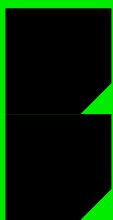
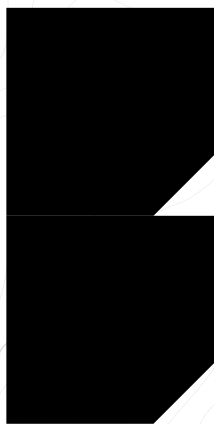


EL FUTURO DE LA COMIDA EN LOS ESPACIOS DE TRABAJO

UN TERRITORIO WANDER





UN TERRITORIO WANDER.

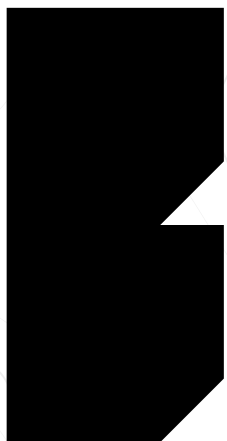
Llevamos 15 años haciendo proyectos de consultoría estratégica pero también haciendo amigos: clientes y profesionales que nos han dado la oportunidad de crecer intelectual y personalmente, lo que ha ido calando en nuestra forma de trabajar hasta que hace unos meses emprendíamos WANDER, un nuevo servicio cuyo objetivo fundamental es el de potenciar la actitud del explorador, del que ansía descubrir lugares que no están en los mapas, que abraza la incertidumbre y que no tiene miedo a perderse.

WANDER es también un nuevo formato que permite descubrir retos estratégicos con la participación de varias compañías y que involucra talento diverso, pero que sobre todo quiere crear y compartir contenido más profundo que nos dé acceso a retos que humanizan nuestra forma de hacer negocios.

Será posible gracias a una nueva forma de trabajar que conecta los procesos de Arte, Diseño y Negocio. El Arte como una herramienta de exploración y descubrimiento del mundo, el Diseño como un proceso que nos permite dar soluciones y los Negocios como una forma de impactar positivamente en la sociedad.

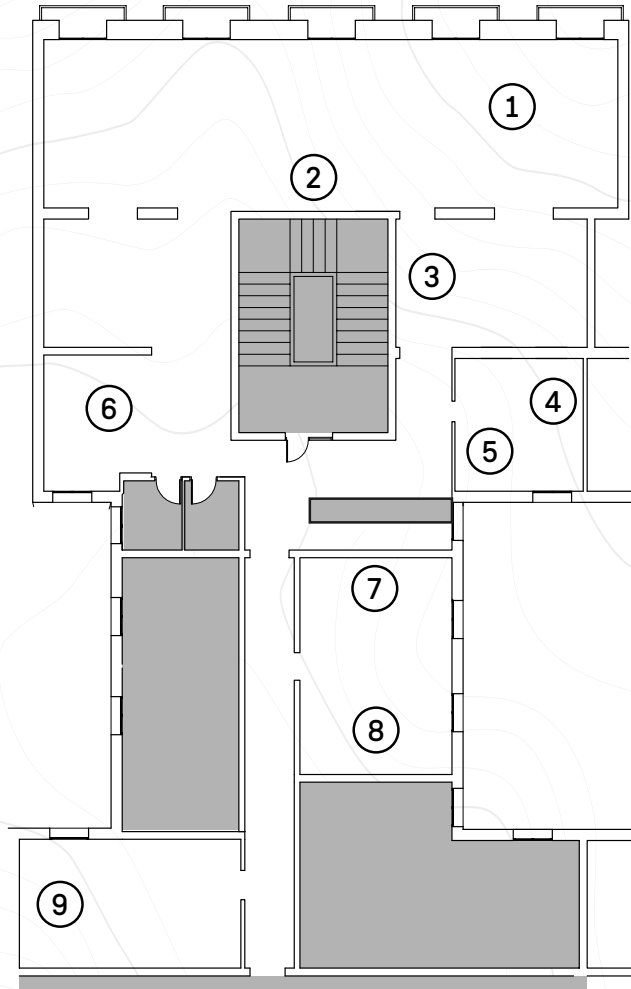
Estás aquí porque ya hemos empezado. La misma actitud del explorador nos ha lanzado a un territorio en proceso de cambio y que además tiene un gran impacto en la sociedad: La comida en los espacios de trabajo. Este catálogo y la exposición que lo acompaña es nuestra forma de compartir y hacer sentir al espectador nuestro viaje, nuestros descubrimientos y las oportunidades que estos traen.

Bienvenidos a WANDER, un espacio de exploración y talento.



