

- Agricultura urbana
- Alimentació
- Bioimpressió
- Ciutat
- Creativitat
- Cuina
- Cultura
- Decodificació
- Disseny d'aliments
- Entorn
- Envasos
- Estratègia
- Etiquetes intel·ligents
- Impressió d'aliments
- Malbaratament
- Medi ambient
- Mètode
- Procés
- Producte alimentari
- Projecte
- Proteïnes
- Residus
- Salut
- Seguretat alimentària
- Sentits
- Societat
- Sociocultural
- Tecnologia
- Urbanisme

- Aliments
- Disseny
- Disseny urbà
- Menjar
- Productes

Claudio Larcher Sebastian Camerer

“Molts projectes actuals indiquen el potencial del menjar de carrer i demostren que caldria replantejar per complet les eines i les estructures relacionades amb aquesta àrea de la gastronomia”

Claudio Larcher és graduat en Arquitectura al Politecnico di Milano. Treballa com a professional freelance de disseny i arquitectura, i el 2002 va fundar l'estudi Modoloco. Larcher ensenya a la Libera Università de Bolzano, al Politecnico di Milano i a la Scuola Politecnica di Design.

Sebastian Camerer es va graduar a la Bauhaus-University de Weimar. Posteriorment ha treballat com a col·laborador científic a la mateixa universitat i com a dissenyador en els camps sanitari, d'exposicions, de mobiliari i automobilístic. Des de 2009, també ensenya i fa recerca a la Libera Università de Bolzano.

Menjar de carrer

L'article examina el fenomen del menjar de carrer, que en els últims anys s'ha fet molt més present en la cultura alimentària occidental. A través d'una anàlisi dels nous projectes i tendències existents en aquest camp, pretén subratllar el potencial d'aquest fenomen, repassant en concret les característiques del disseny dels productes alimentaris que es venen i consumeixen al carrer; les estructures, eines i utensilis utilitzats a les parades de menjar; els projectes espontanis i les idees de negoci contemporànies; els vincles entre el menjar de carrer i les xarxes socials, el menjar de carrer com a catalitzador de la diversitat i qualitat del menjar; i les perspectives i els imperatius que es preveuen per al futur del disseny.

Introducció

Hi ha una tendència en augment a menjar al carrer que s'està estenent ràpidament per tot Europa. Els venedors de carrer ocupen les places i les voreres i ofereixen una varietat cada vegada més gran de productes per al consum ràpid. Tot i que menjar al carrer és un reflex de la nostra forma de vida accelerada, ara que es té tant en compte la nutrició sana i el plaer de cuinar, aquesta pràctica està adquirint un nou significat.

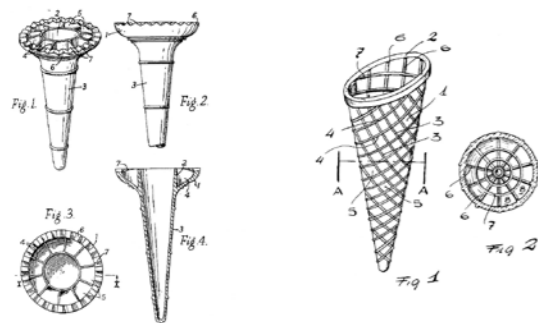
Més enllà dels clàssics negocis de menjar per endur-se, l'espai públic comença a veure's conquistat per tipus de cuines, formes de menjar i conceptes gastronòmics nous. A més de la diversitat i la qualitat, el menjar de carrer, degudament dissenyat, té el potencial de conservar i intervenir en el coneixement i els valors de la cultura alimentària i actua com a dinamitzador de la vida urbana.

Claudio Larcher

El menjar de carrer com a concepte

La creació, venda i consum d'aliments fora dels espais domèstics té uns orígens molt antics, i troba en el carrer un dels seus llocs de desenvolupament més interessants. Des de l'època grega i romana però també a l'antic Egipte, i passant per l'Edat Mitjana, el menjar públic es preparava, venia i consumia amb freqüència als carrers de la ciutat. Els anomenats *thermopolia* de l'antiga Roma eren establiments comercials on es cuinaven i es venien petites racions per endur-se. A l'època imperial, aquests venedors s'havien especialitzat: l'*insiciarius* venia meduses, el *crustularius* era pastisser i el *pistor dulciarius*, forner.

Alguns plats italians que ara són famosos arreu del món van néixer al carrer, i han conservat intacta la seva forma i funció. Un clar exemple n'és la famosa pizza napolitana, que podríem trobar als carrers de Nàpols de finals del segle XVI. La pizza original tenia forma de llibre o *libretto*, doblegada com un entrepà. Aquesta versió primitiva es preparava al carrer, es coïa en forns improvisats i, gràcies al seu còmode format, es podia menjar sense ajuda de coberts. Avui dia encara és costum a Nàpols do-



▲ 1. Askey Antony, Londres- Cialda per gelato 1964 e ditta Babbi, Cesena - Cono rinforzato per gelato 1963 (Font: <http://www.intothefood.eu/il-food-e-leating-design-come-punto-di-partenza-per-i-processi-di-rigenerazione-dei-contesti-locali-2/>)

blegar les pizzes en quatre per facilitar-ne el consum. Un altre exemple significatiu són els famosos macarrons, que també van començar a preparar-se, consumir-se i popularitzar-se als carrers de Nàpols. A mitjan segle XVI, quan la població de Nàpols va arribar gairebé als 100.000 habitants, hi havia venedors de macarrons, comparables als espaguetis d'avui, per tots els carrers de la ciutat. La seva forma llarga i recta permetia menjar-los directament amb les mans, com la pizza. Se subjecten amb tres dits i es duen a la boca.

