

David Ríos

MEJOR BARTENDER DEL MUNDO

“Deberíamos ponernos las pilas para recuperar la confianza de los clientes”

Si tuviéramos que situarle en el mapa de la alta coctelería internacional, el local regentado por el primer español ganador de la World Class sería complicado de localizar. Desde el municipio vizcaíno de Barakaldo, David Ríos atiende a sus clientes tras la barra de Café Kobuk, una cafetería donde se sirven pintxos, cafés y cañas, pero también increíbles gin tonics y extraordinarios cócteles. Apenas un mes antes de inaugurar su nuevo templo en Bilbao, hablamos con el barman que ha roto los arquetipos de los grandes maestros de la mixología.



Gran parte de los profesionales que participan en competiciones como el World Class Diageo provienen de reconocidos pubs, hoteles de lujo y afamados restaurantes de todos los lugares del mundo. David no. De hecho, en el proceso de las pruebas, estaba embarcado en el proyecto del que ya ha entrado en la lista de las mejores coctelerías del mundo, ¡sin haber abierto sus puertas! Su calidad como barman, autenticidad, sencillez, dominio de la técnica y elegancia en el manejo de la coctelera le han hecho llegar a la final y hacerse con el estricto jurado, formado por las mejores figuras de la mixología mundial. Ni siquiera él se lo podría haber imaginado. “Nadie se esperaba esto, yo tampoco; los jueces me vacilaban diciéndome que creían que estaría eliminado al principio, ya que nadie me conocía”.

Ríos destacó entre los 43 finalistas representantes de las capitales mundiales de la coctelería, junto a los que pasó cinco días a bordo de un crucero por el Mediterráneo haciendo gala de su arte

y creatividad con los combinados. “Se ha impuesto por el excepcional sabor de sus cócteles, su asombrosa precisión técnica y su templanza, manteniendo su compostura bajo presión extrema”, comenta Spike Marchant, global ambassador de la compañía de bebidas de alta gama. “En todo momento su personalidad brilló con fuerza”.

IH. ¿Cómo te iniciaste en el mundo de la coctelería?

DR. Fue por casualidad. A los 18 años trabajaba en un bar de Algorta donde se organizó una fiesta a la que asistió un conocido barman de San Sebastián. Era un acto sencillo y me pusieron a ayudarles. Se trataba de coctelería clásica, nada que ver con lo que hacemos hoy, pero me llamó la atención. Dos años más tarde me informé de que en la Escuela Superior de Hostelería de Artxanda (Bilbao) había un curso de un mes de duración. Es el único que he hecho. Al final es una cuestión de ser autodidacta. Detrás de un cóctel hay un proceso de horas de investigación que la gente desconoce:

infinidad de pruebas, romper miles de frutas y de gastar muchísimo dinero en bebidas... hasta que finalmente das con el producto indicado para el consumo.

IH. En 2005 decidiste abrir el Café Kobuk, en Barakaldo. Una ciudad desconocida a nivel de la coctelería internacional y en un país donde la profesión está en plena efervescencia ¿Qué se siente al recibir el título de mejor bartender del mundo?

DR. Lo normal es que gane alguien de un país muy potente en coctelería, de un bar muy reconocido. Jeff Bell, el americano que ha quedado entre los tres primeros puestos, lleva en una coctelería que está considerada a día de hoy el segundo mejor bar de cócteles del mundo. Hace unos 500 al día. Es una máquina. Yo soy muy normal, voy a mi bar todos los días... Tenemos los títulos de campeón de España e internacional de gin tonic, pero esto es otra dimensión. El

mundo de la coctelería fuera es inmenso y aquí todavía estamos empezando. Eso, al final, repercute. Que un tío de Bilbao, que ni siquiera está en el centro de la ciudad, gane a participantes que hacen medio millar de cócteles al día es alucinante.

IH. Tras recibir esta distinción te conviertes en embajador de World Class durante todo el año, acudirás a distintos eventos, darás formación a nuevos talentos, visitarás más de 21 países... En resumen, tu nombre sonará a lo largo del mundo. Una repercusión difícil de asimilar.

DR. Sé de dónde vengo y quién soy, no tengo ningún problema. Pero sí que es difícil asimilar todo esto porque de la noche a la mañana te dicen que vas a actos como la entrega de los Grammys latinos. ¡Igual estoy poniendo tres cóctelitos a Jennyfer López! La gente no sabe la repercusión que tiene. Voy a Londres a un acto y ¡me reconocen! Se me ponen los pelos de punta. El que está fuera te valora más. Los ganadores anteriores me dicen que me van a hacer la ola. Va a haber países en los que igual me tienen que poner un tío de seguridad.