CONTENIDO

- 07. Artefactos
- 27. Ensayo
- 43. Acnos

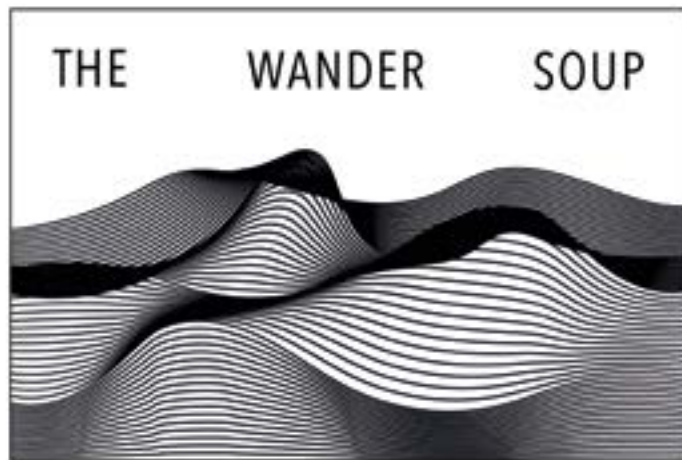


1. The Wander Soup
2. De unos pocos a millones
3. 18 ingredientes
4. Retratos con comida
5. Recetas
6. IA para facilitar el lunchtime
7. Digresión Holística Escalable
8. Loop Memes
9. La receta extendida

ARTEFACTOS

UN ARTEFACTO
ES UNA HERRAMIENTA
PARA PENSAR.

SU SIGNIFICADO
ESTÁ ABIERTO
A LA INTERPRETACIÓN
DEL ESPECTADOR
PERO LA INTENCIÓN
EN SU REALIZACIÓN
ES CLARA.



Wander Soup.

PERFORMANCE E INSTALACIÓN DE MEDIDAS VARIABLES.
NATALIA CISTERNA (LA MOJIGATA), 2018.

Quizás fue la necesidad de ablandar los alimentos para poder comerlos con más facilidad o simple curiosidad por mezclar el líquido con el sólido sobre una llama de fuego y dentro de las primeras ollas de cerámica. Nunca sabremos cuál fue el detonante, lo que sí sabemos es que fue el descubrimiento de la cocina y de la sopa: la receta más antigua de la Historia. Cada país, región o pueblo la ha hecho suya variando los componentes del caldo según su religión, su clima, su entorno, sus supersticiones o su clase social. Cada ingrediente, cada matiz añadido, es una muestra de identidad. Hay tantas recetas de sopa como seres humanos hay en el mundo.

La sopa ha sido dieta de guerreros, de monjes y de reinas, recurso de supervivencia para pobres y siempre y hasta nuestros días un gran remedio medicinal. La sopa reconforta el cuerpo, pero también el alma. Asociamos su temperatura al calor del hogar y recurrimos a ella cada vez que necesitamos sentirnos mejor. La sopa nos retrotrae a la infancia y nos acerca a lo básico, a lo esencial.

La sopa ha evolucionado y se ha transformado a medida que nosotros lo hemos hecho. La hemos congelado, concentrado, liofilizado, deshidratado, envasado y cocinado de mil formas distintas. Frías, calientes, vegetarianas, de pescado, de aves o de carnes, espesas o ligeras... La sopa tiene más de 7.000 años y sigue siendo una de las 10 "recetas" más apreciadas y consumidas en el mundo.

La sopa es "el lugar común" de la alimentación. Una muestra viva de cómo la comida está ligada fuertemente a nuestras tradiciones y a nuestra cultura, pero también expuesta a una evolución constante.

Esta instalación es una invitación a cocinar una sopa colectiva. Una nueva receta. Una nueva identidad. Elige tu ingrediente favorito y ponlo a hervir. Formarás parte de esta receta de edición limitada de La Sopa Wander.



18 ingredientes.

Vídeo monocal 10'33".
Manuel Vázquez, 2018.



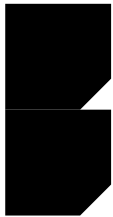
La identidad es un concepto trascendente en la sociedad contemporánea y que es necesario entender desde múltiples variables y perspectivas. Sin embargo es un fenómeno complejo y delicado cuando se aborda frontalmente. Es un fenómeno individual pero también colectivo, que depende del contexto, es cultural y reacciona al entorno. Nuestro mundo camina hacia una identidad múltiple o extendida. Esto parece muy complicado.

Sin embargo la comida como vehículo de identidad ha resultado un lugar fácil de recorrer.

Percibimos la gran carga emocional que tienen algunos alimentos. Hablamos de lugares, momentos vitales, recuerdos, personas, sensaciones, conceptos, retos, manías... Eres lo que comes y nos resulta fácil hablar de comida.

El 11 de diciembre de 2018 pedimos a cada miembro del equipo de Soulsight un ingrediente para incluir en una despensa. Aunque los participante de la acción no lo sabían, al día siguiente un chef –Gourmetillo– improvisó un menú con los 18 ingredientes. Esta pieza está elaborada a partir de lo que ocurrió ese día.

