

Fecha: 01-10-2024
Medio: Revista Velvet
Supl. : Revista Velvet
Tipo: Noticia general

Pág. : 132
Cm2: 422.0
VPE: \$ 460.397

Tiraje: 6.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

Título: TIGRE LA FERROZ APUESTA DE LOS CREADORES DE EL TORO

Albert Cussen
y Chris Portugal, los
hombres tras El Toro
y la apuesta por Tigre.



TIGRE

LA FERROZ APUESTA DE LOS CREADORES DE EL TORO

CONCEBIDO COMO UN HERMANO DEL ICÓNICO RESTOBAR, UN EJEMPLAR ÚNICO EN LA INDUSTRIA, EL NUEVO Y SALVAJE BISTRÓ CUIDARÁ CADA DETALLE, DESDE SU INTERIORISMO HASTA LA CARTA, CON UNA CAVA FUERA DE SERIE. PODRÍA ESTAR EN NUEVA YORK O PARÍS, PERO ESTÁ JUNTO A SU CLÁSICO REFERENTE EN ALONSO DE CÓRDOVA. SE ESPERA QUE SEA EL LANZAMIENTO GASTRONÓMICO DEL AÑO.

Por **Claudia Paz González**
Fotos **Bárbara San Martín**

UNA DE LAS TENDENCIAS EN BOGA EN LAS GRANDES CAPITALES GASTRONÓMICAS DEL MUNDO ES EL ESTABLECIMIENTO DE UN SISTEMA DE TURNOS PARA LA ESTADÍA DE LOS CLIENTES. “Dicen que hacia allá va el negocio, pero es precisamente lo que nosotros nunca haríamos. Sería matar nuestra esencia y lo que buscamos replicar con este nuevo espacio”, afirma Albert Cussen, mientras supervisa los últimos detalles de Tigre, a semanas de su apertura. Reconocido empresario, consultor y uno de los hombres que más sabe de vinos en Chile, espera sin ansiedad el inicio de una marcha blanca que ha generado grandes expectativas. “Tenemos la suerte de que disfrutamos mucho nuestro trabajo, y buscamos precisamente que la gente se quede tres, cuatro, cinco horas pasándolo increíble”, agrega su socio, Chris Portugal, el hombre detrás del éxito de El Toro. Ambos son el reflejo de la comunión que se da en este espacio, donde conservadores y progresistas se unen en torno a un brindis interminable. “Nos complementamos perfecto”, dicen al unísono, con una sonrisa que resume el fin de un proceso que pronto verá la luz.

—¿Cómo nace Tigre?

Chris Portugal: Conversando, con una copa de vino, como hacen todos nuestros proyectos.

Albert Cussen: Observamos la construcción de este local, donde

primero estuvo un restaurante y luego una cervecería. Cuando cerraron, empezamos a pensar qué podíamos hacer ahí. No queríamos agrandar El Toro porque habría sido como matar su esencia.

Chris: Ni tampoco queríamos tener vecinos nuevos (risas), pero la verdad es que las circunstancias nos llevaron hasta acá. Vimos la génesis del edificio y, cuando quedó desocupado, comenzamos a visualizar algo nuevo, con colores e identidad propia. Así iniciamos el trabajo con los interioristas Hugo Grisanti y Kana Cussen.

Apuntar a un mercado ecléctico, con énfasis en conquistar a las nuevas generaciones, es el leitmotiv de Tigre, un local que le hace honor a su hermano, El Toro. Comparten la luz tenue, música que acompaña y anima sin invadir, y una terraza que transporta a los jardines invernales de Madrid. Pero el ADN de estas ‘bestias’ se manifiesta con mayor fuerza en el espíritu gozador que invita a reinventar la bohemia, herida por la pandemia. “Hoy hay un público sub35 con pocos espacios donde puedan disfrutar espontáneamente, en un ambiente relajado, ‘como en casa’. Una especie de ‘club de amigos’. Hacen falta más lugares donde las personas lleguen solas y puedan encontrarse con algún conocido o amigo, como pasa en El Toro. Es una de las claves de la fidelidad de nuestros clientes”, asegura Portugal.

Si en El Toro el color es el rojo, en Tigre domina el verde, acom-



pañado de tonalidades de azul y camel, dando una impronta que promete sorprender. En ambos restaurantes, la estética se resalta en los detalles, desde las barras y sillones hasta los murales, que, en conjunto, dan la sensación de estar en una obra de arte que, lejos de intimidar, invita al carpe diem. Las pérgolas, el paisajismo a cargo de Proyecto Selva, las sillas de inspiración parisina y los cuadros de Tigre en diversas formas destacan en esta propuesta atemporal que podría estar en cualquiera de los barrios gastronómicos más importantes del mundo.

En sintonía con lo que ocurre en el hemisferio norte, Cussen y Portugal decidieron que la carta se enfocara en platos para compartir. “Somos sibaritas. Yo soy el chef ejecutivo y mi partner es viñatero, así que la selección ha sido intensa, pero lo hemos disfrutado. Nos sumamos a la tendencia relajada y poco pretenciosa, con una carta tipo bar que sigue el formato de El Toro. Ahí vemos noche a noche cómo los ‘toreros’ piden platos para picotear, toman algo y siguen

con más platos para compartir”, explica Cussen. “En Tigre vamos a tener 15 platos de picoteo, cinco de fondo y cinco postres. Habrá un plato sorpresa que la cocina torera regalará al nuevo integrante de la familia”, adelanta.

La creación de la carta de vinos y espumantes merece mención especial. “Hicimos una preselección de 90 vinos basados en la guía ‘Descorchados’ de Patricio Tapia. De ahí, contactamos a las viñas y realizamos una cata a ciegas durante dos días, seleccionando 40 vinos, más de lo que pensamos inicialmente. Esperamos que el público nos oriente para reducirla. Todos los vinos son nacionales y en otros restaurantes están al doble de precio”, destaca Cussen. Las botellas seleccionadas pertenecen a 30 viñas nacionales, entre las más reconocidas y algunos secretos de la industria. “Es una carta diversa y entretenida. Nos interesa apoyar proyectos pequeños, con variedades menos comerciales, para que el público amplíe su conocimiento, porque en general somos conservadores al pedir vino”, concluye. ■