IH. ¿Cuáles crees que son las cualidades que ha valorado el jurado para nombrarte ganador?

DR. Es un cúmulo de cosas. En un certamen de estas dimensiones –la final son cinco días de competición– no sólo juegas con hacer un cóctel. Influye mucho la puesta en escena, cómo hablas, qué transmites al jurado. Al final ellos actúan como clientes, y en diez minutos de competición tienes que intentar no aburrirles, después de haber pasado 30 personas antes que tú. Quieren que les entretengas, probar un cóctel increíble, que les cuentes una historia, el por qué lo has hecho así, etc. Se valora presencia, forma de vestir, cómo te comunicas.

IH. ¿En qué pruebas has tenido más dificultades?

DR. La última, la de rapidez, en la que tuve que hacer ocho cócteles diferentes en diez minutos, para mí ha sido de las más difíciles porque es una fórmula de coctelería que no practico a diario. No-



Ríos es un autodidacta hecho a sí mismo. Antes de abrir su negocio, trabajó como sumiller en el Mugaritz y como maitre en el Sheraton de Madrid

sotros utilizamos un medidor, el jigger, y en esa prueba se prescinde de él –es lo que se conoce como ‘free pouring’–. Era algo que no lo tenía trabajado y tampoco me dio tiempo a prepararlo, por lo que me daba un poco más de respeto. Las pruebas sorpresa también fueron complicadas. En una de ellas se repartieron unas cartas de póquer, dependiendo de la carta que cogías, te tocaba una caja con un contenido diferente para hacer tu cóctel. Este podía ser queso parmesano, queso al limón, mate, alguna fruta deshidratada... Son pruebas de improvisación muy difíciles. En otra de ellas nos dieron 30 euros para ir al mercado de Saint-Tropez para comprar frutas y elaborar dos cócteles. Son retos bonitos porque ahí también se ve tu capacidad.

IH. El cóctel estrella en tu paso por la competición ha sido el Ponche Vasco de Oro ¿Cuál es su secreto? ¿En qué te has inspirado para crearlo?

DR. Es un homenaje a los vascos que a mediados del siglo XIX emigraron a las zonas de California y Sudamérica a trabajar con el ganado. En Bakersfield, California, existe una colonia de vascos que siguen con nuestras tradiciones de comunidad, de juntarse a comer. En su día crearon un ponche, que aún hoy siguen haciendo, llamado Picon Punch. Yo lo modifico con Amer Picon, un ape-

ritivo francés hecho de quinina, naranjas y genciana, que se utilizaba mucho en el País Vasco francés. Arriesgo con el whisky, no muy normal en un cóctel. En un ponche se suele utilizar brandy o ron. Empleo granadina, Amer Picon, azúcar moreno, zumo de piña, naranjas, mentas, soda... La historia les gustó tanto a los jueces que, al final, es por esta prueba por la que he ganado la competición.

Campeón de gin tonic

IH. Una de las especialidades que dominas es el gin tonic –primer campeón de España en 2010 y premio internacional–. En los últimos tiempos se ha extendido el de frutas y otros ingredientes en los combinados, ¿qué opinas de estas ‘macedonias’?

DR. Hemos sido los pioneros en Vizcaya de toda esta corriente. En 2001 fuimos subcampeones de España y nadie bebía gin tonics en Algorta. Siempre lo hemos elaborado con unas bases muy concretas: cítricos, lima, pomelo, limón de Berango, que es súper aromático. Lo que pasa ahora es que entra el marketing; tienes que vender y lo haces echándole cosas. Nosotros lo hacemos pero siempre con un sentido, no cualquier cosa. Hay que emplear ingredientes que aporten algo al gin tonic, no que lo enmascaren. Entiendo que estamos en pleno ‘boom’, que todo el mundo entre al trapo y que el consumidor quiera ver

cien cosas en su gin tonic, pero no soy partidario.

IH. Este combinado sigue siendo el rey; pero también se ha hablado mucho del vodka tonic...