Ver vídeo: vimeo.com/328419871



Retratos con comida.

17 fotografías B/N de 13x18cm.
Manuel Vázquez, 2018.



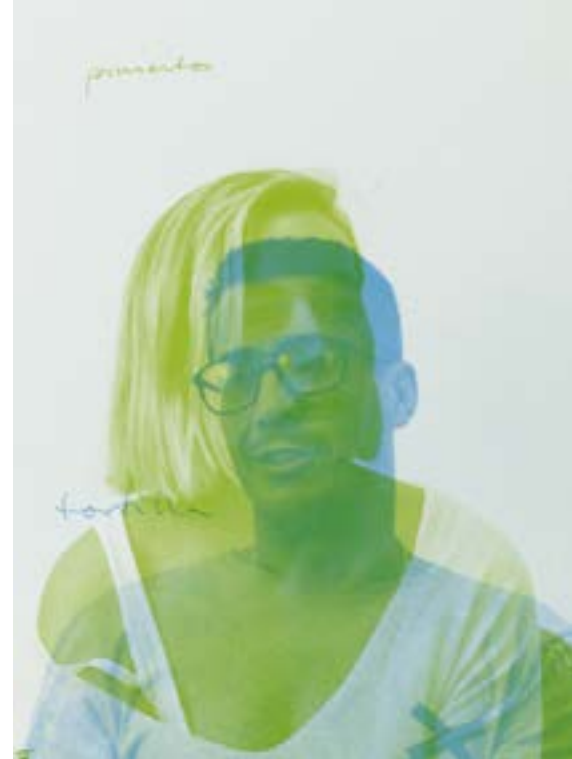
El retrato es uno de los lugares más frecuentados por la pintura, la escultura, la fotografía, la literatura, el cine... Cada disciplina ha añadido al rostro del retratado una dimensión diferente: el tiempo, la materia, el instante, el lenguaje, el comportamiento... de alguna manera el artista incluye un ingrediente fuera del retratado que hace posible un retrato con alma.

Cada uno de los 17 retratos de esta pieza son un fotograma de vídeo de un instante específico de una conversación sobre comida. La imagen incluye la expresión del entrevistado y el alimento del que estaba hablando en ese instante.



Recetas.

9 fotografías color de 10x15cm.
Manuel Vázquez, 2018.



Aparentemente una receta es algo sencillo o al menos pretende serlo. La mayoría de las recetas incluyen ingredientes, la cantidad de cada uno y la forma de cocinarlos, hasta ahí es sencillo.

Luego resultan sabores, texturas, olores, colores que son procesados por nuestra sensibilidad hasta que aparece la emoción, la cultura, los recuerdos, tu propia identidad. Infinitas posibilidades de sentido en cada persona. Cada receta es un reto para nuestra sensibilidad.



De unos pocos a millones.

Instalación mural de medidas variables.
Manuel Vázquez, 2018.



Esta instalación explora el proceso de adaptación de personas, empresas e industria alimenticia al fenómeno de la desaparición de la cocina y de como hemos pasado de cocinar para unos pocos a cocinar para millones.

Este proceso tiene un impacto enorme en la sociedad y, sin embargo, no somos del todo conscientes de ello. La instalación trata elementos como la despensa, la identidad, la productividad, la quinta gama... elementos que conforman un relato específico pero que sobre todo invitan al espectador a profundizar en busca de una reinterpretación de nuestro comportamiento social, económico e incluso político, alrededor de la comida.



I.A. para facilitar el lunchtime.

Videoinstalación de medidas variables.

Pedro Enríquez de Salamanca y Glez. (Furby) y Manuel Vázquez, 2018.



Se han generado diferentes lecturas de gran interés y estímulo a través del diseño y la simulación de una aplicación con IA y reconocimiento facial para facilitar al chef una experiencia personalizada y emocional en el proceso de selección de la receta para trabajadores en su *lunchtime*.

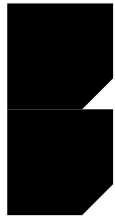
Por un lado se ha introducido un elemento enriquecido techno-emocional para acompañar al dato puro de un estímulo emocional que lo dote de sensibilidad.

Por otro lado la diferencia entre lo que trackea la máquina en el rostro y lo que percibimos nosotros como espectadores no siempre coincide, a veces es todo lo contrario. Las limitaciones del *face-recognition* abren el debate de la *affect-recognition*.

Y también habilitamos a la máquina para generar una imagen original de la receta —un GaN— y por tanto potenciar la colaboración entre máquina y chef creando un contraste que refuerza lo humano en la aportación del cocinero.

Esta pieza junto a sus tres observaciones permite dar fuerza y sentido a una gran conclusión por seguir explorando: La Máquina Humaniza.

Ver vídeo: vimeo.com/328416995



Disgresión holística escalable. La pared del futuro.

