

O mutualismo no Food Design : como estabelecer conexões positivas?

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



Palavras-chave

Mutualismo, food design, propósito, motivação, custo

Resumo

Para qualquer ponto de contato que um alimento possua, existe um saber específico que pode torná-lo melhor. O Food Design tem a missão de reunir esses saberes e impulsionar a transformação da alimentação do ser humano. Por esse motivo, discutimos neste texto a importância da investigação das dinâmicas que são inauguradas ao conectarmos diferentes áreas do conhecimento em torno de um objetivo em comum. Nosso ensaio aborda estudos do mutualismo e, por meio de uma analogia, buscamos relacionar as relações de beneficiamento mútuo com o Food Design. Por fim, concluímos que o Food Design necessita de conexões centradas em propósitos e ideais promotores de benefícios para o ser humano. Não sendo possível, portanto, transformar a alimentação apenas por uma simples vontade. É necessário dialogar com os nossos pares, alinhar nossas expectativas e determinar quais são os custos que regem as dinâmicas de nossos projetos.

A Rede Latino-americana de Food Design tem realizado esforços incríveis desde a sua fundação. Somos testemunhas do quanto ela criou, inspirou e conectou nesses últimos anos. Esta revista é um marco desta habilidade que a Rede possui em traduzir o campo prático em avanço teórico. Tendo participado em distintos momentos de sua criação e amadurecimento, podemos dizer que o Food Design latino-americano é especial. São inúmeros países e culturas que buscam se conectar e dialogar por meio da transformação da alimentação e do Design. Essa observação nos liberta para nos aprofundarmos nas novas relações e nuances que essas conexões com o Food Design inauguram.

Todas as conexões entre uma determinada disciplina com o Food Design são desejáveis e valiosas para ambas as partes. De um lado, o Food Design se apresenta enquanto uma ponte para a inovação alimentar e, do outro lado, a área detentora de um conhecimento específico (aquele conhecimento diferente do Food Design) ganha uma nova possibilidade de aplicação deste saber. Testemunhamos, assim, uma nova vertente de trabalho, de mercado e com descobertas não previstas, mas certamente desejadas por todos.

A combinação dos estudos da alimentação com o Design não é uma temática nova, porém relembramos e destacamos o discurso deixado

por Margolin (2013), quando na ocasião já havia nos alertado para esta intersecção entre as áreas. Sua pesquisa inspirou e amadureceu pensamentos do Design e do Food Design, identificou e criticou diferenças entre trabalhar apenas a estética de um produto e o produto em sua totalidade. Ele ainda chamou atenção para explorarmos e mapearmos pontos de contato entre os sistemas alimentares e estudos em Design.

Em razão disso questionamos neste ensaio sobre como são ou podem ser conduzidas as novas dinâmicas de conexão entre áreas distintas do conhecimento. Em nosso entendimento não se trata apenas de apresentar um ao outro. É preciso descobrir quais são as condições que viabilizam ou inviabilizam uma conexão harmoniosa entre os pares. Por experiência própria podemos dizer que a descoberta do Food Design foi apenas uma etapa de uma longa jornada de novos desafios a serem superados. O primeiro momento em que alguém se depara com a temática é encantador. Nos deparamos com um mundo de possibilidades de transformação da alimentação. Esse conjunto de novas informações acaba por interessar e trazer uma breve preocupação: como eu posso praticar o Food Design?