Però tornem al present i vegem com es pot explicar l'èxit del menjar de carrer contemporani. Segons l'Organització de les Nacions Unides per a l'Alimentació i l'Agricultura (FAO), cada dia mengen al carrer uns 2.500 milions de persones, i el menjar de carrer inclou modalitats i tradicions molt diverses. Mentre que en els països en desenvolupament constitueix una part essencial de la nutrició diària de la població, als països suposadament «rics» del món occidental es pot considerar un estil de vida deliberat o inclús una veritable moda. Si tornem a Itàlia, veurem que el costum el segueixen trenta-cinc milions de persones per diverses raons, incloent-hi la d'estalviar temps i diners i les ganes de provar tot tipus de plats. Una altra possible interpretació de l'èxit secret del menjar de carrer podria recaure en el fet elemental que, amb el pas dels anys, ha conservat el seu caràcter popular, tant pel que fa a la seva producció com als processos de transfor-

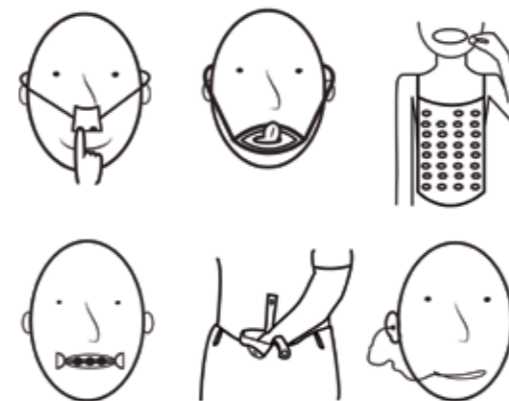
mació, perquè ha suposat una ajuda al desenvolupament i a l'apreciació de comestibles d'origen local, seguint la tradició local.

Aquest és el potencial clau del menjar de carrer, per oposició als restaurants clàssics, a la majoria dels quals els ha influït la globalització. En el cas concret d'Itàlia, aquesta característica ha produït —i continua produint— importants valors addicionals en termes de qualitat, diversitat i cadenes de producció curtes, en aprofitar el potencial del seu patrimoni ric i versàtil basat en la diversitat geogràfica del territori. Segons una enquesta realitzada a Itàlia per Coldiretti (la confederació nacional d'agricultors), el seixanta per cent dels consumidors prefereixen el menjar de carrer dels productors locals, mentre que només el deu per cent prefereix el menjar ètnic.

Què ens pot dir el disseny en aquest context? Diferència la forma del menjar de carrer de la del menjar que s'ofereix als restaurants o que consumim a casa? La forma i la funció dels aliments és sobretot conseqüència de la seva distribució i de les condicions del seu consum. El menjar de carrer acostuma a associar-se de seguida a «menjar amb les mans», per exemple, una modalitat en què el contacte directe i gairebé primitiu amb els aliments aporta part del seu gust ancestral i els consumidors prefereixen subjectar directament el menjar en lloc de fer servir coberts de cap mena. Una evolució del menjar de carrer és el gelat de cucurutxo o, com es diu a Itàlia, el *gelato da passeggio*, en què el gelat es porta dins d'una galeta. Inventat cap al 1900, a mitjan segle XX es va convertir en un producte industrial i es va patentar en múltiples variacions (fig. 1).

Les formes de menjar preparat al carrer també són un disseny pensat per al consum ràpid i, sobretot, per a maneres de menjar informals, per exemple, en absència d'una taula parada, d'etiqueta o precisament de bones maneres.

En aquest context, destaca el projecte *Smascherati* de Marianna Pasina i Xenia Trojer (figs. 2-3), que analitza i destaca les convencions i els hàbits a l'hora de menjar en públic. Partint de l'observació de la gent que freqüenta els llocs de menjar i inspirades per accions que podrien considerar-se formes



▲ 2-3. Xenia Trojer, Marianna Pasina, *Smascherati*. Bozen, 2014. Fotografia: Xenia Trojer, Marianna Pasina Fotografia: <https://vimeo.com/106613814>

de menjar mal educades, aquestes dissenyadores van replantejar la forma dels àpats i van decidir aprofitar el context liberal del carrer per «treure les màscares» i convidar a gaudir del menjar seguint purament els instints. Els sis objectes que van emergir a partir d'aquestes reflexions són utensilis que ens permeten portar-nos malament quan mengem; mirar enrere i replantejar el menjar i l'alimentació com a plaers sense restriccions. «Malalingua dolce», per exemple, funciona com una pròtesi per a la boca que permet menjar rellephant-se; «Trecentosessant» eixampla les commissures per a aquells que els agrada ensenyar què mengen; per últim, «Pollicino», un pitet tacat, ofereix una degustació d'engrunes i restes de menjars.

Deixant de banda les formes i funcions dels aliments, hauríem de considerar possibles escenaris futurs per al menjar de carrer, a mig camí entre les seves característiques tradicionals i les innovacions més recents que donen a la paraula «carrer» un nou significat. El projecte *Edible*, de Francesco Bevilacqua i Ian Carta, gira entorn de la *piadina* —un famós pa italià que s'utilitza com a entrepà— i examina com pot evolucionar i canviar el menjar de carrer en les pròximes dècades.



