

Um ensaio sobre a etologia do Food Design

Escrito por: Filipe Campelo Xavier da Costa, Ricardo Yudi
UFCSPA - UFCSPA de Porto Alegre
+ S3 Food Design Lab
@s3foodlab
fcampelo@unisinis.br / ricardo.yudi@gmail.com
Brasil



Se o Food Design fosse um animal, que comportamento ele teria na natureza? Qual seria o seu objetivo, o seu propósito de existência, qual seria o seu modo de operação para sobreviver e triunfar no meio selvagem?

Introdução

O que é Etologia? Qual é a relação com o Food Design? Qual é o propósito do Food Design? Estas são as três perguntas que buscaremos responder a partir do estudo da etologia do Food Design. O Food Design não possui um manual específico, único de instruções que permita aos usuários aplicarem seus conhecimentos de maneira estruturada. A baixa oferta de métodos é natural se levarmos em consideração a juventude da disciplina e o número de revistas científicas especializadas que lidam com o tema e abrem espaço para tanto (essa publicação que você está lendo visa exatamente preencher essa lacuna) Por esse e outros motivos, buscamos identificar quais são as problemáticas enfrentadas por designers e outros interessados em Food Design e, ainda, sugerir alguns caminhos para o futuro da disciplina.

Photo by Bertrand Bouchez on Unsplash
Imagén seleccionada por el equipo editorial

Na raiz do Design está a maneira de lidar com situações que necessitam de alternativas viáveis e interessantes para o nosso cotidiano. As soluções que o Design proporciona, através de um conjunto de processos e métodos específicos de cada especialidade é o que caracteriza a sua razão de ser único e especial. O como fazer é precedido de um saber fazer e, este, por sua vez, é concebido por uma ideia gerada em um momento de espontaneidade - ou seria criatividade - ou, também, um tipo de inteligência aplicada? De qualquer modo, as soluções geradas são uma forma de enunciar um discurso do Design, enunciar uma visão que a disciplina possa imaginar sobre uma determinada pauta do cotidiano ou de uma visão crítica e/ou futurista da realidade.

Findeli (2001) sugere a revisão de percursos teóricos, metodológicos e éticos a respeito da educação em Design. Na ocasião, o autor questionava a disciplina sobre uma nova visão mundial sobre diversas questões pertinentes ao Design. A hipótese do pesquisador enuncia uma mudança de paradigma nos contextos educacionais, políticos, tecnológicos, científicos, legais e sociais. Tais mudanças seriam ou estariam caracterizadas pelos mesmos atributos que abordaremos ao longo deste texto: a visão materialista, inquisições motivadas por métodos positivistas e a visão gnóstica e dualista do mundo.

“This problem is, without doubt, a central concern today, but it can be considered as a symptom of a wider issue to which all other professions also are confronted: engineering, medicine, education, social work,

law, etc., as if in its very foundations, contemporary practical philosophy were in crisis. In other words, one is bound to conclude that the reasons for the current situation in design are to be found mainly outside of the field of design”. pg 02 (FINDELI, 2001) Em sua razão, Findeli sugeriu que não haveria qualquer motivo para que o Design escapasse de qualquer influência do framework de mudança de paradigma e citou, dentre dez aspectos que considerava problemáticos em sua opinião, um principal que nos apoiaremos para essa contextualização: uma epistemologia implícita de prática do Design e inteligência ultrapassada, herdada do século 19.

Para este artigo, tentaremos responder a esta provocação de Findeli por meio de uma discussão das problemáticas do Food Design e como podemos nos preparar para o futuro da disciplina. Para isso investigamos a Umwelt - o modo que um organismo em particular experimenta o mundo - presente nos estudos da Etologia. Ao final deste texto apontaremos algumas possibilidades da postura e atitude que o Food Design possa assumir frente aos desafios contemporâneos.