Na busca por novos meios de inovar a alimentação, o interessado necessita de orientação para se localizar em meio ao amplo e promissor horizonte do

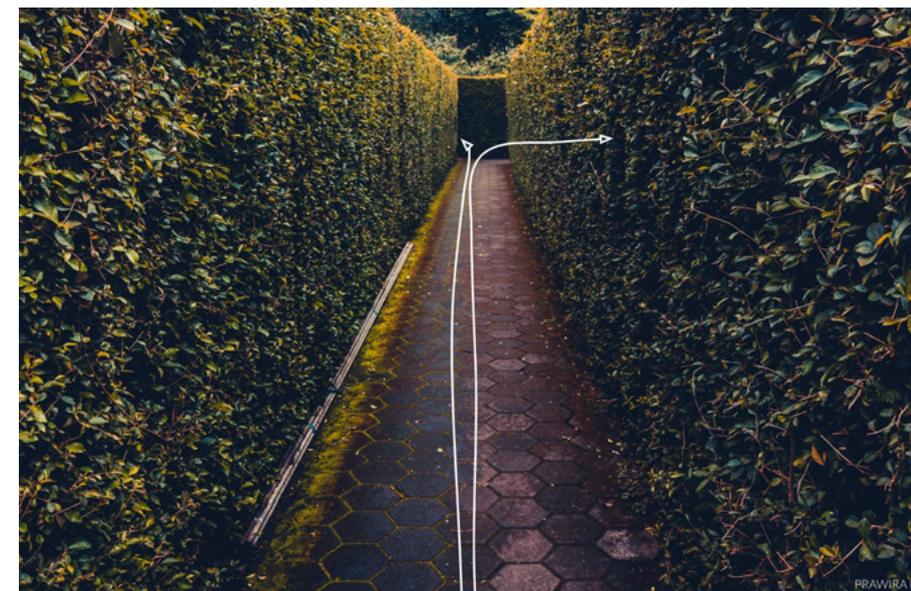


Figura: Direção
Fonte: Prawira (2019)



Figura: Labirinto
Fonte: Limcaco (2019)

Food Design. Nesta nova relação o interessado auxilia o Food Design e é auxiliado por ele. Considerando que existem diversos caminhos e diversas possibilidades para conectarmos todos os interessados, buscamos discutir como tornar as possibilidades mais tangíveis para que as partes possam se conectar e produzir benefícios para ambas. Portanto, trata-se, acima de tudo, de uma relação de beneficiamento mútuo.

Fomos buscar na Biologia a teoria acerca do beneficiamento mútuo, ou seja, do mutualismo. Em toda a história talvez não existam melhores exemplos do que os advindos da nossa natureza. Entendemos que estas relações observadas e amplamente estudadas nos ambientes naturais e selvagens possam ser comparadas com a realidade humana e as dinâmicas de auxílio mútuo. Pelo mutualismo sabemos, segundo Boucher, James e Keeler (1982) que os organismos podem, além de mutualizar, competir e predação. De qualquer maneira, o mutualismo é um meio de interação entre diferentes espécies e, suas interações podem ser representadas por sinais de ganho (+) ou perda (-). O mutualismo é descrito por +/+, a competição por -/- e, por fim, a predação, -/+.

O mutualismo inicialmente foi caracterizado por quatro aspectos: nutrição, suplemento de energia, proteção e transporte. Ele busca

interpretar a evolução dos reinos pela simbiose das células à invasão e domínio da terra (BRONSTEIN, 2001). Podemos nos deparar com relações mutualistas em todos os ambientes (dos aquáticos aos terrestres) e é essencial para a manutenção dos ciclos dos nutrientes nos ecossistemas. Conforme enunciados anteriormente, as relações de mutualismo podem ser estudadas por meio de analogias em sociedades humanas. Segundo Leigh Jr e Vermeij (2002) podemos entender as dinâmicas econômicas de competição, diversificação, interdependência e produtividade (LEIGH JR.; VERMEIJ, 2002 e 2009).