▲ 4. Francesco Bevilacqua, Ian Carta, *Edible*. Bozen, 2014. Fotografia: Francesco Bevilacqua, Ian Carta.

Segons les previsions, el 2050 el nostre planeta tindrà 9.000 milions d'habitants. Un dels temes que acostumen a plantejar-se quan es parla de les limitacions d'espai, de recursos agrícoles i d'aliments és el dels insectes com a font d'alimentació nutritiva. Però, com es pot generar apreciació dels insectes als països occidentals, on tradicionalment i culturalment es considera que menjar insectes és més aviat una pràctica inculta i grollera? El projecte *Edible* utilitza farina feta de grills per transformar un aliment tradicional com la *piadina* en un menjar de carrer reconegut i apreciat per la seva forma però que així incorpora un ingredient nou que li afegeix un valor nutritiu i ecològic (fig. 4).

El menjar de carrer com a disseny social i creador d'entorns

Els carrers sempre han estat organismes vius i centres de difusió cultural. Gràcies a la seva relació amb el menjar, alguns s'han convertit en llocs nous. El menjar és un catalitzador social, la cuina és una experiència de compartir i l'acte de menjar és un moment d'interacció amb els altres. No podem dir que una parada de menjar sigui suficient per convertir

un carrer o una plaça en un lloc nou, però algunes àrees recreatives urbanes amb característiques concretes poden transformar de manera significativa espais de la ciutat a partir de l'estudi dels cinc sentits (no oblidem que la cuina també es compon de colors, olors i sons).

Aquesta transformació acostuma a ser temporal, com els carros i les estructures de venda mòbils on els ciutadans compren menjar per endur-se, com feien els napolitans del passat quan compraven *libretti* fornjats als *pizzaioli*. D'aquests breus moments entorn de l'hora de menjar o sopar sorgeixen noves dinàmiques de gent i perspectives alternatives, que alteren el ritme de les ciutats de forma intermitent però constant.

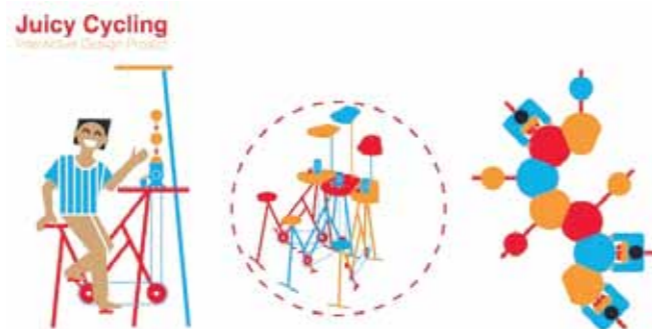
A més, la interacció és un valor afegit del menjar de carrer, i la simple instal·lació d'estructures de venda d'aliments també ofereix oportunitats de crear llocs nous, com il·lustren dos projectes: *Juicy Cycling*, d'Olga Goloshchapova i Olga Becker (fig. 5), i *Sgranocchiando qua e là*, de Cecilia Mantovani (fig. 6), dirigit als nens. El primer és una estructura en què s'espremen fruites per fer suc i altres begudes mitjançant l'energia cinètica produïda en pedalejar sobre una bicicleta. D'aquesta manera, els clients de la parada produeixen menjar (en aquest cas beguda) i a la vegada proporcionen l'energia necessària per transformar els aliments. En el segon projecte es demana als nens que interactuïn amb l'estructura de venda a través del joc, transformant aliments —concretament, fruites i verdures— en productes llestos per menjar. Així, els nens, com a protagonistes de la transformació d'aquell menjar, poden menjar i apreciar els aliments manipulant-los de noves maneres: ratllant pastanagues i altres hortalisses amb cotxes de fusta, o barrejant suc amb l'ajuda de volants. En aquestes interaccions, gràcies a la participació fonamental dels nens, el menjar de carrer du a terme un paper clau en aquests nous llocs i dona vida als carrers.

Per últim, compartir és un altre factor que fa que el menjar de carrer sigui socialment innovador, cosa que en completa el potencial. El projecte *Kitchen Sha-*



▲ 6. Cecilia Mantovani, *Sgranocchiando qua e là*. Bozen, 2014. Fotografia: Cecilia Mantovani.

ring de Naomi Galavotti i Martina Ranedda n'és un bon exemple. Avui dia, compartir béns, instruments i espai és una forma de permetre la transformació social i qüestionar la importància que les societats en què vivim atribueixen tradicionalment a la possessió com a element essencial del nostre ésser. És una eina contra la crisi i també transforma la feina dels dissenyadors. Compartim cotxes i bicicletes, per què no compartir també cuines? Al llarg de la història, la cuina i la taula (el banquet) han estat un centre de relacions, oferint ocasions per a la reunió i la socialització, construint una identitat col·lectiva. El projecte *Kitchen Sharing* (fig. 7) és un prototip de cuina modular dissenyada per a un espai públic i per a esdeveniments concrets, utilitzable tant per persones que viuen a prop com per persones que estan de



▲ 5. Olga Goloshchapova, Olga Becker, *Juicy Cycling* (Font: http://www.publicdesignfestival.org/portal/IT/handle/?ref=2014_JuicyCycling)



▲ 7. Naomi Galavotti, Martina Ranedda, *Kitchen Sharing*. Bozen, 2014. Fotografia: Naomi Galavotti, Martina Ranedda.

pas; amb un disseny temporal i un espai traslladable, un projecte social que pretén crear un lloc on reunir-se, ajudar-se, col·laborar i socialitzar al voltant de la cuina. La cuina, que és mòbil i està pensada per al seu ús a exteriors, consisteix en tres mòduls principals que representen les funcions bàsiques de la preparació d'aliments: rentar, preparar i cuinar. A aquests mòduls se'ls poden unir diverses taules, per poder menjar els aliments cuinats immediatament, la qual cosa afavoreix una manera natural de reunir-se i compartir. Una de les característiques del projecte és la superfície per treballar dels mòduls, feta d'un material de vidre reciclat anomenat Onitred.