Sobre a etologia & food design

A Etologia é estudada por diversas áreas como a Antropologia, a Psicologia e a Biologia Evolutiva. Em comum, elas possuem o estudo do instinto animal em seu habitat natural ou o comportamento humano como objeto base de estudo para identificar a forma e meio que desenvolvemos e aplicamos o

conhecimento para, e, se possível, o transformarmos em novos pensamentos, costumes e artefatos. Para isso, iniciamos a discussão segundo a Umwelt, um conceito que possibilitou diversos questionamentos acerca da etologia. Em uma reapresentação da Umwelt, Thure Von Uexküll provoca o leitor com o seguinte resumo do artigo “A teoria da Umwelt de Jakob Von Uexküll” (Jakob sendo seu pai):

“Se você está sendo capaz de entender esta frase, é porque sua Umwelt lhe programou para conseguir filtrar de todo esse feixe confuso de perceptos apenas aquilo que vale a pena ser lido segundo seus interesses de construção de conhecimento.”¹
(Uexküll, 2004, p. 1)

Jakob Von Uexküll (2004) definiu Umwelt² como o universo subjetivo, ou simplesmente o meio ambiente - do ponto de vista do animal. A Umwelt² tem auxiliado pesquisadores a expandir o conhecimento sobre as diversas espécies vivas, e, também, sobre o conhecimento humano. Aprender com os animais para sermos mais humanos é uma observação que tem sido transposta para áreas opostas ao conhecimento, digamos, animal. Verificamos a aplicação de conceitos

1 “Se você está sendo capaz de entender esta frase, é porque sua Umwelt lhe programou para conseguir filtrar de todo esse feixe confuso de perceptos apenas aquilo que vale a pena ser lido segundo seus interesses de construção de conhecimento”.

2 Umwelt. “Instead, umwelt, stresses an organism’s self-centered, subjective world, which represents only a small tranche of all”.

de Etologia e, especificamente de Umwelt, em pesquisas de desenvolvimento de inteligência artificial, robótica e biosemiótica, e, segundo Chomsky:

“[The Framework of Ethology] could be adapted to the study of human cognitive organs and their genetically determined nature, which constructs experience - the organism’s Umwelt, in ethological terminology - and guides the general path of development, just as in all other aspects of growth of organisms”.
(Chomsky, 2006, p.)

Além de Chomsky, Sebeok (2001), Lacan (1988), Deleuze, Heidegger, Merleau-Ponty (Buchanan, 2008) e outros pesquisadores dedicaram uma parcela de tempo aos estudos da Etologia e da Umwelt. Isto deve-se a ideia principal de que a temática seja eminentemente interdisciplinar (Saldanha, 1973), com possibilidade de utilizarmos os resultados obtidos nesta área para inspirar, complementar e ampliar o conhecimento sobre a cognição e o homem. Para tanto, é importante esclarecer que o observado aqui não é a Etologia ou a Umwelt em si, mas elas expostas ao nosso método de questionamento que, assim como Heisenberg enunciou: “a observada, entretanto, não é a natureza em si, mas ela exposta à um método de questionamento do cientista”³ (HEISENBERG, 1958). Ou seja, o método de questionamento é o que inaugura e mantém a possibilidade

3 “What we observe is not nature in itself, but nature exposed to our method of questioning”

de transpormos o conteúdo e/ou questionamento de uma área à outra.

Lembramos, ainda, que o objetivo do artigo é poder discutir a natureza do Food Design e os problemas que a disciplina enfrenta ou poderá enfrentar no futuro. Resgata-se a sugestão de Findeli (2001) na ocasião de que a epistemologia da prática do design e inteligência possa ser renovada com estudos advindos de outras áreas da Ciência. Ao invés de termos o objeto de estudo a cognição, como tem sido largamente estudado no Design para Experiência e Design para Emoção, buscamos a aplicação da cognição processada pela habilidade da inteligência em planejar e concluir algo satisfatoriamente.

Dito isso, apresentaremos um exemplo e como a cognição animal pôde ser transformada, a partir de um estímulo sensorial e ambiental, em uma estratégia para a solução de um problema. No Jardim Zoológico Nacional de Washington, um elefante chamado Kandula foi testado para alcançar um conjunto de frutas suspensas por um arame. O paquiderme demonstrou habilidades de solução de problemas durante múltiplas sessões de vinte minutos cada uma. Em repetidas sessões, Kandula, após alguns momentos de reflexão, empurrou um grande cubo plástico para baixo do conjunto de frutas para, então, subir e alcançar a recompensa (Foerder et al., 2011). O relato dos pesquisadores dizia que Kandula nunca foi visto movendo ou subindo em objetos para obter itens e sua solução não foi apenas uma tentativa e erro. Segundo Reiss,

uma das pesquisadoras responsáveis, apenas alguns animais como humanos, corvos e chimpanzés demonstraram reflexões espontâneas, habilidades de, repentinamente, desenvolver mentalmente soluções para um problema físico.