O mutualismo em sociedades humanas pode nos ensinar como lidar com as diferentes dinâmicas que ele proporciona. Bronstein (2001), por exemplo, sugere o conceito de **custo** em torno de uma relação mutualista. Para a pesquisadora, existe um custo para o mutualismo que está localizado na raiz dos conflitos de interesses entre os participantes. Acompanhar como se dá a dinâmica de custo entre os interessados no mutualismo habilita o observador a identificar *quando* e *como* os organismos podem “trapacear” pelo não investimento (ou um investimento parcial) nessa forma de interação. Essa compreensão é uma peça-chave para conectar os estudos do mutualismo (+/+) e os antagonismos, pois, segundo Bronstein, reconhecer o custo do mutualismo é um passo importante para entender quando

e por que ele pode se tornar um antagonista. A partir disso, a visualização das interações se torna mais simples, harmônica e inaugura novas perspectivas sobre o mutualismo que está sendo estudado.

Aplicando essa analogia ao Food Design, identificamos a relação de beneficiamento mútuo e nos perguntamos como as dinâmicas aconteceriam e onde estaria o **conflito de interesses** entre o Food Design e as diferentes áreas do conhecimento. E, em caso de existência, qual seria o custo?

Buscamos a resposta para esta pergunta na pesquisa de Simon (1982) e Kahneman e Tversky (1979), que,

por meio da teoria da perspectiva e do aprofundamento dos conceitos acerca da racionalidade limitada, podemos conhecer com maior propriedade os fragmentos constituintes dos processos decisórios. Nesse âmbito, a teoria da perspectiva anuncia que as pessoas não conferem um valor de uma decisão baseada nas possibilidades dos estados finais de riqueza, e sim em uma comparação com um ponto pré-determinado. Em outras palavras, as decisões se baseiam em perdas ou ganhos relativos a um ponto inicial (ou outro utilizado como indicador).

Essa associação nos permite questionar se o custo das relações mutualistas entre o Food Design e outras áreas do conhecimento não reside justamente



Figura: Propósito e Motivação
Fonte: Street (2017)

nas avaliações de uma “riqueza inicial” e de uma “riqueza final” que os usuários poderiam alcançar caso optassem por participar e contribuir. Imaginamos que a disciplina poderá se desenvolver em movimentos mais acelerados quando puder identificar, com maior precisão, qual é o **valor da riqueza** a ser **ganha** por um participante externo e, também, o que ele poderia perder em tal associação. Sendo assim, é importante tornar visível qual é o interesse e a expectativa de ganho do participante externo, mostrar e comunicar o valor da **riqueza a ser ganha**. Da mesma maneira, é importante, para fins de alinhamento de expectativa, de cooperação e de produção de sinergias benéficas, esclarecer se há algo a ser perdido, a ser investido ou a ser gasto. Sendo esse interesse determinado, bastaria, por fim, identificar as possíveis relações de conflito, onde acontecem e por que acontecem. Entre conflitos e ganhos, é possível aprender como as espécies de seres vivos negociam e interagem. Dessa maneira, é possível transpor o conhecimento e buscar relações análogas na sociedade humana, mais especificamente, no que diz respeito à **motivação** ou ao **propósito** da interação.

Ambos os fatores estão diretamente relacionados com os conceitos de custo e conflito: a **motivação** e o **propósito** podem ser alguns dos mediadores de nossas interpretações e decisões em torno dessa relação. Entendemos, ainda, que o propósito de uma disciplina esteja relacionado com a sua maturidade, com o seu desenvolvimento científico e com o engajamento da comunidade em torno de sua evolução.

As analogias advindas da Biologia, portanto, se mostram úteis para ilustrar o tipo de interação que imaginamos ser possível atingir e desenvolver para o futuro do Food Design e de outras vertentes do Design. Dessa maneira, sugerimos que, para futuras pesquisas, os aspectos pertinentes às dinâmicas de custo, aos interesses e ao propósito presente nas diferentes áreas do conhecimento sejam investigadas em conjunto com o Food Design.

