

TENDENCIA

ES



Mercado little spain
Imagen: Think Food Group

Tendencias en restaurantes. Interiorismo aplicado en restauración.

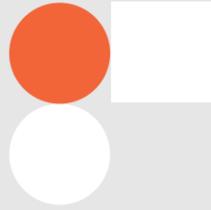
Autor: Miquel Àngel Julià

ES DESIGN
ESCUELA SUPERIOR
DE DISEÑO
DE BARCELONA

De:

Planeta Formación y Universidades

Autor

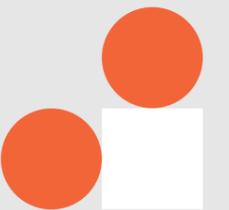


Miquel Àngel Julià, MAJH

Docente de ESDESIGN especialista en *workplace*, retail, branding corporativo y Concept Architect

Miquel Àngel Julià, también conocido por el acrónimo MAJH, es Concept Architect, especialista en *workplace*, *retail* y *branding* corporativo. Desde hace más de veinte años conceptualiza y diseña espacios, productos y servicios para marcas a través de la innovación: desde la primera idea hasta el seguimiento de todas las fases del proyecto, el acompañamiento de la construcción y la dinamización posterior.

Arquitecto de profesión, Miquel Àngel centra su trabajo en la crítica e investigación sobre la arquitectura contemporánea en diversos medios especializados de comunicación. Es socio-director de estrategia y diseño en Grup Idea, vicepresidente del Retail Design Institute Spain y coordinador del Grup de Treball Retail i Innovació de la Demarcació de Barcelona del Col·legi d'Arquitectes de Catalunya. Además, combina la práctica profesional con la actividad docente.



Tendencias vs Modas

En Diseño siempre es delicado hablar de tendencias y modas. Moda, tal como la propia palabra indica, es todo aquello que acaba pasando de moda. Pues las modas son pasajeras, tal como vienen se van. En cambio, tendencia, es aquello que nos marca el camino hacia dónde, como sociedad, nos dirigimos. Porque hablar de tendencias, no es hablar de predicciones sobre cómo viviremos, vestiremos o comeremos. La bola de cristal no existe. Por eso, los *coolhunters*, son aquellas personas que "cazan nuevas ideas" a kilómetros de distancia de nosotros, antes que la ola de la innovación nos llegue pasado cierto tiempo.

En la actualidad tanto las tendencias como las modas nos llegan mucho antes de lo que estábamos acostumbrados, somos cada vez más globales, pues el mundo digital ha acortado las distancias. Las distancias actuales, más que físicas, son mentales o culturales. Hoy en día podemos estar en contacto al instante con cualquier rincón del mundo. Marco Polo, en la actualidad es el Sr. Google. Por eso, si ahora investigáramos sobre cuáles son las nuevas tendencias en restauración y gastronomía, podríamos simplificarlas en esos títulos a los que la prensa nos tiene tan habituados. Seguro que hablaríamos de:

- *Dark Kitchen* o *Ghost Kitchen*.
- Incremento exponencial del *Delivery*.
- Experiencias gastronómicas sin contacto.
- Gastronomía inmersiva.

- Digitalización de restaurantes.
- Comida ecológica, especializada o vegetariana.
- Comida con movimiento de causa.
- Kits gastronómicos.
- La cocina como *reality*.
- Metaverso.



Estrategia → Creatividad → Branding → Diseño → Innovación en restauración

Son más importantes las preguntas que las respuestas. Porque damos por sentadas demasiadas respuestas y por tanto no nos planteamos nuevos caminos ¿Qué es un restaurante? Damos por sentado que un restaurante es un espacio físico y que por tanto, principalmente estamos hablando de un trabajo de Diseño Interior. ¡Error! Primero es bueno que conozcamos las tendencias que nos ofrece el mercado y por otro lado que pongamos en crisis los modelos de negocio preestablecidos. Desarrollando nuevos modelos de negocio y una buena estrategia previa al diseño, es cuándo podremos innovar. Al final, está claro que realizaremos un nuevo diseño de restaurante, probablemente alejado del arquetipo que tenemos en mente.