DR. El mundo del vodka es más complicado porque es una bebida mucho más neutra, no tiene tantos botánicos como la ginebra. Para un barman normal es más difícil hacer un vodka con tónica. A una ginebra le giras la etiqueta y puedes leer los 10/12 ingredientes que lleva, por lo tanto para un barman que no tiene muchos conocimientos es fácil. En realidad, fuera se consume más vodka con tónica que gin tonic. Aquí se nos ha ido la olla y el mundo entero alucina. Cuando pase el 'boom', puede que baje un poco su consumo, pero no va a desaparecer porque es una gran bebida. Lo que sí creo es que se está volviendo

a hacer más normal; cada vez estamos haciendo un gin tonic puro y duro, como toda la vida lo hemos consumido.

IH. Se podría pensar que trabajar con destilados premium es un lujo ¿Por qué recomendaría apostar por este tipo de bebidas? ¿Cómo se atrae a ese público dispuesto a pagar por ellos?

DR. Se pueden vender las bebidas premium en un local de una localidad pequeña. Nosotros llevamos tres o cuatro años vendiendo lo que nos da la gana, siempre jugando con el cliente, nunca imponemos. Hemos llegado a conseguir que en Barakaldo, en un barrio nuevo, el 98% de las personas que se sienta en nuestra terraza nos diga "pónme lo que tu quieras". La hostelería siempre ha sido un mundo de mucha trampa, lo que ha hecho que el cliente fuera reticente. Fiarse de una persona que te va a sacar su mejor producto y con una sonrisa es complicado. Si lo hemos logrado nosotros, creo que cualquiera lo puede lograr. Todo el mundo debería ponerse las pilas para conseguir recuperar la confianza de los clientes. Nosotros somos

los primeros que tenemos que educarle. Si ve que eres un profesional, realmente se dejará aconsejar.

IH. ¿Los españoles beben menos pero con más calidad o todavía queda camino en el conocimiento del producto por parte del consumidor?

DR. Dejamos de beber más cantidades por consumir menos pero de más calidad. Cuando sales eliges dónde te vas a tomar el trago porque vas a beber uno o dos, no siete u ocho como antes. No importa tanto pagar dos, tres o cuatro euros más, si voy a disfrutar porque sé que me lo están poniendo muy bien. La crisis está ayudando mucho: la gente se informa a través de Internet, revistas más especializadas en el mundo de la comida y de la bebida... y también exige. La crisis nos está ayudando a los bares que nos salimos de la línea a que vayamos mejor, y el que es más de batalla va a peor.

IH. ¿Se valora el trabajo del barman?

DR. Me encantaría que la gente exigiera más todavía, pero en todos los sentidos. Que vinieran a las barras y quisieran ver a un profesional detrás. Eso nos llevaría a todos, desde jefes hasta el último que ha entrado a hacer una prueba, a ponernos las pilas. Creo que es lo que falta en la hostelería. Siempre ha sido un mundo en el que se ha entrado porque no se tenía otra cosa, y ahora todo el mundo queremos especializarnos en día y medio. En Inglaterra o en EE UU el que quiera trabajar en esto tiene que pasar por una escuela si aspira a estar ahí. Si no es así, puedes tardar diez años hasta hacer tu primer cóctel.

IH. En un oficio como el de barman, en el que siempre hay algo que aprender, ¿cuál ha sido uno de tus últimos descubrimientos?

DR. Es un mundo tan complejo en el que puedes estar toda la vida aprendiendo algo nuevo. Un Negroni, que en teoría es muy sencillo (ginebra, campari y vermú rojo a partes iguales), cambia si utilizas una ginebra distinta. Con un mismo cóctel y sólo tres ingredientes, puedes hacer infinidad de cosas distintas. Noso-



