crédito de confianza que te da un aval para seguir adelante. En verdad, solo cuando logró ser reconocido internacionalmente, gracias a los premios, es cuando consiguió que la gente fuera a su restaurante. A partir de ahí, tuvo que hacerlo muy bien porque el cliente es implacable en su juicio.

Siempre mostró capacidad de adaptación y observación, y por eso sacó las mayores enseñanzas de sus maestros, todos grandes nombres de la cocina, y todo lo que aprendió fue capaz de transformarlo, mejorarlo y magnificarlo, hasta dar el resultado de lo que hoy es Mugaritz.

«Durante todo el período de formación que tuve y cuando trabajaba para otros, yo me hacía invisible, me adaptaba al entorno, me mimetizaba y me acostumbraba a trabajar con la manera de hacer que había en cada "casa". Me volví así flexible, al tiempo que iba aprendiendo. Claro que aprendí mucho de mis maestros, pero también aprendí lo que no me gustaba, lo mismo que les pasará a chicos que trabajan conmigo. Eso me ha ayudado a buscar el camino contrario a lo que yo veía que no me agradaba y encontrar, en ese camino contrario, mi manera de hacer la cosas, mi identidad».

Aduriz, no emprende ningún proyecto en el que no haya una componente de crecimiento, de esfuerzo sincero e interés por todas las partes. El eje de la creatividad es muy claro y presente en su propuesta: naturaleza, ciencia, cultura y salud, son pilares importantes de Mugaritz, además de la creatividad que citaba antes. Aduriz muestra claro interés por colaborar con personas creativas, aquellas que son capaces de imaginar, de estimular y provocar dudas. Por eso ha trabajado con varios profesionales con estas características: artistas, ilustradores, músicos...

Caracoles en ceviche sobre un teff helado. Fotografía de José Luis López de Zubiría.

Al enfrentarse a nuevos proyectos, siempre se pregunta: **«¿Voy a aprender? ¿Me aporta?»**. Esto es lo que le ha llevado, por ejemplo, a colaborar con la marca de ropa Loreak Mendian, que, según sus palabras, es una marca fiel a sí misma y que no ha salido de sus registros. Aunque él comenta que esta colaboración como empresario «no le aporta nada», no es así a nivel creativo y de aprendizaje y, a mi modo de ver, un muy acertado «ejercicio» de *marketing*.

Dando un paso más allá, mientras hablo de la figura de Andoni como abanderado de uno de los mejores restaurantes del mundo, debo decir que me encantó cuando me dijo: **«En Mugartiz no nacemos con la voluntad de provocar, más bien yo soy un tipo discreto. En mi restaurante no somos provocadores, sin embargo, nuestras reflexiones sobre la cocina, acaban provocando».**

Y, justamente, provocador es uno de los adjetivos que él usa para describir Mugaritz, junto con cálido y creativo. Su cocina la define como imprevisible, contenida, minimalista.

A lo largo de los dieciocho años de recorrido que lleva Mugaritz, se ha hecho muchas preguntas, la primera fue: «**¿Cómo puedo lograr hacer el mejor restaurante del mundo?, ¿Existe lo excelente de lo excelente?»**...

Su búsqueda de la excelencia, le ha llevado durante estos años a tejer una red de proveedores singulares, que le dieran acceso a productos excepcionales, con cualidades organolépticas extraordinarias y en su mayoría ligadas al territorio, el País Vasco en su caso. **«Productos y proveedores de cultura»** como le gusta llamarlos: que tengan una historia, pertenezcan a una zona, tengan una trayectoria, un porqué...

Fotografía de Alex Iturralde

Excelencia, para él, que debe de hacerse manifiesta en el producto, en las ideas que rigen sus platos, los procesos y los sistemas de trabajo.

A pesar de ser reconocida por la creatividad, Aduriz subraya que la suya es además una empresa innovadora, y esto solo se puede lograr si lo es en cada uno de los escalafones del proceso, incluido el creativo.

Mugaritz representa una perfecta sintonía entre sistematización de los procesos y artesanía que, para la consecución de

la excelencia, requiere en cada uno de los servicios que ofrece en su restaurante un sobresfuerzo estructural que, a menudo, el cliente no percibe.

Todo para orquestar la más perfecta obra, la experiencia más sublime para un comensal al que hay que llegar a sorprender a golpe minidelicias.