Hablando de innovación en gastronomía aun hablamos, y lo seguiremos haciendo, de elBulli en clave de futuro y tendencia, cuando Ferran y Albert Adrià ya han cambiado radicalmente y de modo disruptivo el mundo de la cocina.

Ya han pasado más de 10 años desde que cerró elBulli el 30 de julio de 2011. El Bulli1846 abrirá sus puertas en periodo de pruebas a partir de abril del 2022. Pero no podemos definir el nuevo espacio como restaurante, o sí. El nuevo formato del espacio y servicio de cocina se ha definido como íntimo, para un máximo de 150 personas. Las visitas al espacio se harán de abril a noviembre y durante el invierno, la intención es realizar actividades sociales y culturales.

La pandemia ha conllevado el cierre del restaurante Tickets y de muchos de los restaurantes que con Albert Adrià crecieron en su universo con el grupo El Barri, pero por otro lado han emergido multitud de nuevos restaurantes de la mano de los "Bullinianos". Los "Bullinianos" son todas aquellas personas que han participado en proyectos promovidos por Ferran Adrià, Albert Adrià y Juli Soler y también los que lo hacen en la actualidad o lo harán en el futuro.

Pero hablando de innovación recordemos la mejor frase de Ferran Adrià no es suya: "Copiar es no copiar". La frase es de Jacques Maximin. Adrià se la escucho decir, en 1987 en Cannes y le conmovió con la misma fuerza que lo hizo su cocina. También dicen que Picasso dijo que "El artista copia, el genio roba". No todos podemos innovar y en muchas ocasiones el mejor modo de aprender y crecer, es copiando. Al igual que en la artesanía, la cocina se basa en la transmisión de conocimiento y en la copia de una "receta artesanal" que transcurre de padres a hijos sucesivamente. Por eso es importante el legado que nos deja la Bulli-Pedia como herramienta de transmisión de conocimiento.

El diseñador Luki Huber se preguntaba ¿Por qué un restaurante es un excelente lugar para el trabajo creativo?

"Cuando empecé a colaborar con el equipo de elBulli me sorprendí muchísimo por la intensidad y el sistematismo con el que se trabajaba la creatividad. Vi en este equipo un árbol mental con sus ramificaciones muy bien ordenadas, donde cada componente del equipo podía seguir avanzando en cada uno de los astiles sin que eso desordenara la labor de sus compañeros. El potencial de crecimiento de un árbol es exponencial cuando se crece en equipo"

De allí surgió la conocida herramienta de Luki Huber, Manual Thinking, que permite gestionar el trabajo creativo en equipo no tan solo de diseñadores, sino de directivos. Esta herramienta es la base para métodos creativos como el propio Sapiens desarrollado por Ferrán Adrià y su equipo. El *Design Thinking*, sitúa al comensal en el centro de la experiencia y eso es lo que ahora precisamos para diseñar cualquier espacio interior.



Imagen: El Bulli 1846



FOOD DESIGN, impresión 3D y otras innovaciones

El *Food Design*, “diseño de alimentos”, al igual que la *Biofilia* o el *Lighting Design*, se ha erigido en los últimos tiempos en una nueva disciplina que por desdoblamiento repercute en el diseño interior de los futuros restaurantes. De modo simple podemos decir que el *Food Design* es una disciplina vinculada con el diseño de productos, que no solo abarca la creación de nuevos alimentos, sino también *packaging*, utensilios, espacios, y formas de presentación y conservación. El término se originó alrededor de 1997 en Europa y en la actualidad está organizado y apoyado por la Sociedad Internacional de Diseño de Alimentos (IFDS). Además, abarca conocimientos de otras disciplinas como la biología, la genética, la antropología, la sociología la psicología o la nutrición. Todo empezó como una tendencia emergente, pero que se ha consolidado ya claramente como una disciplina más del diseño.



