

Diseño comestible

Cinthy Esquivel Rojas
Diseño de la Comunicación Gráfica

Nuevos sabores, texturas

La comida entra por los ojos, de eso no hay duda, y eso en Francia, la cuna de los chefs más importantes del mundo, lo tienen muy claro. En especial Edouard Malbois y Philippe Baumont-Pagani, fundadores de Enivrance, una empresa que se dedica a crear colecciones de “alta costura” de alimentos y bebidas. La idea es cambiarle la apariencia a la comida, crear texturas y colores e inventar combinaciones de olores y sabores.

Malbois y Baumont se unieron con el propósito de diseñar, como se hace en el ámbito de la moda cada año, creando sus propias colecciones de “alta costura”, sólo que utilizando frutas, verduras, carnes, harinas y azúcares.

Esta novedosa idea busca dotar de una nueva apariencia a la comida, creando alimentos en forma de bloques, burbujas, cápsulas y ladrillos apilables. Bloques de verdura para llevar a todas partes, burbujas de aceites y aderezos llenos de especias que explotan al metérlas a la boca, perlas de tequila o cualquier bebida, frutas hechas gel. El resultado de todo esto se resume en nuevas texturas y colores, aromas y sabores que brindan una experiencia de diseño al elemental acto de comer. Además, este amplio catálogo incluye bebidas en donde la estrella es, sin duda, el agua, a la que le aumentaron la densidad y le agregaron lentejuelas comestibles. Todas estas novedosas ideas tienen también que ver con el

Texturas y apariencias



de la ciencia la práctica culinaria, creando así toda esta amplia gama de posibilidades, como el batido, la gelificación y el aumento de la viscosidad, por mencionar sólo algunos. Por momentos uno no sabe qué es lo que tiene en frente, si se trata de algo salado o dulce, gelatinoso o esponjoso, sólido o cremoso y, sin duda, esta forma de cocina brinda experiencias sensoriales no sólo al paladar y a la nariz, sino también a los ojos.

También podemos observar cómo el diseño influye en el mundo de la comida en la parte de los empaques, lo que los diseñadores llaman “el diseño de la atmósfera”, creando productos comestibles que se adaptan al acelerado estilo de vida que llevamos hoy en día. A partir de esta idea se concibieron sopas instantáneas, minisandwiches contenidos en un tubo, sopas en tetrapack, entre muchas otras.

Por su parte, el diseñador Philippe Di Meo se interesa en la dimensión erótica de los alimentos. Di Meo lanzó una serie de productos destinados a la celebración de San Valentín, entre ellos, un tacón alto de tamaño natural de chocolate blanco y mazapán o un tapón de botella de champaña que permite derramar unas gotas en cualquier lugar, dejando libre curso a la imaginación de los amantes. “La comida y el sexo han avanzado mano a mano desde los tiempos prehistóricos”, recalca.

La vida del diseñador tiene muchos puntos afines hoy en día con la del gastrónomo, ya sea diseñando una vajilla o un comedor en el caso de los industriales, el empaque de algún postre o la carta de un restaurante para los gráficos y, a su vez, el quehacer de un chef ya no puede alejarse del diseño, pues gran parte del gusto por la comida es por cómo ésta luce en el plato. 🍒



Imágenes www.enivrance.com