O que nos chama ainda mais a atenção não é apenas o fato de Kandula conseguir atingir o seu objetivo, mas a sua jornada para chegar até lá. Inicialmente, os cientistas entregaram objetos que o elefante pudesse utilizar para bater nos pacotes de frutas suspensos no ar e obter a recompensa. No entanto, o animal não utilizou os objetos, ele apenas observou as frutas pelo período de vinte minutos em todas as sessões. Elefantes são animais conhecidos por utilizar objetos como gravetos para coçar as costas e não para obter alimentos, por exemplo. A razão disso é explicada pelo fato de que esses mamíferos dependem fortemente de seu olfato e tato para coletar comida. Se eles estivessem segurando algo com suas trombas, isto impediria que eles pudessem sentir e alcançar as frutas suspensas.

Há mais detalhes sobre como Kandula conseguiu tal proeza, os pesquisadores consideram o experimento um sucesso, um momento “eureka” e “aha” para o estudo de cognição de elefantes. Porém, o que mais nos interessa através deste exemplo é a maneira como os humanos planejam (ou podem planejar) a solução de problemas para terceiros - entregando uma ferramenta ou um método que não servirá para as necessidades de

quem está envolvido.

Em um meio selvagem, que tipo de espécie seria o Food Design? Qual seria o seu propósito no mundo e de que modo outras espécies, no caso, nós, poderíamos nos relacionar com ele? Hoje visualizamos o Food Design enquanto uma espécie em constante evolução, em um grande processo de aprendizado. Uma espécie que pode parecer misteriosa, mas que cativa olhares e atrai diversas áreas

do conhecimento. São justamente essas áreas que transformam o Food Design. Ele é capaz de abraçar e incorporar a si as diversas influências e novas informações que recebe do meio externo. Ele se constitui da pluralidade em torno da alimentação, seu propósito no mundo está sendo amadurecido, mas sabemos que sua missão principal é melhorar a relação existente entre o ser humano e o alimento.