Podríamos decir que el *Food Design* es la fusión entre gastronomía y diseño. Pero este no implica tener conocimientos culinarios. El propio Martí Guixé, pionero de esta disciplina, en más de una ocasión ha asegurado que él ni sabe cocinar, ni le interesa saberlo hacer. ¿Es necesario ser dentista para diseñar un consultorio dental? ¿Es necesario ser cocinero o saber cocinar para poder diseñar un restaurante?



Imagen de Inga Knölke

La transformación digital actual, acelerada durante la pandemia y todo lo que esta nos ha comportado, tiene también sus consecuencias en la restauración, como por ejemplo, alimentos impresos en 3D, ya sea para servir a la creatividad de los chefs, como para reducir el desperdicio de alimentos o mejorar un plato. Hace ya muchos años, que el arquitecto Vicente Guallart nos dijo que cada uno de nosotros tendríamos una impresora 3D para imprimir todos aquellos básicos que precisamos para vivir. Tal vez, esta afirmación no se ha hecho real del todo, pero no está

al caer que nuestras viviendas se reinventen para poder dar solución a nuestras nuevas necesidades y estas sean más parecidas a un FabLab que a una vivienda tradicional. Al hablar de impresión 3D, empezamos pensando en la producción de objetos e incluso de espacios, como es el caso del bar ExDesigner de Martí Guixé o incluso ya existen empresas dedicadas a la impresión 3D de viviendas, por ahora unifamiliares. Pero la impresión 3D también la podemos extrapolar a la cocina. De repente, las recetas se han transformado en *Big Data*, en datos que podemos imprimir.