É decisivo que a participação das áreas caminhe na direção da transdisciplinaridade. Essa movimentação se torna mais visível se levarmos em consideração a maneira como o conhecimento circula hoje, com a hiperespecialização das disciplinas e o cruzamento de áreas em busca de soluções cada vez mais universais e inclusivas. Quanto mais buscamos a especificidade, mais necessitamos de avanços de nossos pares e do beneficiamento mútuo. Por essa mesma lógica, identificamos neste ensaio que podem existir relações de **custo** e de **conflitos de interesse** para que tal beneficiamento mútuo ocorra em processos orientados pelo Food Design.

No coração de um conflito de interesse reside, portanto, o propósito de um participante (ou da área envolvida). Logicamente, um propósito sem motivação permanece estático, sem movimento. O pré-requisito desse movimento está

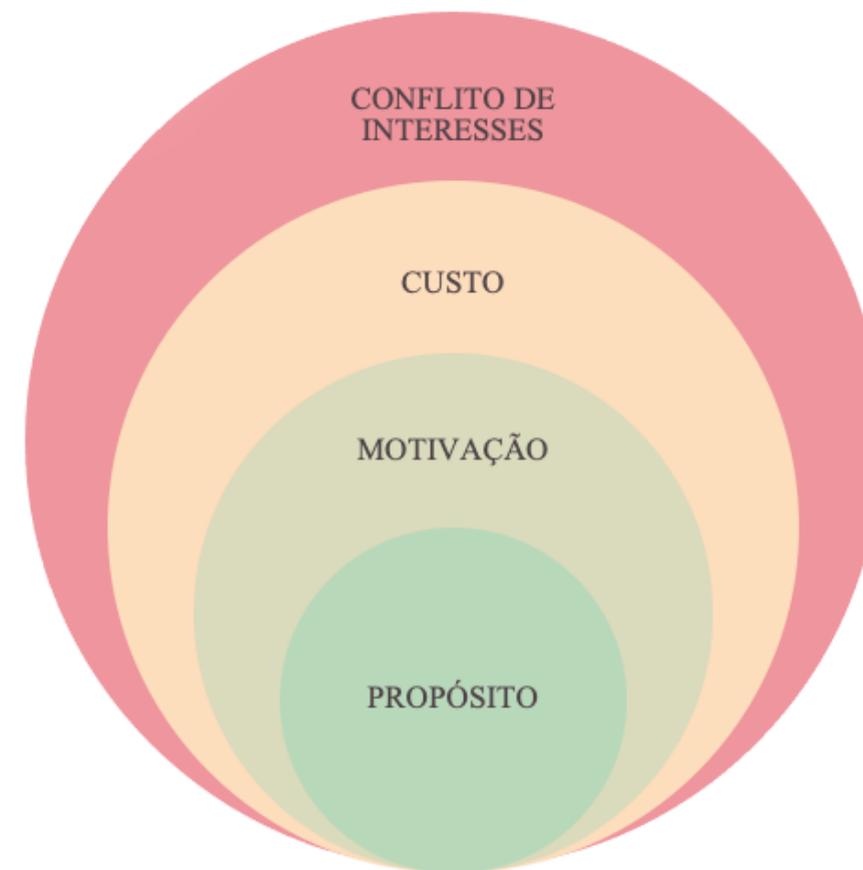


Figura: As dimensões do conflito de interesses
Fonte: Elaborada pelo autor

atrelado à avaliação da motivação frente a um custo e a condições particulares do contexto. Por essa razão, investigar a motivação e o custo da operação poderia beneficiar o mutualismo a ser desenvolvido pelos participantes em Food Design. Com essas informações em mãos, nossos futuros processos de ideação poderiam se tornar mais claros, à medida que

a personalização das motivações estivesse alinhada com os interesses.

Assim, temos para qualquer situação de encontro com o Food Design, uma missão importante: identificar a motivação, o propósito e o custo da possibilidade inaugurada. Identificar estes pontos pode auxiliar na organização de uma ideia, no

alinhamento das expectativas (de ambas as partes) e, acima de tudo, antecipar possíveis problemas que possam ocorrer ao longo do percurso. Por esses motivos que interpretamos que projetar pelo Food Design vai além do simples ato de ofertar uma instrução para um interessado em inovar no âmbito da alimentação. É preciso esclarecer o contexto interno que discutimos até então para que seja possível, enfim, projetar para um contexto externo.