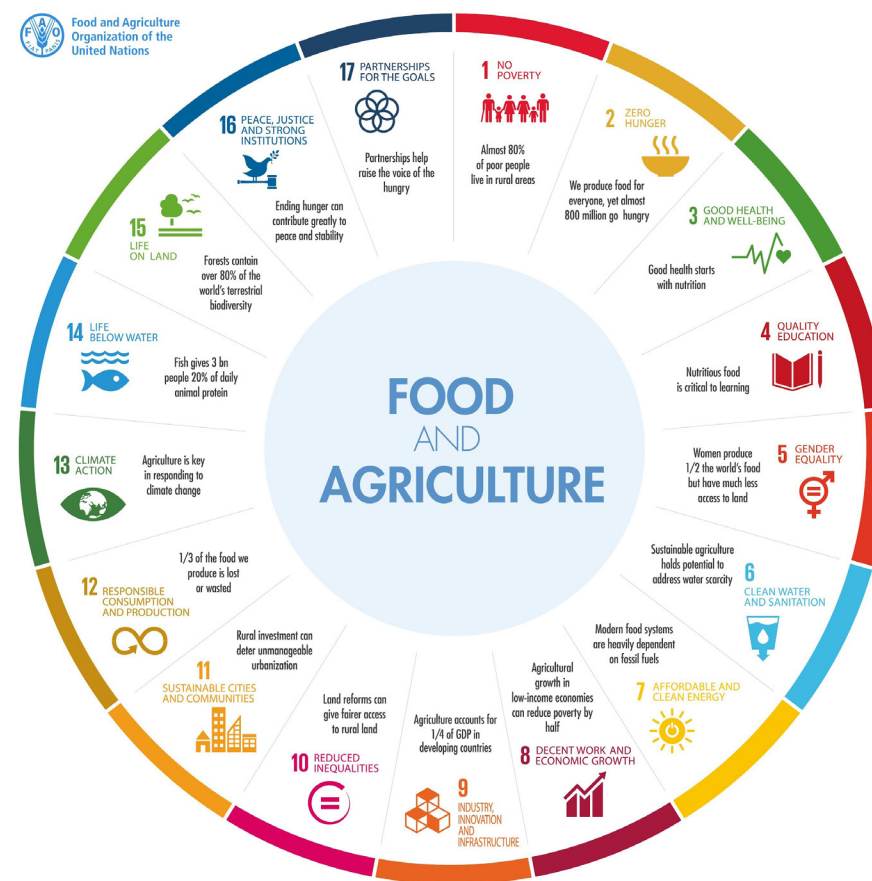


Figura 1 – Objetivos da FAO
Fonte: United Nations, 2015

O Food Design é a disciplina que busca transformar a alimentação pelo Design, bem como identificar uma inovação da alimentação que sirva para todos. Qual seria o *umwelt* de um profissional do Food Design? Ou seja, como o profissional do Food Design enxerga o mundo? Qual é a sua razão de existência dentro desse mundo e qual é o seu modo de operação? Para atuantes do Food Design, a resposta pode parecer óbvia, para outros nem tanto. Para iniciantes pode soar estranho, mas a hipótese que levantamos é que o Food Design possui um propósito único e o modo de operação é distinto para cada tipo de conhecimento empregado na disciplina, ou seja, para cada tipo de profissional que decide se envolver neste meio.

O Food Design parte da empatia, da compreensão da realidade do usuário e, a partir disso, enumera possíveis soluções, as prototipa e as entrega para que os problemas identificados sejam resolvidos - ao menos esta é a visão mais positiva e pragmática do pensar, do ver e do agir. Este é um importante *shift* de visão conceitual: do antropocentrismo tradicional ao *umwelt* do outro, de um ponto de vista e de um meio ambiente, ao ponto de vista e do meio ambiente do outro envolvido. O objetivo aqui, é poder conectar uma inteligência a um propósito, por meio de um processo orientado e criado pelo Food Design, sempre observando e respeitando o saber desse outro. Isto implica em criar projetos e metodologias que respeitem o *umwelt* de cada indivíduo. Cada pessoa possui uma visão de mundo

e um tipo de Conhecimento a ser aplicado em prol da sociedade. O Food Design não é mais especial do que outras vertentes do Design, mas ele pode ser mais complicado do que as outras pois uma rede alimentar traz em si diversos agentes responsáveis por fazer girar a roda da produção, distribuição, consumo, descarte, reaproveitamento, ensino e educação.

Existem três pontos importantes para formalizarmos as problemáticas atuais do Food Design:

- A multidisciplinaridade é um ponto forte e uma fraqueza ao mesmo tempo. É necessário aproximar as disciplinas em torno dos problemas que envolvam a alimentação e, ao mesmo tempo, entender que estamos isolados em nossas respectivas áreas se não buscarmos novas conexões entre nossos pares;
- O Food Design não é sobre o alimento em si, mas uma alavanca de inovação para diversos pontos de contato do alimento, da alimentação e dos processos adjacentes;
- A ausência de métodos para facilitar os processos criativos em torno do Food Design é uma oportunidade a ser investigada por qualquer profissional e de qualquer área do conhecimento. De acordo com a Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), ao menos dezessete pontos são passíveis de transformação, para que possamos alcançar um nível maior de distribuição de alimentos de qualidade e melhores condições de produção, distribuição, consumo,

educação. A imagem anterior¹ representa os 17 pontos estabelecidos pela FAO. Em cada um dos pontos citados, podemos visualizar a transformação e o potencial para a inovação baseado nos princípios do Food Design. Sabemos que o público do Food Design é heterogêneo e respeita a diversidade que a alimentação traz consigo. No entanto, pouco é debatido sobre como fazer a ligação de conhecimentos específicos de cada área em prol da alimentação. Hoje, o conhecimento está hiperfragmentado, cabe ao Food Design propor as metodologias necessárias para que os diversos profissionais interessados em solucionar problemas da alimentação possam fazer esta travessia e que possam, a longo prazo, criar suas teorias e difundi-las em suas áreas de origem. Todas as categorias apresentadas pela FAO, por exemplo, indicam pontos de contato passíveis de inovação pelo Food Design. São elos que a FAO considera enquanto frágeis e propensos a apresentar piora ou desaceleração nos próximos anos. Sabemos que o Food Design não é apenas sobre um alimento. Ele pode utilizar um alimento ou não. Isto quer dizer que os projetos podem ser minimamente relacionados com a alimentação e impactar indiretamente profissionais envolvidos com o alimento e a alimentação em si. O ponto de produção e consumo responsável, por exemplo, envolve uma grande rede de participantes para que projetos possam ser idealizados e aplicados. A sustentabilidade, a economia circular necessita de ação e blindagem de todos os elos participantes deste conjunto. Alguém interessado em trabalhar com o Food

Design nesta área não poderá o fazer sozinho. O profissional precisará de, no mínimo, dados secundários para poder conceber um projeto pertinente ao problema enfrentado. É, portanto, essencial que os profissionais interessados em atuar com o Food Design, que o façam em rede. É igualmente fundamental que a análise dos problemas respeite as características e agravantes de cada situação, e que esses problemas sejam amplamente debatidos entre seus pares para que novas soluções possam ser concebidas.