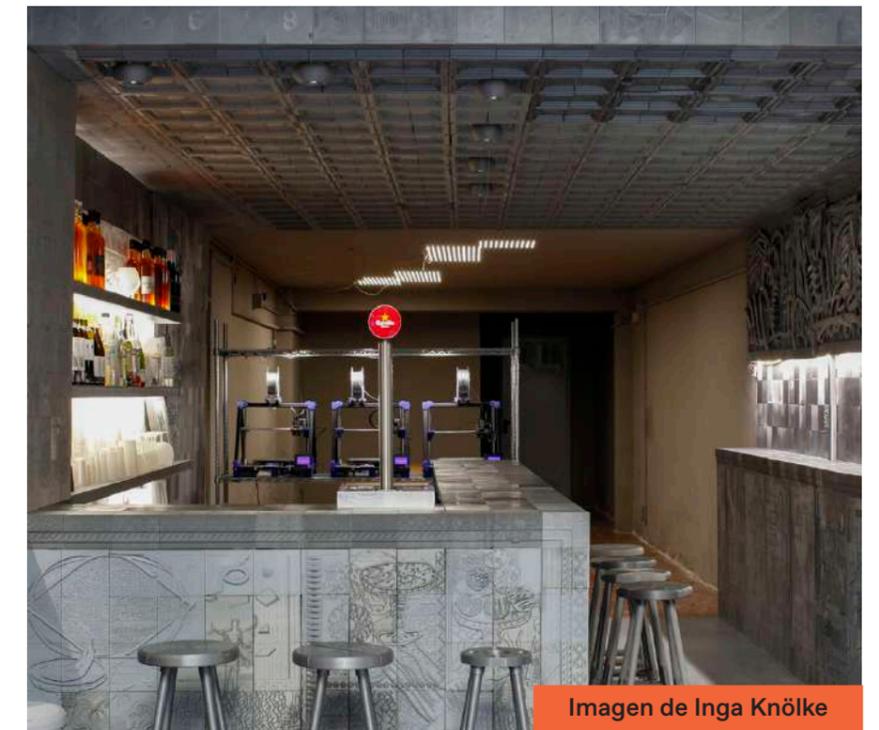


Imagen de Inga Knölke



Muchas de las tendencias que podemos apreciar en restauración, ya lo eran antes de la pandemia y también se producían en otros sectores, como por ejemplo en el *Retail* o *Hospitality*. Según diferentes estadísticas, las reservas online han crecido en un +58% con respecto a 2020 y un +8% frente a 2019. Además, el avance de la digitalización en el sector Horeca es notable, pues el pasado año 2021 el 89% de las reservas online de restaurantes fueron realizadas a través de dispositivos móviles. Destaca a su vez el auge del pago digital. Y como no, eso deriva a la necesidad de diseñar *layouts* de restaurantes muy diferentes a los que estamos acostumbrados. ¿Tiene sentido el puesto de caja tanto en *Retail* como en restauración? Pensemos, ¿Tiene mostrador caja una Apple Store? Es por ello que inclusive en *Workplace* empiezan a demandarse espacios “no recepción”.

La pandemia ha hecho retornar innovaciones que hasta el momento la sociedad no había asimilado. En ocasiones innovamos antes de tiempo. Recordemos que tuvieron que pasar 25 años desde que Regis McKenna propuso a Apple hacer tiendas para la venta de ordenadores personales y que la compañía creara la primera Apple Store en 2001. Eso es lo mismo que ha sucedido por ejemplo con el código QR (*Quick Response Code*, “código de respuesta rápida”). Este fue creado en 1994 por la compañía japonesa Denso Wave, subsidiaria de Toyota. Es por ello que son muy comunes en Japón, donde son el código bidimensional más popular, pero no ha sido hasta la pandemia que hemos intensificado su uso para evitar el contacto físico con los las cartas físicas.

Podríamos hablar también del uso de la realidad aumentada para crear experiencias únicas a los consumidores, del Metaverso o de los NFTs (*Non-fungible tokens*), con

lo que los restaurantes y los gastronómicos pueden experimentar la comida en una dimensión completamente nueva. Aparecen unas nuevas realidades, que como capas superpuestas a lo tangible, complementan la experiencia gastronómica. A su vez, los NFT puede tener otro uso, ya que puede ayudar a los chefs a proteger sus creaciones y permitir que los comensales se beneficien de experiencias únicas y exclusivas.



FLYFISH CLUB

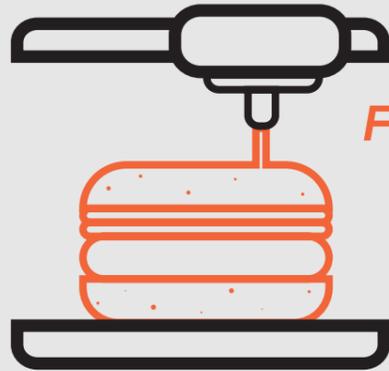
Two types of membership

Membership Type	Members	Designs
Flyfish (FF)	2650 Members	1 DESIGN
Flyfish Omakase (FFO)	385 Members	7 DESIGNS

Flyfish Club: un proyecto de restaurante NFT.
Imagen: flyfishclub.com

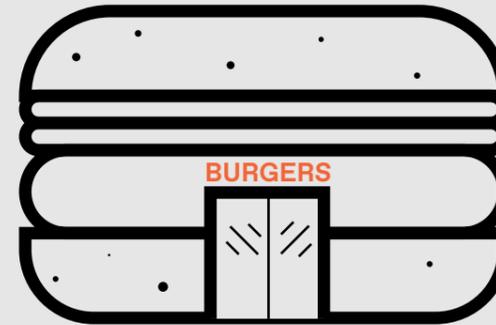


Tendencias que marcan el interiorismo en la restauración.



Food design

Des de la creación de nuevos alimentos, al *packaging*, utensilios, espacios, y formas de presentación y conservación.