Actualment, menjar al carrer no és una mala necessitat, sinó una opció i una experiència especial, delimitada per la qualitat dels aliments, les tradicions, les nostres relacions amb l'entorn i les dimensions socials associades a compartir el menjar.

El disseny interior de la cadena italiana Eataly ha tingut molt d'èxit, perquè en els restaurants de la cadena reproduïen un ambient de mercat que dona qualitat a les taules i als plats que serveixen. Consumir menjar de carrer amb qualitat entre quatre parets d'un restaurant és una aparent paradoxa que no obstant funciona molt bé.

¹ Wilson, B. *La importancia del tenedor: historias, inventos y artilugios de la cocina*. Madrid: Turner, 2013.

REFERÈNCIES. CLAUDIO LARCHER:

- Padovani, C; Padovani, G. *Street Food all'italiana*. Florència: Giunti Editore, 2013.
- Maffei, S; Parini B. *Food Mood*. Milà: Electa, 2010.
- Finessi, B. *Progetto Cibo. La forma del gusto*. Catàleg de l'exposició. Milà: Electa, 2013.
- Stummerer, S. *Food design: von der Funktion zum Genuss*. Viena: Springer, 2005.
- The Future Laboratory, *Create: Eating, Design and Future Food*, Chris Sanderson, Martin Raymond, Robert Klanten, Sven Ehmann (eds.) *crEATe: Eating, Design and Future Food*. Berlín: Die Gestalten Verlag, 2008.

Sebastian Camerer Condicions i eines per a noves pràctiques de menjar al carrer

La majoria de les discussions que es generen sobre si una dieta és adequada o no se centren en allò que mengem. Tot i que les tecnologies i les eines tenen un impacte significatiu en els nostres hàbits de menjar, els nostres costums, la nostra salut, el medi ambient i fins i tot en la nostra identitat, poques vegades ens fixem en què mengem. A conseqüència de les nostres atafegades formes de vida, podríem acabar perdent part dels nostres rituals i valors tradicionals, la qual cosa ens impediria transmetre els nostres coneixements qualitius de cuina i cultura de la taula.

La preparació de plats i els instruments que intervenen en el procés responen a necessitats pràctiques, però també tenen en compte les experiències sensorials. En concret, menjar demostra fins a quin punt la forma de les coses afecta les nostres accions i al nostre comportament, sempre plens de rituals i gestos simbòlics. On, com i què mengem i com preparam, cuinem i amanim els plats diu molt sobre nosaltres com a persones i societats. Escollir, preparar i oferir aliments són maneres de donar forma a misatges, i d'iniciar relacions i donar-hi continuïtat.¹

I, si ampliem una mica la perspectiva, el menjar de carrer com a concepte gastronòmic supera el mer subministrament d'aliments. Amb el disseny ade-

quat, es pot convertir en una eina de comunicació i sensibilització sobre el consum responsable i sostenible. A més, el menjar de carrer es pot veure com un laboratori, un taller que contribueix al desenvolupament futur de productes i serveis. Però, principalment, és un capritx, una forma d'entreteniment i un espectacle culinari.

També és cert que la preparació, el consum i la venda de menjar al carrer competeixen amb l'ordre i la neteja de tota la ciutat i poden acabar convertint-se en una càrrega per als ciutadans. Per facilitar la distribució i el consum del menjar al carrer cal crear les estructures urbanes adients, i per aconseguir-ho necessitem solucions intel·ligents i específiques per a cada lloc, a més d'una xarxa i una organització ben gestionades i les regulacions oportunes.

Quins camps inclou el menjar de carrer i quines serien les formes més adequades de desenvolupar, mantenir i comunicar la cultura de l'alimentació? O, a la inversa, com ens pot ajudar el disseny de l'espai públic a menjar de formes diverses i accessibles, en harmonia amb tot allò que ens envolta?

Eines per dissenyar el menjar de carrer

Molts projectes actuals indiquen el potencial del menjar de carrer i demostren que caldria replantejar per complet les eines i les estructures relacionades amb aquesta àrea de la gastronomia. Després d'adoptar el menjar de carrer d'altres cultures, els comerciants d'alimentació occidentals sembla que estan desenvolupant la seva pròpia versió diferenciada del concepte.

