



# sztuka (z) jedzenia

Tekst | Katarzyna Andrzejczyk-Briks

DZIĘKI PROJEKTANTOM SPOD ZNAKU FOOD DESIGN TERMIN „SZTUKA KULINARNA” NABIERA NOWEGO ZNACZENIA. LICZY SIĘ JEDNAK NIE TYLKO PIĘKNA FORMA.

JEDZENIE TO IDEALNY MATERIAŁ DO KREOWANIA OPOWIEŚCI O NASZYCH EMOCJACH, OBYCZAJOWOŚCI I KULTURZE

Pamiętam, jak niezwykle wrażenie zrobił na mnie niegdyś prosty i pozbawiony niemal akcji film „Uczta Babette”. Ceremonia przygotowań, piękno potraw, zastawiony nimi stół i wreszcie zachwyt gości oszobotomionych smakiem i widokiem jedzenia. Fascynująca przemiana zwykłego posiłku w spektakl barw, smaków i zapachów. Nic bardziej od potrzeby jedzenia nie przypomina nam, że jesteśmy cieleśni,

ale też jedzenie sprawia czasem, czego doświadczyli goście Babette, że „gwiazdy przysuwają się bliżej”. Nie ma więc nic niezwykłego w tym, że na teren zarezerwowany dotąd przez kucharzy potału wkraczają projektanci. Inspirowany przez ruch slow food czy kuchnię japońską food design (culinary design), rozumiany jako projektowanie jedzenia, oznacza co innego dla eksperymentującego z kuchnią

molekularną Katalończyka Ferrana Adrii, co innego dla twórców designu przemysłowego. Produkcja żywności to przecież wielki przemysł, a zmieniające się potrzeby konsumentów zmuszają do poszukiwania wciąż nowych, atrakcyjniejszych postaci jedzenia. Najbardziej interesujący jest dla mnie food design w interpretacji projektantów spod znaku conceptual design. Dla nich to



kolejną sposobność do odkrywania, opowiadania i komentowania otaczającego ich świata i kultury. W opozycji do fast foodów, pośpiesznego obżarstwa i przetworzonej żywności proponują powrót do ceremonii przygotowań i celebrowania posiłków.

## JAŚ I MAŁGOSIA W CHATCE Z PIERNIKA

Zaprojektowana przez Paola Uliana czekolada na metry „Golosimetro” (czyli „Miernik łakomstwa”) bawi nietypową formą i trochę niepokoi wszystkich, którzy dbają o linię. Dla nich chyba projektantki z polskiej grupy Lapolka – Marta Bialecka i Anna Piwowar – stworzyły czekoladę „Fittless”. Na każdej kostce widnieje liczba kalorii, tak żeby rozwiać już wszelkie wątpliwości, ile kosztuje nas ta przyjemność. Uliana zaprojektował również zastanawiającą serię kart pocztowych „Food Cards”. To próżniowo zamykane woreczki z wodą („Drinkable Watercard”) czy chlebem („Food Card”). Możemy je wysłać wszędzie tam, gdzie ktoś potrzebuje jedzenia... Posłużenie się jedzeniem jako materiałem jest więc nie tylko sposobem na odkrywanie nowej strefy działania dla projektantów.

Metafora jedzenia jest niezwykle nośna, szczególnie w społeczeństwie konsumpcyjnym. Daje możliwość poszukiwania zabawnej formy, żartu lub prowokacji, ale zmusza też do krytycznego spojrzenia na zrutyinizowane postrzeganie rzeczywistości. Tak dzieje się w przypadku „jedzeniowych performance’ów” Marca Bréillota czy krytyki konsumeryzmu, jaką uprawia Kuniko Maeda. Jej jadalny stół z ciasta „Cake Table” czy obrus z szynki i sera „Tablecloth” budzą refleksję nad statusem jedzenia w świecie ciągłego jego nadmiaru. Czy nie zachowujemy się jak baśniowe rodzeństwo Jaś i Małgosia – wiecznie głodne dzieci, które za obżarstwo wpadły w pułapkę czarownicy?

## POWRÓT DO KORZENI

Li Edelkoort, jedna z najbardziej cenionych światowych trend forecasterek, od wielu lat w swoich prognozach zwraca uwagę na to co i jak jemy. Przewidywany przez nią powrót do tego co autentyczne, związane z naturą czy wykonane własnoręcznie jest reakcją na zmęczenie tempem życia i postępującą industrializacją. Edelkoort podkreśla, jak ważne jest to, aby przywrócić przygotowaniu i spożywaniu jedzenia charakter ceremonii.

Uczennica Li Edelkoort, i absolwentka Design Academy Eindhoven Marije Vogelzang sama siebie nazywa eating designer. Nie chodzi jej wyłącznie o zaprojektowanie formy jedzenia. Jedzenie to jej zdaniem idealny materiał do kreowania spektaklu i opowieści o naszych emocjach, obyczajowości i kulturze. Vogelzang hoduje rośliny potrzebne jej do gotowania, powraca do potraw tradycyjnych, tworzy nowe przepisy i scenariusze posiłków, bawi się nawet kuchnią molekularną. Wszystko po to, by zmienić posiłek w doświadczenie odbierane wszystkimi zmysłami i zwrócić uwagę odbiorców nie tylko na to co jedzą, ale i jak to robią i dlaczego właśnie w ten sposób. „Eat Love” (2008) Marije Vogelzang jest czymś pomiędzy książką kucharską a szkiecownikiem. Jej projekty nie są tak wymuski estetycznie jak prace Włochów czy Francuzów. Mają w sobie więcej charak-

terystycznej dla Skandynawów prostoty i sierniężności, w duchu idei Li Edelkoort „rzuć to na talerz” – twórz własny collage składników i nie bój się niedoskonałości. Oczywiście zastanawiam się czasem, czy food design nie jest chwilową modą, a nawet ekstrawagancją, gdy część naszej planety zmagają się z brakiem żywności i czystej wody. Wydaje mi się jednak, że im więcej osób zachęci nas do refleksji nad naszym sposobem życia i dokonywanymi wyborami czy do tworzenia swoich własnych ceremonii, tym więcej w nas będzie dobrych emocji, wrażliwości i czasem poczujemy, że „gwiazdy przysuwają się bliżej”.

## Dla poszukiwaczy:

www.proefamsterdam.nl  
www.paolouliaan.it  
Martin Raymond, Chris Sanderson  
„CrEATe: Eating, Design and Future Food”, Gestalten Verlag, 2009