Instalación de medidas variables.

Pedro Enríquez de Salamanca y Glez. (Furby), 2018.



La investigación y revisado de los informes de tendencias, noticias o *papers* asociados al futuro de la comida nos permitió identificar lugares mal iluminados que atrajeron nuestra atención y esfuerzo.

Así comenzamos a proyectar tres escenarios posibles para el futuro lejano, también asociados al universo de la alimentación y la comida. Un escenario apocalíptico liderado por una conciencia Maltusiana donde recursos y personas no son variables compatibles, y en contraste, un futuro de absoluta plenitud y felicidad liderado por un colectivo llamado Cornucopiano. Ambas dan sentido a un tercer escenario intermedio de conciencia del reparto denominado Egalitarians y que cuenta con gran apoyo de la mentalidad co-laborativa.

Desde este triple escenario de proyección realizamos ejercicios de exploración desde la actualidad que nos permiten alcanzar planos de estilo de vida general para finalmente focalizar en el entorno laboral. Así podemos trabajar la extensión del presente seleccionando propósitos, espacios de exploración, claves de impulso a futuro y oportunidades de extensión para nuestra compañía o negocio.

Una pared para visualizar el futuro que no existe y hacerlo posible extendiéndolo desde el presente.

Leer artículo: soulsight-thoughts.com/digresión-holística-escalable-la-pared-del-futuro



Loop MEMEs.

6 Vídeos Monocanal. 6'04".

Pedro Enríquez de Salamanca y Glez. (Furby), 2018.



Potenciar la investigación en profundidad desde lugares mal iluminados, trabajando los contenidos de actualidad, entendiendo el contexto de realidad en el universo de la comida a través del arte, cine, medios, etc. Así emergen ideas diferenciales que por contraste dan fuerza a conceptos en forma de MEMEs audiovisuales que permiten la interacción cultural, la reflexión no obvia y la difusión de elementos comunes de transición.

6 vídeos doble-visión de formato original que despiertan curiosidad, activan conversaciones y permiten entender de manera lateral la nueva relación con la comida que se dirige a un lugar inhóspito que el ser humano no ha vivido ni imaginado (todavía).

Contenido original en forma de memes listos para lanzarse a las redes con el fin de despertar e incitar a la conversación.

Ver vídeo: vimeo.com/328415773



La receta extendida.

Vídeo Monocanal. 18'08".

Pedro Enríquez de Salamanca y Glez. (Furby), 2018.

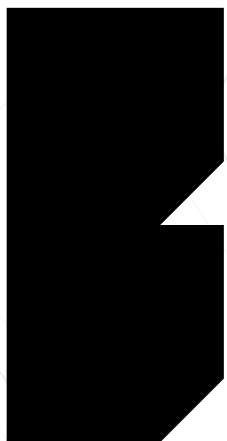


Ejercicio audiovisual que explota la técnica del “screener” sobre contenidos originales y artísticos que ya reflexionan sobre el universo de la comida. Un ejercicio que pone especial hincapié en el nuevo papel que debe asumir la receta: dejar de ser un legado o una herramienta de elaboración para extenderse, aumentarse y enriquecerse.

Un ejercicio que reflexiona a partir del montaje de momentos e instantes de otras piezas para conformar un discurso único que describe el potencial futuro de la extensión de la receta: para dar respuesta a la necesidad social, la disminución de la despensa o la elaboración para millones.

Una nueva receta que permite extender su potencial al estilo de vida, la identidad, el recuerdo, la mente o el status.

Ver vídeo: vimeo.com/328412334



ENSAYO

UN TEXTO POR CADA UNO
DE LOS AUTORES QUE HAN
EXPLORADO EL TERRITORIO
DE LA COMIDA.

CADA UNO DE LOS AUTORES
DE ESTA EXPOSICIÓN
HA COMPARTIDO EL MISMO
VIAJE PERO SU RELATO
ES DIFERENTE.

Notas para reintegrar la comida.

Manuel Vázquez.

Vivimos un proceso de transición hacia una nueva interacción con la comida (HFI: Human Food Interaction).

Lleva ocurriendo más de un siglo. Desde principios del siglo XX nuestra relación con la comida ha ido cambiando y esto ha desencadenado consecuencias profundas en la sociedad aunque no siempre seamos conscientes del gran impacto de estos cambios: cada vez cocinamos menos, han desaparecido los códigos que regían horarios, lugares y formas de comer, desconocemos el origen de nuestros alimentos, la malnutrición sustituye a la desnutrición...

Los retos no son las soluciones.

En este proceso de transición hacia una nueva interacción o relación con la comida es importante entender y ser conscientes de los retos que hay detrás. Los *retailers* buscan acortar costes de intermediarios y logísticos. Los productores mitigan ineficiencias y mejoran la producción. Los usuarios quieren comer mejor y saber lo que comen. Estos retos no pueden confundirse con las soluciones o posibles herramientas que podemos usar para solucionarlos: impresión 3D de comida, *delivery* con drones, *smart food*, automatización de la cocina...