La manera en què mengem i presentem aquests aliments al carrer reflecteix i afecta els nostres hàbits alimentaris. Per norma general, s'ha de consumir de pressa. Però, no entra això en contradicció amb la demanda creixent d'ofertes d'aliments sans i sostenibles? L'arquitectura de les cuines portàtils i dels llocs de menjar i el disseny dels utensilis per cuinar, presentar i manipular els aliments regulen les nostres accions, percepcions i comportament. El menjar de carrer és una forma perfecta de fomentar la cultura gastronòmica, i podria fins i tot portar-nos a revisar-la, a canviar la manera en què prenem de-

cisions i a apreciar millor els aliments. A diferència dels espais tancats que caracteritzen la majoria dels restaurants, el menjar de carrer ens permet donar un cop d'ull als processos que n'envolten l'elaboració, veient com es preparen, descobrint-ne els ingredients o entrant en contacte directe amb cuiners, cuines i anècdotes (fig. 8).

Tenint això present, fins i tot les parades de menjar ràpid més clàssiques es poden redissenyar com a *showrooms* que ens ofereixen noves perspectives i possibilitats d'interacció. En lloc de veure-les simplement com a punts de venda de menjar per endur-se, podem veure-les com a plataforma per a temes relacionats amb els aliments, portes d'accés a la informació culinària i mediadors entre la producció, la tecnologia, el consum i la cultura.

En aquest sentit, val la pena comentar la iniciativa *Flatbread Society* (de Futurefarmers), una xarxa d'agricultors, constructors de forns, astrònoms, ar-



▲ 8. Cuina de Cheeky Italian. Font: <http://bakingbeardy.com/2013/10/26/cheeky-italian/>
Fotografia: bakingbeardy



▲ 9. Flatbread Society, forn de pa «desplegable» al carrer. Fotografies: Max McClure. Font: <http://publicartnow.com/2014/08/05/public-art-now-bloggers-report-emma-i-panza/>

▼ 10. Forn de pa Bjørvika a Oslo. Fotografies: Slowpace. Font: <http://slowpace.no/projects/flatbread-society-bjorvika/>



tistes, científics del sòl i forners de la ciutat d'Oslo que treballen a la fundació de Bakehouse-Bjørvika, un punt públic de trobada amb funcions de forn, cuina, camp de cereals i una programació fixa de cara al públic. Amb la intenció de recuperar la ciutat, subjecta a preus de lloguer cada vegada més alts i al subministrament uniforme de grans cadenes de supermercats, aquest forn «desplegable» constitueix una estratègia per infiltrar espais de controvèrsia i un refugi simbòlic per explicar històries relacionades amb l'alimentació. La idea és convidar a la gent a explorar activament temes com la varietat, la distribució, la titularitat de les llavors i la dependència dels productes en sèrie, alhora que se'ls dona l'oportunitat de fer mantega, pastar pa i retrobar en general maneres antigues i genuïnes, alhora que



▲ 11-12. Aliments impresos en 3-D de Janne Kytannen. Font: http://static.dezeen.com/uploads/2013/03/dezeen_3D-printed-food-by-Janne-Kytannen_ss_4.jpg
Carretó de menjar d'Unfold. Font: <http://unfold.b/pages/kiosk>

la gratificació de les pràctiques col·lectives. Una estructura arquitectònica experimental alberga un forn en què es poden coure diferents tipus de pa. Els mobles, eines i estructures protectores construïdes a mà serveixen per inserir una producció improvisada en un espai públic tan planificat i controlat com el d'Oslo. Amb un forn portàtil col·locat dins d'una canoa també pretenen cridar l'atenció dels vianants i fer-los participar i gaudir de les possibles maneres i instruments per fer pa sense llevat (*flatbread*). Més enllà d'un establiment de menjar, ens trobem davant d'un enfocament alternatiu al disseny urbà mitjançant la creació d'un espai en què es pot contribuir activament a la nutrició pública (figs. 9 i 10).



▲ 15. El plaer de menjar asseguts sobre el forn calent de *Public Pie*. Font: <http://1.bp.blogspot.com/-uC3vfuTeYLQ/U4yYUMnxuFI/AAAAAAAAAWY/LfcUddNfryU/s1600/zijkantbankje.jpg>

Centrar el debat dels aliments entorn del consum també pot desencadenar aspectes tecnològics controvertits. L'estudi de disseny Unfold ha creat un carretó de menjar des del qual s'ofereix al públic diversos productes impresos en 3D (figs. 11 i 12). Presentar la producció automatitzada d'aliments al carrer ens enfrontaria a una tecnologia tant fascinant com qüestionable. La gent que interactuï amb aquesta tecnologia pot captar les seves possibilitats i també el significat i l'impacte a la nostra cultura alimentària.

A més de plantejar el tema de les noves tecnologies i la seva influència en l'alimentació, el menjar de carrer també pot construir ponts entre els consumidors, l'agricultura i l'economia rural. El projecte *Ugly Fruits*, realitzat per uns alumnes de la Bauhaus-University de Weimar, examina les funestes conseqüències que té el comerç, la producció i el comportament dels consumidors en la quantitat diària de productes comestibles que es llancen. Davant de la dada que el 40 per cent de les nostres collites de fruites i verdures es rebutgen per a raons estètiques,² els estudiants van emprendre una campanya de guer-



▲ 13. Campanya *Ugly Fruits* para vendre al carrer aliments rebutjats. Font: <http://www.uglyfruits.eu/ugly-fruits-presskit.pdf>

▼ 14. *Public Pie*, parada de menjar performativa. Font: <http://geekandfood.fr/wp-content/uploads/2013/04/team.jpg> Font: <http://222.publicpie.blogspot.it/>



rilla per comunicar un problema que la majoria de consumidors desconeix. Part del concepte consisteix en un camió d'escombraries que funciona com una parada de venda d'aliments rebutjats i es porta als mercats ecològics per oferir una forma de consum alternativa (fig. 13).