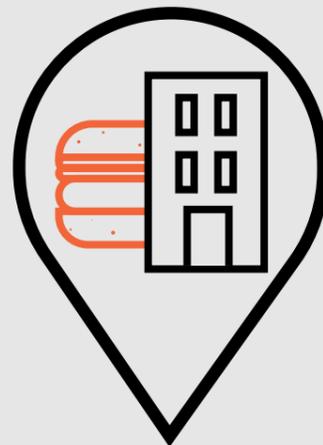
Gastronomía inmersiva

El diseño es una de las mejores herramientas de comunicación, pues jugando con todas las escalas, permite conectar y explicar culturas.



Food Trucks

Los que trabajan desde cualquier lugar los denominamos *Know-mads* o nómadas del conocimiento, podemos hablar de restaurantes nómadas



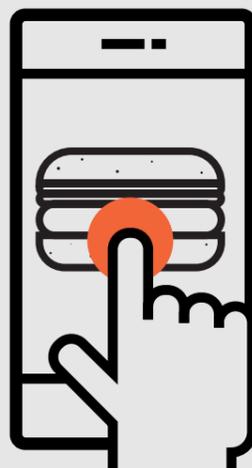
Combinar espacios

Una de las herramientas creativas más potentes y otra de las tendencias a tener en cuenta es la de la hibridación de espacios y sectores.



Dark kitchen

El espacio interior donde poder tener una agradable experiencia gastronómica desaparece y esto nos lleva a un gran incremento del *delivery*



Digitalización de restaurantes

Incrementan las reservas *online* a y a su vez el auge del pago digital. Eso deriva a la necesidad de diseñar *layouts* de restaurantes diferentes a los que estamos acostumbrados.



Metaverso o NFTs

Los gastrónomos pueden experimentar la comida en una dimensión completamente nueva. Aparecen realidades superpuestas a lo tangible que complementan la experiencia gastronómica.

Diseñar arquitectura, interiores y producto.

¿Un simple factor de escala?

Los métodos creativos para diseñar espacios y objetos, pueden ser los mismos, y tal como nos cuenta Juli Capella, los objetos puede ser considerados “Arquitecturas Diminutas”

En ese sentido tiene interés conocer el edificio que como arquitecto diseñó en Disney Springs, en el cual diseñó el restaurante Jaleo para Jose Andrés y a su vez la silla en la que los comensales se sientan. Como cuenta Juli, se diseñó como “Un espacio donde disfrutar de la comida en un escenario original y único, este ha sido nuestro objetivo: entretener al comensal mientras disfruta de una buena comida para hacer de su estancia en Jaleo una experiencia inolvidable. El concepto principal del diseño interior ha sido ofrecer “un tapeo”, es decir una degustación de muchos pequeños bocados, con formas, colores, sillas, lámparas, imágenes, en concordancia con un menú típico español. El Jaleo de Disney Springs, se basa en la iconografía de España, y expresa el alma vitalista de su chef, José Andrés. La forma arquitectónica del edificio se inspira en una alcachofa, una de las hortalizas originarias del Mediterráneo más populares en España, tierra de sabrosas verduras y frutas.”

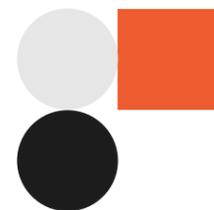
Por tanto podemos decir a su vez, con ejemplos como este, que el diseño es una de las mejores herramientas de comunicación, pues jugando con todas las escalas, permite conectar y explicar culturas. Esa es la filosofía por ejemplo de conocidas exposiciones de Juli como lo fue “Tapas” o espacios como “Little Spain”, el mercado español de moda en el barrio de moda de Nueva York de José Andrés y los hermanos Albert y Ferran Adrià. Como bien cuenta José Andrés, “Little Spain” es en realidad “un homenaje a las amas de casa, a nuestros cocineros, pesca-

dores, carniceros. Lo que hemos hecho es abrir la cultura española aquí a través de su cocina”.