Tiempo para la cocina.

Nuestra coartada es que no tenemos tiempo para cocinar pero por otro lado cada vez hay contenidos relacionados con la cocina o que incluyen la cocina: *realities*, series, documentales, películas... No tenemos tiempo para cocinar pero si para ver cómo otros cocinan.

La cocina desaparece.

La prolongación de la jornada laboral y el trabajo de la mujeres fuera de casa sin que se hayan redistribuido los roles dentro de la familia, ha provocado la disminución de las horas dedicadas a cocinar. Ocurre progresivamente desde principios del siglo pasado.

No sólo la actividad de cocinar, también el espacio cocina de nuestras casas es cada vez más pequeño. Espacios asociados a la cocina como las despensas también han perdido sentido.

La cocina también desaparece de los restaurantes en busca de mayor eficiencia y mejores márgenes centralizan sus cocinas (quinta gama) o incluso con su externalización (Deliveroo).

Hay muy pocas empresas que cuenten con cocina para sus empleados y los menús a los que estos tienen acceso son cada vez menos variados. Según estudios realizados por la Armada americana, la monotonía reduce la ingesta de comida y el rendimiento.

En este entorno, la ensalada es la reina del menú diario. Comemos ensalada cuatro veces a la semana y ni siquiera nos hemos parado a pensar ¿por qué?

Perdida de identidad.

“Eres lo que comes” no sólo hace referencia al papel clave de la comida en nuestra salud. La comida te permite estar sano pero también, en un sentido más emocional, puede hacer que te sientas mejor o peor, darte placer, sorprenderte... La comida está íntimamente ligada a cada persona, por su capacidad para reco-

nectar con momentos, lugares, culturas, personas... por nuestros gustos y manías. Todo esto es identidad y es algo difícil de gestionar cuando cocinamos para millones.

La cocina ha pasado de ser una necesidad básica a un problema complejo.

Hemos pasado de cocinar para unos cuantos a cocinar para cientos, miles e incluso millones si pensamos en los productos alimenticios de quinta gama. Esto añade complejidad a la cocina al hacerse críticas variables como la seguridad, la logística, los residuos, la procedencia de los ingredientes, la información o la personalización.

Alimentos bajo sospecha.

La preocupación cada vez mayor por lo que comemos es una consecuencia lógica de la pérdida de integración de la comida en el día a día. La cocina desaparece, la receta es secreta, el ingrediente oculto, el sabor ambiguo, el origen desconocido... Cuando la información sobre lo que comemos no es lo suficientemente transparente y grandes corporaciones ganan cada vez más dinero, la sospecha es inevitable.

Desiertos de comida fresca.

Los grandes supermercados basan su localización en la demanda y eso hace que modifiquen su oferta y su localización. En UK, según publica The Guardian, existen zonas rurales y urbanas donde no existe oferta de productos frescos. Si observamos los lineales de los supermercados de Madrid, veremos que la oferta de frescos en el sur, no es igual a la del norte de la ciudad.

Lunch time.

EL 40% de las personas que buscan trabajo lo hacen a la hora de comer. También aprovechamos para revisar nuestras redes sociales, gestionan asuntos personales... hay personas que aprovechan para desconectar, para relacionarse con otros, hacer

negocios... algunos incluso se posicionan política o éticamente cuando comen. Parece que en la llamada hora de comer, comer no es lo de menos. Ha pasado a ser una hora comodín.

La receta extendida.

Si la comida a pasado de ser una necesidad básica a un problema complejo. Las recetas de nuestra abuela dicen cosas como: un puñado de pasas, más tomate que cebolla, una cantidad generosa de... Las recetas de hoy incluyen cantidades e instrucciones más específicas como –deshidratar a 55°C por espacio de 48h o –con una espátula dar forma consiguiendo un triángulo de unos 3cm de alto y dos lados de 12cm y uno de 8cm.

Y no sólo eso, hemos pasado de cocinar con una media de 6 ingredientes a 69 en platos precocinados. Por si eso no fuese suficiente analizamos la comida a nivel molecular en busca de nuevos sabores o editamos el ADN de alimentos para mitigar componentes alérgicos.

La comida es hoy igual de compleja que hace siglos pero la forma en que la cocinamos o procesamos ha cambiado. Hay muchísimos más datos que ingredientes y esa es la razón por la que recurrimos a la *AI* y a *Machine Learning*.

Por la misma razón las recetas van más allá de una selección de ingredientes y cómo cocinarlos. La complejidad de la comida nos lleva a incluir más elementos: el recipiente, el espacio, la tecnología, la emoción... de alguna forma funcionan como complementos alimenticios que mitigan carencias o potencian virtudes de la comida.