Sabemos que devido aos avanços tecnológicos, hoje já é possível, por exemplo, realizarmos pareamentos de ingredientes a partir de seus perfis moleculares. Sabemos, também, que é possível criar substitutos de produtos de origem animal a partir de algoritmos e aplicação de inteligência artificial com esses mesmos princípios de perfis moleculares.

Vimos laboratórios cultivarem carnes *in vitro*, presenciamos uma revolução da panificação em torno da fermentação natural, da kombucha, leites vegetais e substitutos de farinha para dietas sem glúten. São ideias que possuem potencial para transformar o cotidiano das pessoas, mas necessitam da interferência de múltiplos profissionais; necessitam de metodologias inter e transdisciplinares que valorizem esse saber coletivo e que respeitem, ao mesmo tempo, as características do saber individual. Esta é uma visão que nos parece ser urgente ao tratarmos da inovação em alimentação pelo Food Design:

não há projeto que possa partir do individual para soluções de cunho coletivo. A categoria de Educação de Qualidade, por exemplo, nos diz que alimentos nutritivos são críticos para o aprendizado. Isto nos possibilita enumerar diversos questionamentos, como: para qual local estamos projetando, qual é o perfil da população, qual é a estrutura que a população possui, qual é o nível de instrução e de inserção tecnológica que possuem, que tipo de conteúdo, qual conteúdo, como será entregue, como será o monitoramento, avaliação, feedback, entre outros. São pequenas observações para um tema que com certeza necessita de intervenção de múltiplas frentes para que o material entregue seja robusto, seja confiável e que possa ser implementado com tranquilidade ao mesmo tempo em que a FAO pede urgência no desenvolvimento de novas soluções.

É um modo ambicioso, de certa forma, querer trazer outras áreas do conhecimento em torno do Food Design. No entanto, verificamos que já existem diversos agentes e de diversas áreas e profissões fazendo parte da Rede Latino Americana de Food Design. Profissionais da Arquitetura, Psicologia, Antropologia, Nutrição, Gastronomia, Marketing, Física, Filosofia, etc. Isto nos leva a crer que para qualquer profissão existente, possa haver um ponto de contato dela com o alimento.

O futuro do Food Design

O que torna o Food Design especial é justamente sua capacidade de absorver

a incerteza e transformá-la em soluções ou provocações. A estratégia de aceitar e (promover) o erro para que seja uma fonte de educação nos projetos é compreensível pois há, de fato, possibilidade de aprendizado. No entanto, reconhecer e projetar melhor com e para os usuários poderá reduzir a importância do errar e dar início a um movimento de errarmos menos ao errar “;melhor”, com mais sabedoria. Frente a essa possibilidade de conexão entre as áreas, devemos reconhecer que para um profissional de primeira viagem, o Food Design é um pacote de frutas suspenso e cabe ao profissional de primeira viagem achar uma solução para descê-lo. Cabe ao Food Design entender profundamente esse contexto.

É dever do designer protagonizar o acolhimento da diversidade de especialidades e de fato ouvir o próximo. Na sequência, deve trazer esta realidade para o momento criativo e aí sim, ser um mediador de processos. O profissional de primeira viagem necessita de um ambiente e um instrumento propício para que sua inteligência possa aflorar, ser conectada e ser aplicada com o mínimo de esforço possível - soluções inteligentes, simples e pro-forma. Do contrário o que poderá acontecer seriam dois cenários:

- A exaustão do profissional de primeira viagem em encontrar uma saída para o labirinto do Food Design, em busca de uma saída (solução) para o problema;
- O não entendimento, decepção e posterior abandono do ambiente.

É, portanto, imprescindível que o Food Design reconheça o seu próprio ponto de vista, sua *umwelt* por assim dizer. Reconhecer qual é o seu ponto de vista e a sua visão de mundo, pois em conjunto a esta visão consta o seu propósito de existência. O alinhamento da visão com um conjunto de processos inteligentes é vital para o exercício saudável de um Food Design relevante e capaz de atuar em diferentes redes do conhecimento.