D'aquesta manera, el menjar de carrer pot convertir-se en un mitjà per fer veure a la gent fets desagradables que normalment prefereix ignorar. En lloc de focalitzar-se en un grup concret de consumidors, arriba a persones de totes les edats i procedències socials. Un disseny bell i atractiu que pot transformar fins i tot l'aliment més simple en un



▲ 16. Lena Schleich i Vera Rehbichler. Sopa calent i freda. Bozen, 2014. Fotografia: Lena Schleich

▼ 17. Veronica Gatto. Sopa de pa servida com una infografia comestible. Bozen, 2014. Fotografia: Sebastian Camerer



capritx, promovent l'apreciació d'aliments concrets, l'esforç invertit en la seva preparació i el moment de menjar-lo. Cridant l'atenció sobre allò que sembla marginal, *Public Pie* presenta l'elaboració d'un pastís de poma com una cosa excepcional, una rara combinació d'aliments, utensilis i acció humana. Les pomes, exposades i tractades com a objectes individuals, es pelen des d'una cadira alta, i el procés de barrejar la massa i pastar-la es posa sota els focus. Els convidats poden menjar el pastís de poma acabat de fer asseguts directament sobre el forn, gaudint de la calor i l'aroma. El projecte contagia l'alegria de cuinar, subratllant la importància del procés real i els records associats a tots els menjars. És veritat que el menjar preparat amb amor i dedicació és més bo! (figs. 14 i 15).

Durant un taller que vaig celebrar amb alumnes de disseny a la Free University of Bozen-Bolzano a



▲ 18. Nina McNab. Menjar ràpid sa. Bozen, 2014. Fotografia: Nina McNab

l'estiu de 2014 vam estudiar fins a quin punt el disseny dels utensilis creava aquest valor, a la cuina, a la taula i al carrer. Els alumnes havien de reinterpretar una sopa de pa convencional desenvolupant instruments per preparar-la, crear-la i presentar-la d'una altra manera. Vam muntar un laboratori de menjar provisional a l'exterior de la facultat per experimentar, assajar i degustar els aliments. Els resultats obtinguts eren prototips de plats emmarcats en conceptes gastronòmics complets. Un dels resultats va ser un plat «sensogràfic» que revelava els diferents passos de la seva preparació, des de les matèries primeres fins a la sopa final. Tot el procés es podia tocar, provar i comparar, de manera que transformava una sopa comuna en tot un univers culinari. Un altre era un concepte de barra de pa acabat de fer farcida amb els ingredients orgànics qualitius d'un menjar nutritiu de cinc plats, Nina McNab volia fer veure la contradicció d'un menjar ràpid però sa. Per la seva banda, Lena Schleich i Vera Rehbichler van dissenyar un plat «2 en 1» en què un bol de gelat es converteix en un bol de sopa calenta, convertint les expectatives i les circumstàncies físiques del nostre sentit del gust en una experiència sensual de la nostra percepció de manipulació (figs. 16, 17 i 18).

La naturalesa de la petita escala

Els venedors de menjar de carrer no acostumen a voler ampliar el seu àmbit d'acció. De fet, l'escala del seu negoci (la mida de la parada, el nombre d'utensilis que conté) forma part de la seva naturalesa, igual que la seva zona de subministrament. La reducció de mida n'afavoreix la flexibilitat i la llibertat. Els sistemes petits són lleugers, permeten canvis ràpids

² Kreutzberger, S.; Thurn, V. *Die Essensvernichter: Warum die Hälfte aller Lebensmittel im Müll landet und wer dafür verantwortlich ist*. Colònia: Kiwi-Taschenbuch Verlag, 2012.



▲ 19. Zwart Goud. Barca cafeteria. Font: <http://www.festivalmundial.nl/nl/eten-%26-drinken/zwart-goud>

► 20. Tiffany sobre la seva bicicleta, a Twitter i Facebook. Tifamade. Font: <http://tifamade.com/>
Font: <https://twitter.com/tifamade>
Font: <https://www.facebook.com/pages/Tifamade/178173352251507>

de lloc i són més fàcils d'adaptar. Les inversions relativament reduïdes també signifiquen riscos econòmics reduïts.³

Per si mateix, el menjar de carrer és un concepte obert, millorat i enriquit pel nombre i la varietat dels seus proveïdors. També influeix el fet que el menjar de carrer no el preparin empreses, sinó persones físiques que normalment cuinen el mateix aliment i de la mateixa manera. A més, el disseny de les parades de menjar no només cobreix les necessitats funcionals, sinó que també reflecteix la personalitat dels comerciants, que acostumen a exercir múltiples papers de propietaris, cuiners, conductors, empresaris i dissenyadors. El disseny de parades de menjar mòbils —des de mòduls de cuina sencers ficats en furgonetes fins a sistemes portàtils summament reduïts— és tan divers com el menjar que s'hi ven i la gent que el prepara (fig. 19). A més dels aliments que venen, aquests cuiners ofereixen històries i autenticitat. I en rebre *feedback* directe dels clients, poden entendre millor els seus desitjos i atendre les seves necessitats o circumstàncies personals o locals.