Complementos alimenticios.

Desde siempre hemos incluido complementos en la comida cuando sentimos que le falta algo. Hay complementos que potencian el sabor como el glutamato, añadimos nutrientes como vitaminas, aminoácidos, fibra... Pero de alguna manera hay más:

las etiquetas alimentan nuestra falta de información, los certificados complementan la falta de seguridad y las películas, documentales o programas de TV que hablan de comida añaden emoción a nuestra ensalada.

Comer en el espacio de trabajo.

Nuestra interacción con la comida está limitada en el espacio de trabajo. Primero porque una interacción completa supone una barrera para la productividad y la eficiencia de la empresa. Segundo porque cocinar en las empresas tiene barreras a las que todavía no hemos dado solución: olores, limpieza, tiempo, residuos, conservación de frescos, reutilización de alimentos, capacidad de improvisación, transporte, coste...

Sabemos que un empleado bien alimentado y sano trabaja más y mejor pero la solución que hemos diseñado para que los empleados coman es muy precaria. Resulta triste ver la hilera de microondas, mesas y sillas baratas. Otras veces corremos el riesgo de parecernos demasiado a ganaderos alimentando a sus animales para mejorar su producción.

Lo peor es que comportamientos y hábitos que empiezan alrededor de la jornada laboral se extienden a nuestras casas y a nuestros momentos de ocio. Da la impresión de que no hemos pensado mucho para solucionar una necesidad que es básica y tiene un altísimo impacto en la vida y la salud de las personas.

Leer artículo: soulsight-thoughts.com/notas-para-reintegrar-la-comida

De comer fuera a nos cocinan fuera.

Pedro Enríquez de Salamanca y Glez. (Furby).

Uno de los momentos álgidos del proceso de investigación y reflexión fue la aparición de ciertas afirmaciones categóricas no obvias (ACNOs) que volatizaron los espacios ya iluminados y permitieron profundizar en lo inesperado... incluida la serendipia.

Clave de bóveda fue descubrir que habíamos pasado de “comer fuera”, viviendo ese momento como celebración y acontecimiento especial, a una realidad donde literalmente “nos cocinan fuera” como hábito...

La realidad laboral emancipada, da igual si eres autónomo o asalariado, ha impuesto la deslocalización de la comida en el hogar para extenderse al millar de oportunidades que han nacido en las últimas decenas de años: desde los clásicos menús del día o el primigenio take-away en forma de bocata a la actual cuarta y quinta gama fresca empujada por las cadenas de gran consumo (y que llegan a la oficina a través de la Vending Machine) o al actual modelo delivery de las cocinas fantasmas.

La cabeza da vueltas cuando comprendes que un hábito nacido al calor del horario laboral se ha expandido a todos los ámbitos sociales con hijos acostumbrados a comedores y meriendas prefabricadas, cenas rápidas familiares con comida ya elaborada en mayor o menor medida, recetas como legado que dejan de tener sentido por ser un esfuerzo no recompensado, abrazos a la

facilidad de lo preparado para dejar de cocinar como prioridad ancestral... nos cocinan fuera y nos hemos acostumbrado rápido.

Desde esta lógica surge la pormenorizada desaparición de lo que entendemos hoy como cocina para descubrir de sopetón que la despensa también se deforma... así hasta el punto de entender que cocinar para otros se convierte ahora en el acontecimiento, en el motivo de la celebración y no al revés... y por ende hacer la compra comienza a ser “otra cosa” y las cadenas de gran consumo se aplican en entender identidades, comportamientos y momentos para no dejar de vender y construir la confianza que les legitime como proveedor de comida, en franca competencia con restaurantes, caterings, fabricantes de quinta gama o marcas de alimentación que a su vez deben replantearse su futuro estratégico a medio-largo plazo...

El matiz es importante porque pasar del “comemos fuera” a “nos cocinan fuera” es un cambio total de paradigma que empuja la realidad general a un lugar nunca antes experimentado ni vivido en el contexto de una necesidad tan sensible (¡y básica!) como es comer o cocinar.

Leer artículo: soulsight-thoughts.com/de-comer-fuera-a-nos-cocinan-fuera

“Food is disruptive to the workplace” (o cómo la comida es un dolor para las empresas).

Pedro Enríquez de Salamanca y Glez. (Furby)

Cuando descienes en la proyección de realidades alrededor de la comida en el lugar de trabajo pronto destaca la sensación de que la comida es un problema demasiado complejo... y encima sensible.

Como compañía no sabes si tienes o no que ofrecer soluciones para el *lunchtime*. Es evidente que la gente tiene que comer para poder rendir. Es evidente que la felicidad mejora la productividad y la comida parece íntimamente asociada a la felicidad. Es evidente que mejorar la colaboración es una prioridad y la hora del almuerzo parece un buen momento. Y sin embargo, gran parte de las compañías en España apuestan por el tupper como cultura capaz de minimizar la interrupción de la comida en el lugar de trabajo.