“...Continúo haciendo arquitecturas pequeñas, pequeñas, pequeñas, cómo esta cerámica, por ejemplo, un poco como monumentos, un poco como tumbas, un poco como templos abandonados de los dioses, un poco como ruinas de la antigua y desconocida civilización donde alguna cosa –dicen– se sabía; dicen que se conocían los ejes, las curvas, los cruces, quizás incluso el porqué de las trayectorias cósmicas a lo largo de las cuales resbalan cada día los vértices privados de los átomos que hacen nuestro frágil cuerpo” (Ettore Sotssass, diseñador y arquitecto).

Entre otros, diseñadores como Luki Huber o la interiorista Andrea Soto, ha recibido encargos por parte de Ferran y Albert Adrià para diseñar utensilios de cocina y cuberterías especiales. Ferrán y su equipo de elBulli fueron los primeros en emplear, en el círculo de la alta cocina, a un diseñador industrial a tiempo completo como parte de su equipo creativo.

Andrea Soto, realizó por ejemplo, el diseño de superficies para presentar elaboraciones de una manera diferente para el HEART de Ibiza de Albert y Ferran Adrià y Cirque du Soleil. La experiencia del comensal tenía que ser diferencial y completa y la vajilla no podía ser menos.



Restaurante Jaleo by José Andrés
Imagen: Think Food Group



Mercado little Spain
Imagen: Think Food Group

Bonus Track

Cuando antes nos preguntábamos ¿Qué es un restaurante? Me vienen a la cabeza ejemplos de cosas que aparentemente no son restaurantes, pero que deberíamos empezar a analizarlos como parte de los mismos universos.

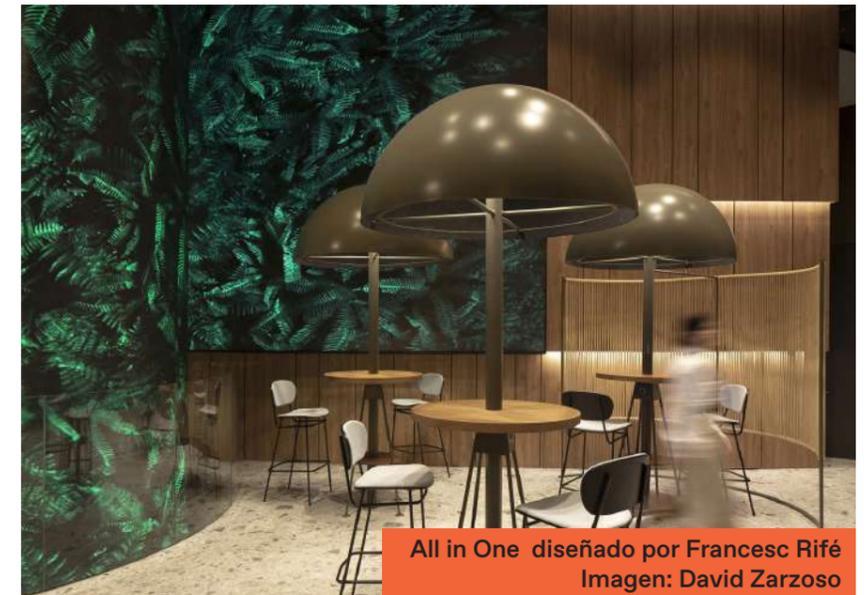
En ese sentido es interesante, un lugar escondido en medio de una zona industrial, en el interior de una nave industrial diseñado por la interiorista Andrea Soto, el nuevo “showroom Delicat”. Este se presenta como un espacio abierto a desarrollar experiencias únicas dónde poder conocer, experimentar y probar productos riquísimos de marcas reconocidas como, entre otras, “La Cala de Albert Adrià”. El concepto del proyecto se centra en vivir la experiencia, por eso, apuesta por crear un recorrido dentro del pequeño local que permite zonificar el espacio creando una zona de showcooking y experimentación, una zona de degustación, un rincón más reservado para reuniones y finalmente, el punto de unión de todas ellas, una estantería que crea el flujo de circulación y es el espacio expositivo de los productos.