El menjar de carrer i el paper de les xarxes socials

Les parades de menjar mòbils també poden trobar el seu equivalent als carrers del web. Ara, els comerciants recorren a les xarxes socials com a eines de suport dels seus negocis, per ampliar el seu radi d'acció i les seves ofertes habituals amb serveis addicionals. No es deixa res a la improvisació al carrer, i fins i tot s'utilitza Twitter per obtenir nous clients i facilitar-los la informació que necessiten. Els venedors de menjar de carrer es poden localitzar digitalment per concertar cites, al lloc i hora que més convingui a ambdues parts. N'hi ha molts que ofereixen als seus clients la possibilitat de demanar menjar, publicar menús, receptes i històries relacionades amb el món de l'alimentació, i fins i tot fer comandes en línia de menjars preparats en llauna. Els clients poden utilitzar plataformes digitals i guies de parades de menjar

³ Etzold, B. w [en línia]. Berlín: Deutschlandradio, 2014. [Consulta: 19 desembre 2014]. Disponible a: <http://dradiowissen.de/beitrag/street-food-vom-luxus-auf-der-strasse-essen-zu-können>.



▲ 21. Rene Stessl, 1h restaurant. Font: <http://1hourrestaurant.tumblr.com/page/3>

de carrer. Construeixen comunitats dels anomenats «foodies», que es passen el dia intercanviant experiències, compartint els descobriments més recents i ajudant a organitzar actes.⁴

Tifamade és un negoci d'entrepans i coses per picar, on la propietària lliura les comandes en una bicicleta rosa. Fa entrepans casolans, amb ingredients curosament escollits a mercats d'agricultors, i embolicats de forma ecològica. Presenta els entrepans i els pastissos en una simpàtica maleta antiga. Com Tifamade sempre està movent-se d'una banda a l'altra, les xarxes socials són una eina molt important per ajudar la propietària a trobar els seus clients i els seus clients a trobar-la a ella. Amb un joc d'utensilis increïblement reduït, ven entrepans des de París fins a Los Angeles! (fig. 20).

El disseny d'espais i entorns adequats per menjar

L'expressió «menjar de carrer» ja apunta la seva relació amb la creació de menjar i amb el disseny de l'espai públic. La venda de menjar de carrer als països occidentals s'està reinventant. L'acte de menjar s'està replantejant pel que fa a la forma i el contingut, i aspira a fer-se més accessible gràcies a sistemes interactius oberts. Sabent que el menjar es ven juntament amb històries, valors i coneixement, cal dissenyar-ne els canals, ara que cuinar i menjar pel

⁴ Vegeu <http://londonstreetfoodie.co.uk/> o <http://www.foodhawkers.co.uk/>. [Consulta: 7 abril 2015].

⁵ Rützlers, H. *Food Report 2015: Die wichtigsten Trends für die Ernährungsbranchen*. Francfort: Zukunftsinstitut Verlag, 2014.



carrer s'ha convertit en una acció més performativa que integra a la gent activament.⁵

El menjar de carrer ajuda a revitalitzar la cultura urbana, fent-la visible, encara que això també impliqui conflicte, heterogeneïtat i integració incompleta. Per ara, la nova escena del menjar de carrer prospera a mercats especials i a territoris privats, però com pot donar resultat i prosperar als carrers públics?⁶

El projecte *Ihr restaurant* subratlla irònicament els efectes d'asseure's a menjar al carrer. René Stessl recluta gent que passa com a comensals per convidar-los a un luxós menú de tres plats en el seu restaurant «desplegable» il·legal. Normalment s'instal·la enmig de la vorera, a encreuaments o en altres llocs poc adequats, de manera que durant una hora el projecte provoca alhora irritació, emoció i plaer (fig. 21).

Parlem doncs d'imposar requisits nous a l'espai públic. El menjar de carrer pot convertir-se en una càrrega per als ciutadans i l'entorn si no s'ajusta harmoniosament a la dinàmica del carrer. El menjar de carrer crea llocs per a cicles metabòlics. Cuinar, menjar i vendre menjar al carrer genera trànsit, acumula i emet sons i olors, i residus i segregació que poden afectar l'entorn i el paisatge urbà. A Espanya, els anomenats «botellones», llocs populars de trobada de gent jove per beure i divertir-se, superen el límit de tolerància: aplegades de milers de persones, vandalisme, violència, comes etílics i places plenes

⁶ Walthall, B. «Strasse, Essen, urbane Kultur: Street Food (mehr) als eine besondere Form des Essens!?» [en línia], *Kunst & Kultur, Verbraucher & Consum*, febrer 2014. [Consulta: 10 febrer de 2015]. Disponible a: <http://www.urbanfoodsystems.de/strasse-essen-urbane-kultur-street-food-mehr-als-eine-besondere-form-des-essens/>



d'escombraries en foren les conseqüències que van fer que pràcticament es prohibissin per complet.⁷

Estructura i mobiliari urbans

Crec que el disseny d'estructures bàsiques adequades és un factor clau en la integració de les noves formes de venda de menjar de carrer. Deixant de banda el disseny individual de les parades, el menjar de carrer s'ha de plantejar i organitzar en conjunt. Els seus múltiples potencials només es poden explotar i aprofitar positivament partint d'una base adequada. Les ciutats han d'aportar entorns per menjar que compleixin alhora requisits d'espai arquitectònic, fluxos de trànsit i sanejament, i que generin ambients acollidors i relaxats. Com poden cobrir aquestes demandes les ciutats? Com podem crear espais públics que potenciïn operacions tan intensives i alhora deixin lloc a la tolerància creativa? Una solució seria dissenyar un mobiliari urbà mòbil i una arquitectura temporal que s'adaptessin als diferents paisatges i oferissin als comerciants serveis addicionals (fig. 22).