Disrupción en forma de barreras como el olor o la suciedad... Disrupción en forma de comportamiento asumiendo el *lunchtime* como una hora de desconexión... Disrupción para ser *zero-waste* en tiempo y desperdicios... Disrupción en forma de identidad compleja que parece inabarcable.

Atender a las barreras, comportamiento o la identidad de cada trabajador parece hacer imposible facilitar una experiencia gastronómica profunda y enriquecedora, demasiado complejo construir una cultura en la empresa articulada alrededor de la comida. Agilidad, productividad y colaboración son términos que

implosionan y no dan respuesta a la realidad de la experiencia de comer en la oficina.

Quizás la interrupción nace de la experiencia del *lunchtime* como una interacción: te sientas en el comedor, das a un botón y se calienta la comida que has traído de fuera, comes, limpias recipientes y cubiertos, te das un capricho dulce gracias a la *vending machine* y vuelves a tu labor diaria. Quizás la mentalidad de la empresa debe transformar la interacción y convertirla en intercambio, como concepto de extensión que permita ofrecer una experiencia diferencial, enriquecedora y corporativa en el *lunchtime*. i.e. plantear una RSC específica para la alimentación.

Oye! que igual la solución más obvia es que todas volvamos a comer a casa... así seguro lograríamos proteger el legado de la cocina y la despensa... o no, porque ya nos hemos acostumbrado a que nos cocinen fuera y casi mejor comer rápido y salir a la hora.

Leer artículo: soulsight-thoughts.com/food-is-disruptive-to-the-workplace-o-cómo-la-comida-es-un-dolor-para-las-empresas

La agricultura de diseño.

Natalia Cisterna (La Mojigata).

El bioplástico es un material que proviene de la soja y que supuestamente será usado en las impresoras 3D para imprimirlo todo en un futuro. Como ya sabemos, las consecuencias de los cultivos de soja para la tierra son nefastas, así que podremos ver como los campos de cultivo al aire libre se trasladan a enormes edificios con cultivos hidropónicos y pasaremos de cultivar soja a “fabricar” soja.

La soja (bioplástico) va a sustituir no sólo al plástico, también a la fibra de carbono, al hierro, a la madera... en definitiva, a todos los materiales que se usan para hacer/construir cosas, incluidos los coches. Por lo tanto, podemos decir que la soja es la planta del futuro.

A esto se le suma la nueva generación de semillas, totalmente diseñadas y manipuladas genéticamente para aumentar la productividad. Semillas que son, más o menos, como microchips genéticos con toda la información necesaria para que la plantación sea perfectamente controlada a través de IA.

Plantas de diseño, industriales, de nueva generación, verdes, perfectas, sanas, nutritivas y sostenibles. Todas iguales, del mismo tamaño, color y forma. Analizadas una a una y desechadas aquellas que no cumplen con “los requisitos” estéticos, nutritivos o productivos. Por primera vez el ser humano va a superar a la propia naturaleza. Lleva toda su existencia intentándolo. En lo

que fallará, seguro, es en mantener un perfecto equilibrio, en eso la naturaleza es insuperable.

El futuro se sostiene sobre el mundo vegetal: carne, huevo, plástico... Todo va a ser sustituido por las plantas. No, no creo que la agricultura desaparezca, bueno sí, la que hemos conocido hasta ahora si lo hará. La labranza por ejemplo, con una antigüedad de más de 5.000 años, se esfumará con la aparición de las semillas inteligentes y los drones. Los agricultores dejarán de cultivar vegetales para comer y se dedicarán a cultivos más rentables y con otras aplicaciones como la soja. Los vegetales comestibles pasarán a ser cultivados por las grandes superficies de alimentación en los mismos edificios donde los van a vender después. Se cultivarán también en nuestras casas, incluso en el trabajo, donde los tupperes serán sustituidos por bowls de espinacas frescas recién cortadas en la cocina de la oficina.

La transformación de este sector a través de la tecnología, como ya pasó en la revolución industrial, va a tener un gran impacto en la sociedad. Cambiarán las tradiciones y las profesiones y se crearán nuevas recetas y nuevas identidades.

La cocina del espectáculo.

Natalia Cisterna (La Mojigata).

En el siglo XIX ya se predecía que en el futuro la comida iba a ser en pastillas y esto es una realidad hoy en día... ¿Pero de verdad hemos tardado más de 100 años en crear algo así con lo que ha avanzado la tecnología? La comida sintética y la píldora como máximo exponente de ésta no es algo que el ser humano integre fácilmente en su día a día. Puede que la tecnología nos lo de, pero no creo que nunca pueda sustituir a un buen plato de comida, a pesar de la falta de tiempo o de las ganas de cocinar. Es difícil que el placer y la emoción puedan separarse de ingerir un alimento, aunque es probable que llegue el día en que una píldora nos produzca la misma satisfacción.