Una competición de vértigo

Después de clasificarse y ganar el campeonato nacional, Ríos participó junto con los representantes de otros 43 países de todo el mundo en la World Class Competition de Diageo, a bordo de un impresionante crucero con escala en Montecarlo, Niza, St Tropez, Ibiza y Barcelona. Para llegar a la final, celebrada el pasado julio en La Monumental de la Ciudad Condal y en la que sólo quedaron 8 clasificados, los participantes se enfrentaron a varios desafíos que pusieron a prueba su creatividad, ejecución, rapidez y servicio. En la prueba 'Red Carpet' (alfombra roja), que ganó Gareth Evans, se exigió a los camareros crear un cóctel inspirado en las estrellas del famoso Festival de Cannes con especialidades de vodka. David rindió homenaje al director de cine sueco Ingmar Bergman y su película 'Wild strawberries'. Su cóctel, del mismo nombre (ver página siguiente), se presentó sobre una mano de madera barnizada y pintada en oro, que simbolizaba el premio del festival. Otros de los retos más destacables fueron la prueba de velocidad, 'Against the clock', en la que se impuso el americano Jeff Bell; 'Tapas table', cuyos ganadores fueron Jason Clark (Nueva Zelanda) y Luke Ashton (Australia), que demostraron su arte de maridar cócteles con gastronomía; o 'St. Tropez street market' (Laura Schacht, Suiza). La que le dio el título a David Ríos fue 'Punch & Glass', un reto de una hora de duración en cada bartender tuvo la oportunidad de realizar un cóctel hecho a medida firma demostrando sus habilidades al estricto jurado, compuesto por nombres de prestigio de la industria como Salvatore Calabrese, Peter Doreli, Dale DeGroff, Gary Regan y Steve Olson, entre otros. El certamen de mixología más importante del mundo comenzó en 2009 con la participación de 19 países. El pasado año, se presentaron a este campeonato barmans de 40 lugares diferentes. La prueba, realizada en Brasil, fue vista en televisión por más de 22 millones de personas.

De raíces vascas, el mejor cóctel del mundo conquista



Gold Basque Punch

PREPARACIÓN

En una ponchera, agregar *Johnnie Walker Gold*, *Amer picon*, zumo de piña, granadina y soda, azúcar moreno, naranja, menta y anís estrellado.

Colocar un bloque de hielo y enfriar.

Servir con 'twist' de naranja.



Wild strawberries

PREPARACIÓN

Majar una fresa con azúcar líquida en la coctelera. Incorporar 50 ml de vodka *Ketel One*, 20 ml de *Aperol* macerado en fresas deshidratadas, 20 ml de zumo de kumquat y pomelo, 2 golpes de amargo de naranja y clara de huevo.

Poner hielo y batir muy bien.

Servir en copa 'coupete' y decorar con fresa deshidratada, menta y 'twist' de limón de Berango.



The Jigger Cocktail, marca personal

Fan de la coctelería clásica pura y dura, a Ríos le seducen los tragos con notas amargas. Son precisamente este tipo de cócteles, en los que se aprecian los destilados, con los que más cómodo se siente. Desde el próximo mes de noviembre se podrán disfrutar en su nuevo local de Bilbao: The Jigger Cocktail. Su carta estará compuesta por la veintena de creaciones realizadas en la competición, a las que se sumarán recetas originales con el toque del barman, hasta sumar unas cuarenta especialidades. Además de una amplia oferta de ginebras, vodkas, whiskys y champán, también contarán con los mejores vinos y cafés del mundo. "Queremos equiparnos en coctelería a lo que sucede en la alta gastronomía. De hecho, ya nos quieren relacionar con El Celler de Can Roca", apunta orgulloso el mejor barman del mundo.

tros preparamos un cóctel añejado en barrica. Durante un mes dejamos la barrica con Pedro Ximénez en su interior, lo que le aporta sabores y texturas. La colocamos en el bar con el cóctel dentro durante un mes y medio, tiempo en el que el cliente tiene que apuntarse a una lista para poder probarlo. Se trata de jugar con la demanda, darle los motivos a la gente y crear una experiencia única. Existen infinidad de nuevos materiales que se pueden utilizar, siempre con bases. La coctelería molecular es ahora muy popular, pero ¿es vendible? Hablamos de negocios. Todo tiene que tener una compensación, debes hacer un producto increíble pero al que la gente pueda acceder. Muy poca gente paga 500 euros por un cóctel.

IH. En cuanto a las tendencias que se impondrán detrás de las barras, ¿cuáles crees que despuntarán?

¿Hay diferentes gustos dentro de España?

DR. Madrid y Barcelona marcan la pauta en todos los sentidos en este país, también en este ámbito. Se consume mucho cóctel clásico pero nunca se dejan de lado los mojitos, las piñas coladas...

Es un tema cultural. En España, al igual que sucede en los países latinos, la gente está acostumbrada a beber tragos más dulces, con mucho más zumo, muy grandes, con decoraciones enormes. Pero esto está cambiando, nos estamos haciendo un poquito más europeos. Ya no trasnochamos como antes, tomamos un trago y lo hacemos a las ocho de la tarde. Antes, lo de tomar algo después de comer era impensable. Ahora los domingos a las 5 de la tarde sacamos una riada de copas, gente joven que viene a disfrutar de un gin tonic en compañía de su pareja o amigos, y no a emborracharse. H