Para que un plato pueda llevar el sello Aduriz/Mugaritz, como el mismo me dijo, **«las cosas tienen que tener sentido, no estar buenas».** Sin duda, una curiosa afirmación puesto que hablamos de viandas.

Desafiante de los protocolos, la oferta de este año de Mugaritz es una constante sorpresa a pequeños bocados, sin una secuencia tradicional de platos y donde al llegar el cliente se encuentra una mesa desnuda. Junto a él se construirá la experiencia Mugaritz, porque esa misma mesa vacía hace que, quien se acerca a esta vivencia, lo haga poniendo todos los sentidos, no solo en el plato, si no en cada uno de los elementos que lo acompañan, el ambiente y el entorno, por supuesto. En esta concepción, los elementos que acompañan esos manjares, dejan de ser objetos, para transformarse en elementos para la consecución de la experiencia.

Al preguntarle cuál es la oferta, en el sentido amplio de la palabra, de Mugaritz, según Aduriz, está muy claro, Mugaritz simplemente tenía que existir. Su fórmula de éxito es muy sencilla: **«Mugaritz da algo que la gente necesita, sin más».**

Y... ¿qué es esto que necesita la gente? Cubrir una necesidad más allá de la necesidad, como diría la más que famosa Cocó Chanel. Vivir una experiencia única.

Aduriz afirma que los primeros ocho años fueron muy duros para el restaurante: **«Cuanto más disruptiva, compleja y excelente es la propuesta, más fácil es perder el cliente local, ampliándote posibilidades con el cliente más global. En el espacio temporal y geográfico que va de lo cercano a lo global, hay momentos muy oscuros».**

Hoy Mugaritz lo visitan personas de cincuenta nacionalidades diferentes que or-

Comedor de Mugaritz. Fotografía de José Luis López de Zubiría.

Terrina asada de colirrábano. Fotografía de José Luis López de Zubiría.

ganizan su viaje en función de la fecha de reserva en el restaurante. Solo desde la conciencia de sí mismo y de que la propuesta debe de ser lo más fiel a esa identidad, es posible agradar a los paladares de provenientes de tan variopintos lugares, de otra forma, resultaría imposible.

Por eso, hoy más que nunca, la cocina de Mugaritz se ciñe a un ejercicio de sinceridad enorme, autenticidad, creatividad pura, **«ser nosotros mismos»**, como recalca Andoni.

Para la propuesta de este año, el *leitmotive* era la **«autolimitación»**: debía de tratarse de platos que se pudieran comer todos con las manos.

Más allá de esto, en la cocina de Mugaritz impera la ley de la **«contención»**. Platos con pocos elementos y con ingredientes que deben de ser elaborados en el momento más próximo a su consumo. Platos en los cuales hay poco espacio para el error, ya que el sistema Mugaritz está hecho precisamente para minimizarlos o hacerlos desaparecer por completo. Incluso un jugo que acompaña un plato, no puede ser vertido en cantidades casuales. Todo viene medido, administrado en pipetas en la cantidad correcta, calentado a una temperatura concreta, etc., como si de un experimento en laboratorio se tratara, ya que, al alterar las proporciones de los elementos, inevitablemente se altera el resultado final del plato.

Pocos ingredientes muy bien elegidos que desnudan completamente los sabores en el paladar de quien los come, cuestión, además, que incrementa la necesidad de excelencia: máxima perfección en ejecución y en el resultado. Cuanto más **«expuesto»** está el plato, mayor es la posibilidad de fracaso, mayor es el reto hacia la excelencia. Reto que no parece asustarle a Aduriz.

Pero, cómo es el plato perfecto para él:

«El plato perfecto es aquél que desde la austeridad, el uso de pocos elementos, tiene que tocar el territorio de lo imprevisible. Es algo que cuando te llega, te hace dudar. Tiene que ser un conjunto de poesía, belleza, una serie de claves que te sorprendan».

Como indica Aduriz, hay muchas maneras de abordar la creación de un plato, desde el producto, desde un concepto, desde una técnica... En el restaurante Mugaritz ha habido platos basados en conceptos como la vanidad, la melancolía, la decadencia del paso del tiempo... casi para remarcar a los comensales elementos de la vida a los cuales a menudo se deja de dar importancia.

Mugaritz es un ecosistema creativo. Aunque a priori pueda parecer todo tan medido que deje poco espacio a la improvisación/imaginación, Anduriz sostiene que en su cocina hay un altísimo componente humano y artesanal.