O Food Design do futuro será aquele capaz de estruturar e conciliar as mais diversas habilidades em torno de um bem comum: o da transformação do alimento pelo Design. Recomendamos que as soluções para qualquer tipo de problema não sejam feitas de modo individual, pois o conhecimento específico que a situação demanda dificilmente será advindo de uma única especialidade e, sim, de uma colaboração entre diversas expertises. Sugerimos isso em virtude do alimento e da alimentação serem plataformas capazes de comunicar e significar mais do que a nutrição e a experiência em si.

Se esse é um cenário futuro plausível, se torna crucial, portanto, nos prepararmos para essa possível realidade. Considerando a ideia anterior, de que um problema pode ser abordado por diversas especialidades simultaneamente, e, ainda, sabendo que existe uma deficiência de métodos que orientem e guiem a criatividade no Food Design, precisamos reunir esforços para criar métodos e novas tecnologias que reúnam e conectem profissionais interessados em

transformar a alimentação, seja com produtos tangíveis ou intangíveis.

Uma alimentação do futuro, que seja amparada pelo Food Design deverá unir esforços tecnológicos, teórico-científico e do saber prático - aquele saber mais relacionado com a ancestralidade, os costumes e outros hábitos que ainda não foram completamente decodificados pela ciência moderna. Essa relação Academia, Saber Prático, Tecnologia precisa ser mediada pelo Design e validada com as pessoas.

Convidamos a todos os interessados em atuar na disciplina de Food Design, que sigam a filosofia de melhorar a relação existente entre o ser humano e o alimento. Mas lembrando e partindo do princípio de que cada um de nós possui um tipo de Conhecimento único, individual. Esse conhecimento que cada um possui deve ser interpretado pelo *Umwelt*, pelo meio que cada um enxergue o mundo e vislumbra as possibilidades de mudança. Isto quer dizer que para cada profissão, poderá existir um tipo de abordagem mais adequada para que a conexão entre o ser humano e o alimento seja feita e incrementada.

Referências

- BBC. Eureka (2020). Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-england-bristol-30979235>. Acesso em 10/05/2020.
- Buchanan, B. (2008). *Onto-Ethologies: The Animal Environments of Uexküll*, Heidegger, Merleau-Ponty, and

- Deleuze, State University of New York Press, 223p.
- Castells, M. (2020). A hora do grande reset. Outras Palavras. <https://outraspalavras.net/pos-capitalismo/castells-a-hora-do-grande-reset/> 27/04/2020. Acesso em 02/05/2020.
- Chomsky, N. (2006). Language and mind. Cambridge University Press.
- Cloak, F.T. (1975) Is a cultural ethology possible? *Human Ecology*, 3, 161–182 (1975). <https://doi.org/10.1007/BF01531639>
- Findelli, A. (2001). Rethinking Design Education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion. *Design Issues: Vol.17, N°1, Winter*.
- Foerder P, Galloway M, Barthel T, Moore DE III, Reiss D (2011). Insightful Problem Solving in an Asian Elephant. *PLoS ONE* 6(8): e23251. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0023251>
- Heisenberg, W. (1958). *Physics and Philosophy: the revolution in modern science*. Prometheus Books.
- Lacan, J. (1988). O seminário, livro 3 as psicoses. RJ. Zahar, 1988 p.16
- Morin, E.; Le Moigne, J. L. (2000). *A inteligência da complexidade*. São Paulo: Peirópolis, .195p.
- Morin, E. (2020). Um festival de incertezas. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/599773-um-festival-de-incerteza-artigo-de-edgar-morin> . Acesso em 09 de junho de 2020.
- Saldanha, P.H. O conceito de etologia, com especial referência ao comportamento dos primatas. (1973). *Biologia, Zoologia e Biologia Marinha, N.S., nº30*, pp. 797-808, São Paulo.
- Sebeok, TA. (2001). *Signs an introduction to semiotics*. Toronto: University of Toronto Press.
- Uexküll, T. (2007). A teoria da Umwelt de Jakob von Uexküll. *Galáxia - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica*, n. 7, fev. 2007. ISSN 1982-2553. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1369>>. Acesso em: 01 jun. 2020.
- United Nations (2015). *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York, NY