Del mismo modo, aparte de hablar de espacios como las *Dark Kitchens* o *Ghost Kitchens* y del incremento del *delivery*, podríamos hablar de los restaurantes nómadas, de los *Food Trucks*. Del mismo modo que ya no trabajamos en un lugar fijo y podemos trabajar en cualquier lugar, siendo lo que denominados *Knowmads* o nómadas del conocimiento, podemos hablar de restaurantes nómadas. Por cierto con adjetivos como *Dark* y *Ghost*, pocas cosas positivas nos podemos imaginar, de repente el espacio interior donde poder tener una agradable experiencia gastronómica desaparece. De repente el *Food Street* es una tendencia que ha llegado para quedarse.

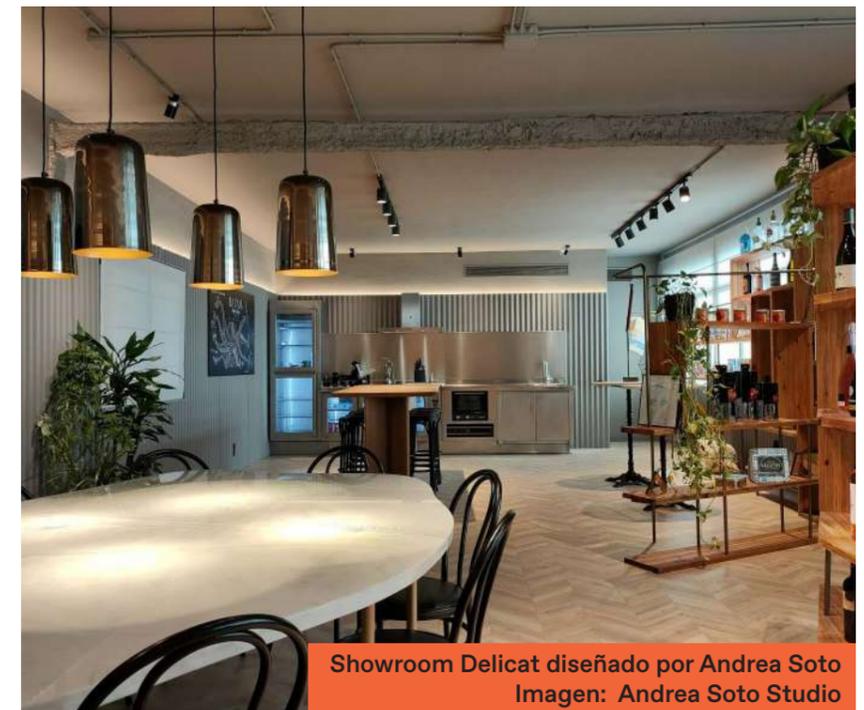
En la misma línea, del mismo modo que en *Retail* hablamos de *Pop Ups*, podemos hacerlo en el mundo culinario. Este es el caso del restaurante Pop Up ADMO de Alain Ducasse, Albert Adrià y Romain Meder, ubicado de modo efímero en el restaurante Les Ombres en el museo Quai Branly en París.

Y de repente un espacio bancario como el “All in One” diseñado por Francesc Rifé para CaixaBank en Barcelona, incorpora un espacio gastronómico como el de los Hermanos Torres. Sucede lo mismo en Casa Seat con Ametller Origen. Como decíamos una de las herramientas creativas más potentes es el de la hibridación y por tanto otra de las tendencias a tener en cuenta es la de la hibridación de espacios y sectores.

Seguramente realities como Master Chef, no solo han cambiado el cómo la sociedad valora el mundo culinario, sino el cómo debe ser un interior de un restaurante. ¿Para cuándo un Master Chef de Diseño o Arquitectura de éxito? Philippe Starck ya lo probó para la BBC hace unos años con “Design for life”.