Resumiendo, para que haya excelencia en Mugaritz, por un lado hay un refinado sistema para minimizar los errores, por otro, un intenso ejercicio para lograr armonizar creatividad pura, innovación, sinceridad, autenticidad… en un conjunto que resulta, finalmente, totalmente disruptivo.

Su obsesión en Mugaritz, una vez logrados los reconocimientos y la visibilidad, ha sido dotar de verdad y de contenidos todo lo que allí se hace. Tener un restaurante con historia, para que cualquier persona que quiera adentrarse en ese particular universo no encuentre una caja vacía, sino una propuesta prolífica y única.

Para el futuro, Aduriz imagina un Mugaritz aún más potente si cabe en la propuesta y en la calidad de la oferta. Un restaurante que abra menos meses y que, al reducir la temporada de servicios, consiga hacer las cosas mucho mejor.

Antes de Navidad, abrirá nuevos locales en San Sebastián y en Abu Dabi, con la pretensión de que su creatividad e innovación dé el salto a otras ciudades.

Dice que un inversor alemán quiso comprarle Mugaritz, y no me extraña nada, porque uno de los pensamientos que se me ocurrió antes de la entrevista fue que sería una maniobra muy acertada por parte de los grandes conglomerados del lujo hacerse con marcas como estas, para ampliar la oferta a sus clientes de este sector. Ya lo están haciendo con empresas *gourmet* como la icónica Pastelería Cova comprada por LVMH[1]. Vemos como los grandes hoteles cortejan a los chefs de todo el mundo para que diseñen sus menús, también vemos como diseñadores como Armani o Versace han ampliado su propuesta de marca a hoteles y restaurantes. La incorporación de Mugaritz a un grupo de lujo sería solo una consecuencia más de una tendencia al alza.

Finalmente, decir que a Aduriz le gustaría, a modo de legado y contribución a la gastronomía, que se le recordara por la forma de hacer las cosas. No por la excelencia en sí, si no por su manera de llegar a ella.

Le gustaría dejar una huella como creador de un patrón de valores, en un mundo en el cual se ha perdido un poco la lógica de aprender/hacer. Es posible, según él, ser excelente en la vida y en la cocina sin perder muchas cosas en el camino. Si no, dice «vale más el titular que el contenido».

Por último, con una contundencia desarmante para alguien que ha mostrado un **«carácter pacífico»** a lo largo de toda la entrevista, ante mi pregunta de qué le diría a alguien que no está muy convenci-

1 Vitale, Loredana: *Siente el Lujo. Una visión transversal del universo del lujo*. Capítulo 2: «Las empresas del lujo y los sectores estratégicos», pag. 232 «Turismo y gastronomía». Rasche, Madrid, 2016.

Hortensia de cacao. Fotografía de José Luis López de Zubiría.

do de emprender la vivencia experiencial en Mugaritz, me contesta: **«¡Qué no venga!»**.

Matiza enseguida diciendo que, como profesional, no quiere defraudar y que siente una profunda responsabilidad hacia su trabajo y las expectativas generadas, y que es muy difícil cumplirlas ante una postura escéptica o poco convencida. Considera que es como querer persuadir a alguien para que acuda a la ópera, no se puede.

Una persona, para ir a Mugaritz, debe de haber ya tenido vivencias similares o desear empezar a vivirlas. Si tiene conocimientos y cultura acerca de este tipo de gastronomía, mejor, sino, con sensibilidad y convicción, es suficiente para vivir la **«Ópera Mugaritz».**

Loredana y Andoni.

Terraza de Mugaritz. Fotografía de José Luis López de Zubiría.

Loredana Vitale

loredanavitale.com

sienteellujo.com

Profesional de la Consultoría Estratégica. Experta en Marketing, Comunicación y Atención al cliente. Especialista en desarrollo de marcas del segmento Premium y Lujo.

Loredana Vitale ha forjado su expertise a lo largo de un amplio recorrido profesional en el que se ha desenvuelto en distintos cargos como ejecutiva, directiva, consultora, además de impartir formación y conferencias en estas disciplinas. Actualmente además es socia fundadora y directora de Vitalissima Inter-Trading S. L.

Tras formarse en Diseño Gráfico y Publicidad en Italia, ha completado sus estudios en ESIC, cursando el Master GESCO Gestión Comercial y Marketing de Zaragoza y en el IE con el PSUL-Programa Superior de Dirección Estratégica del Universo del Lujo en Madrid. Su inquietud por aprender la ha llevado también a asistir a múltiples cursos y seminarios.