D'altra banda, les places públiques, els carrers, les zones de vianants i els cinturons verds podrien acollir àrees especialment dedicades al consum de menjar, equipades amb accés permanent a aigua per beure, rentar-se les mans, sanejament i retirada de residus. Un mobiliari urbà i unes instal·lacions i serveis de



▲ 22. Charlotte Thon, Amandine Lagut. *La Cheminabule*, 2012-2013. Font: <http://www.amandinelagut.com/cheminabule.html>

▼ 23. Picnic *flashmob* a Innsbruck. © zeitungsfoto.at. Font: <http://www.tt.com/politik/landespolitik/8489093-91/maria-theresien-stra%C3%9F-picknicken-gegen-alkoholverbot.csp>



qualitat animen la gent a utilitzar l'espai públic per menjar al carrer, però també els inspiren a comportar-se de forma responsable. L'accés a l'espai públic i la seva activació fomenten el grup, la interferència, la barreja i l'enriquiment mutu de diferents classes socials, en gran contrast amb el disseny i la planificació urbans portats per criteris de control i seguretat. El disseny urbà acostuma a obeir abans la prevenció que l'admissió i, en conseqüència, les prohibicions i les estructures rígides, resistents i antisocials acaben



▲ 24. Petra Barran fundó KERB, una comunitat de venedores de comida, para profesionalizar y difundir la comida callejera por todo Londres. Fuente: <http://www.kerbfood.com>

contribuint a la metamorfosi dels centres urbans, que passen de ser espais vius a meres àrees de pas.⁸

Aquesta foto del centre d'Innsbruck ens dona la idea de com l'espai públic també pot quedar bloquejat per una invasió amable. Després de l'anunci d'una llei per prohibir el consum de begudes alcohòliques al carrer, els habitants d'Innsbruck van demostrar el seu desacord muntant un pícnic gegant i ocupant el centre de la ciutat (fig. 23).

Regulacions i iniciatives

Com ajustem la vida dinàmica del carrer als nostres estàndards de seguretat, neteja i harmonia? A més de dissenyar l'espai arquitectònic, hem de crear regulacions que estableixin estàndards que garanteixin la qualitat i la diversitat del menjar venut sense limitar l'àmbit de la creativitat. No crec que hi hagi respostes globals, sinó solucions particulars per a cada lloc que hauran de configurar-se d'acord amb el seu context cultural.

En molts casos, els comerciants i els defensors del menjar de carrer uneixen forces en organitza-

cions que funcionen com a punts de referència de plataformes de comerciants, consumidors, polítics i productores d'aliments regionals, i organitzen festivals i debats entorn dels futurs models d'alimentació urbana. Construir col·lectius té sentit, perquè s'expressen estàndards de qualitat determinats a través de manifestos o d'altres sistemes per donar suport a la instauració de nous conceptes.⁹ (fig. 24)

Conclusió

El concepte de menjar de carrer inclou el disseny d'una cultura del menjar i aspectes de l'espai públic i la vida a les ciutats. L'èxit cada vegada més gran del fenomen es pot explicar perquè la gent s'està conscienciant de la mateixa manera sobre els aliments i sobre el seu consum, sobre nous conceptes de vida i de mobilitat social influïts per l'autodeterminació i la participació activa. El menjar de carrer pot i ha de ser considerat des d'una perspectiva àmplia. Més enllà de la mera venda de menjar preparat, menjar als carrers fa referència a alimentar-se en públic, i planteja el carrer com a un espai gastronòmic, una plataforma oberta i un camp d'experimentació. Resta per veure cap a quina direcció avançarà aquesta tendència. El desenvolupament social fa pensar que en el futur probablement serem encara més mòbils, poques vegades serem a casa i tindrem menys temps per cuinar.¹⁰

Tot té relació amb com volem viure i com hem de viure, i on i com volem menjar. És possible que les cuines, sobretot als pisos de les ciutats, acabin sent alguna cosa que no tingui res a veure amb allò que coneixem ara per cuinar, perquè la invenció d'eines i tecnologies noves ha canviat els nostres hàbits i pel camí hem oblidat certes habilitats i coneixements.

El disseny fa front ara al gran desafiament de fer que el menjar de carrer sigui alguna cosa més que una manera d'alimentar comercialment organitzada, i de transformar-la en un dispositiu cultural que transmeti coneixement i identitat i estableixi una relació natural amb la nostra alimentació.

7 Rando Casermeiro, P. «The Law and Order Approach to Criminal Law in the Administrative Sanctioning System». *Electronic Review of the International Association of Penal Law*. REaDip 2011/eRIALP, p. 1-17. ISSN: 1993-2995, p. 6-7.

8 Maak, N. *Wohnkomplex: Warum wir andere Häuser brauchen*, Munic: Hanser Verlag, 2014.

9 Vegeu <http://www.kerbfood.com/> i <https://eatstreetblog.wordpress.com/page/3/>. [Consulta: 7 abril 2015].

10 Hirschfelder, G. «Mahlzeit auf der Strasse. "Street Food baut eine soziale brücke"» [en línia], Berlin: Deutschlandradio, 2014. [Consulta: 19 desembre 2014]. Disponible a: <http://dradiowissen.de/beitrag/street-food-soziale-brücke-für-bildungsorientierte>.