All in One diseñado por Francesc Rifé
Imagen: David Zarzoso



Showroom Delicat diseñado por Andrea Soto
Imagen: Andrea Soto Studio

Referencias bibliográficas

“El libro rojo de la innovación”, Marcel Planellas, Conecta, 2021

Diseños y esbozos para elBulli, Luki Huber, Planeta gastro, 2018

Manual Thinking. La herramienta para gestionar el trabajo creativo en equipo, Luki Huber y Gerrit Jan Veldman, Empresa activa, 2015

Monográfico doble dedicado al food design, Revista Experimenta 67/68, 2015

Recuperado de: <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/experimenta-6768-monografico-doble-dedicado-food-design/>

El Bulli 1846, elBullifoundation, 2022

Recuperado de: <https://elbullifoundation.com/>

Bullinianos a way of life, elBullifoundation, 2022

Recuperado de: <https://bullinianos.com/>

Diseño de Producto Barcelona y Trabajo Creativo en Equipo, Luki Huber

Recuperado de: <https://www.lukihuber.com/>

Herramientas y espacios para la co-creación, Manual Thgin-king, Luki Huber

Recuperado de: <https://manualthinking.com/es/>

Ex-Designer Project Bar, Martí Guixé

Recuperado de: <https://www.guixe.com/>

A FOOD DESIGNER IS SOMEBODY WORKING WITH FOOD, WITH NO IDEA ABOUT COOKING.” INGA KNÖLKE 1999, Martí Guixé

Recuperado de: <https://food-designing.com/>

L’Ex-Designer Project Bar, Martí Guixé

Recuperado de: <https://www.ex-designer.com/>

Guallart Architects

Recuperado de: <https://www.guallart.com/>

Vicente Guallart conversa con Miquel Àngel Julià acerca del futuro de la ciudad y la arquitectura, Vicente Guallart, vimeo, 2020

Recuperado de: <https://vimeo.com/409451480>

Institute for Advanced Architecture of Catalonia

Recuperado de: <https://iaac.net/fab-labs/fab-labs-bcn/>

Restaurante Jaleo by José Andrés, Capella Garcia Arquitectura, Disney Springs, Orlando, Florida, EE.UU, 2019

Recuperado de: <https://www.capellagarcia.com/es/arquitectura/jaleo-disney-springs>

Restaurante Jaleo by José Andrés, Chicago (EE.UU.), Capella Garcia Arquitectura, 2021

Recuperado de: <https://www.capellagarcia.com/es/interiores/restaurante-jaleo-by-jose-andres-chicago>

Mercado Little Spain, Nueva York (EE.UU.), Capella Garcia Arquitectura, 2019

Recuperado de: <https://www.capellagarcia.com/es/interiores/duplicat-de-restaurante-jaleo-disney-springs>

Ettore Sottsass, Wikipedia, 2020

Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Ettore_Sottsass

SHOWROOM PARA PROFESIONALES DE LA COCINA GOURMET, Andrea Soto, 2022

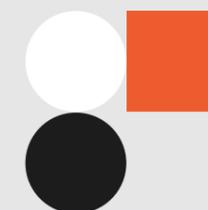
Recuperado de: <https://www.andreasoto.es/portfolio-item/showroom-para-profesionales-de-la-cocina-gourmet/>

COLECCIÓN DE PLATOS INUSUALES PARA HEART IBIZA, Andrea Soto, 2022

Recuperado de: <https://www.andreasoto.es/portfolio-item/leccion-de-platos-inusuales-para-heart-ibiza/>

Design for Life - Episode 01 - BBC Two, Thássio Freire, vimeo 2017

Recuperado de: <https://vimeo.com/181696386>



ES DESIGN
ESCUELA SUPERIOR
DE DISEÑO
DE BARCELONA

De:

 Planeta Formación y Universidades

Follow:

Fb	Ig	Yt	Tw	Lk
----	----	----	----	----