Sí, el sistema de producción de alimentos actual permite que gran parte de la población pueda comer de un modo fácil y rápido, pero en detrimento del sabor, eso está claro. La producción de las cuarta y quinta gama favorece muchos elementos, pero precisamente, al sabor, no.

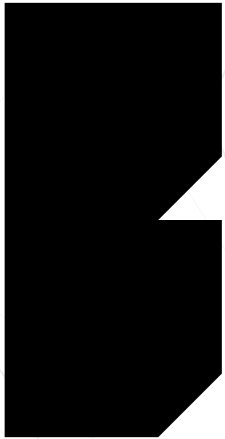
El sabor ha pasado a un segundo plano. Nuestra comida de lunes a viernes es algo necesario sí, pero totalmente anodino y carente de emoción. Comer en la oficina se ha convertido simplemente en un tiempo de descanso en el que aprovechamos para consultar las redes sociales, leer el periódico o seguir trabajando mientras

comemos. Nos da igual comer una cosa u otra. La comida pierde su valor, no hay historia, no hay placer, no hay emoción.

Dejamos esas “sensaciones” para disfrutarlas el fin de semana. Buscamos y pagamos un lugar donde obtener ese “sabor” que hemos obviado de lunes a viernes. Buscamos la emoción. Por lo tanto, restaurantes, bares, mercados gourmet, capitalizan esa necesidad, que tiene el ser humano de conectar con sus emociones a través de la comida.

¿Cómo encontrar esa emoción dentro de un tupper?

En el puesto de trabajo hay infinidad de obstáculos, los olores, los residuos, la temperatura, el espacio, la compañía... El reto es complicado, aunque no imposible. La identidad como punto de partida. No podemos quedarnos en diseñar espacios más apetecibles o tener una máquina de vending con súper alimentos porque el empleado va a seguir comiendo en su mesa frente al ordenador o con el teléfono en la mano. Hay que reconectar al trabajador con la comida y con la emoción.



ACNOS

LOS ACNOS SON AFIRMACIONES CATEGÓRICAS NO OBVIAS.

SON DESCUBRIMIENTOS QUE SURGEN DE LA CREACIÓN DE LOS ARTEFACTOS.

HAN DE SER CATEGÓRICAS Y NO OBVIAS PORQUE NUESTRA INTENCIÓN ES GENERAR UNA CONVERSACIÓN ALREDEDOR DE LUGARES MAL ILUMINADOS, NO POSICIONARNOS EN DISCURSOS QUE YA EXISTEN.

#1

**LA COCINA
DESAPARECE.**

#2

**LUNCH IS
DISRUPTIVE
TO THE
EFFICIENCY
OF THE
WORKPLACE.**

#3

**NO
COMEMOS
FUERA,
NOS
COCINAN
FUERA.**

#4

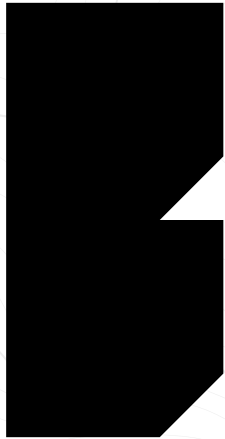
**LA
ALIMENTACIÓN
HA PASADO
DE SER UNA
NECESIDAD
BÁSICA A UN
PROBLEMA
COMPLEJO.**

#5

**EL FUEGO YA
NO EXISTE.**

#6

**EL SABOR
ES LO QUE
HUELE.**



Exploradores

Natalia Cisterna, Mario, Pedro
Enríquez de Salamanca y Glez.,
Manuel Vázquez.

Textos e imágenes

Natalia Cisterna, Carmen Bustos,
Pedro Enríquez de Salamanca
y Glez., Manuel Vázquez.

Diseño

Bruna Zanella, Stef Silva,
Antonio Redondo,
Heriberto Noguera.

Edición de vídeo

Antonio Redondo, Pedro Enríquez
de Salamanca y Glez.,
Manuel Vázquez.

Fotografía

Manuel Vázquez, Heriberto Noguera.

Producción

Susana Barredo, Bruna Zanella,
Manuel Vázquez.

Revisión editorial

Estefanía Méndez.

Agradecimientos

Ángel Barbero, Enrique Herreros,
David Barro, Esther Noguero,
Javier Antequera, Felipe Turrel,
Blanca Gómez, Carlos Bort,
Marcos Morales, Cecilia Álvarez.

Empresas colaboradoras

La Mojigata,
Gourmetillo Food Estudio,
Xplore.ai.

wander.es



Un proyecto de:

Soulsight