Não é possível transformar a alimentação apenas com o trabalho de uma única área do conhecimento. É necessário que exista uma cooperação entre os diferentes saberes para que as transformações e rupturas positivas ocorram. A grande dificuldade que nós food designers estamos enfrentando neste momento é justamente estabelecer metodologias que consigam orientar a criatividade e empoderar os participantes a utilizarem seus conhecimentos de suas respectivas áreas de origem. Superficialmente a ideia parece simples: trazer um novo conhecimento para auxiliar a transformação da alimentação pelo Food Design.

No entanto, ao nos depararmos com as nuances inauguradas com essas novas conexões, começamos a entender que existe uma necessidade de articular melhor as interações entre as áreas para que o beneficiamento mútuo ocorra.

É inegável que existam muitos interessados em ingressar na disciplina e iniciar seus projetos com a respectiva visão profissional. É, ainda, inegável que todos estes interessados tenham conhecimentos e práticas essenciais ao amadurecimento da disciplina de Food Design. É por esse entendimento que os atuais praticantes e pesquisadores dessa disciplina necessitam avaliar seus próprios processos e questionar se suas metodologias são amigáveis o suficiente para que os interessados consigam alinhar propósito, motivação e custo. Do contrário, teremos uma disciplina que será sempre interessante, porém, não conseguirá se desenvolver plenamente devido a uma falta de participação e aplicação do público externo ao Food Design.

Da mesma maneira que o Food Design não sobrevive sem a transformação da alimentação, ele não sobreviverá sem a inclusão dos diferentes tipos de conhecimentos que permeiam a cultura alimentar. Esta observação é apenas um lembrete de que existem inúmeros pontos de contato entre um alimento e o ser humano e, estes pontos de contato demandam expertises diferentes de acordo com o contexto envolvido.

Por exemplo, se queremos diminuir o desperdício de alimentos, não seria suficiente apenas dizer que precisamos aproveitar melhor o ingrediente. É essencial que possamos entender qual é o potencial do insumo a ser melhor aproveitado para que novas

possibilidades sejam alcançadas. Certamente algum profissional de uma área que não seja o Design poderá nos dizer com maior propriedade sobre a versatilidade dos resíduos orgânicos e como aumentar o rendimento em nível residencial ou industrial. O designer, por sua vez, tem habilidades específicas para lidar com a informação recebida. Seja para enriquecer o projeto com a sua visão de mundo, incrementar a experiência, a usabilidade, a circularidade dos materiais, etc.

O que buscamos é um diálogo constante entre o Food Design e as demais áreas do conhecimento. Existem infinitas possibilidades de transformação de materiais, de reaproveitamento de insumos, de novos preparos de alimentos, da criação de equipamentos e do desenvolvimento de novas tecnologias para o setor. A grande dificuldade reside, portanto, em lidar com a necessidade de explorar um universo desconhecido e, ao mesmo tempo, conectar pessoas, mentes, ideias e ideais.

Este é o melhor momento para iniciarmos uma transformação de como entendemos a inovação alimentar. Um momento em que valorizamos tudo aquilo que nos foi entregue até então e damos um pequeno salto em direção a um pensamento mais coletivo e mais conectado ao futuro da alimentação do ser humano. Os desafios que

temos precisam estar alinhados aos valores que queremos incorporar ao mundo do amanhã. Se queremos um mundo mais justo, é necessário que a alimentação também seja. Dessa maneira, para qualquer tentativa de transformação alimentar será necessário realizá-la de modo coletivo, conectado com diferentes saberes e culturas.

É por isso que enunciamos no início deste texto: a Rede latino-americana de Food Design é especial. Temos em território latino-americano um cenário ideal para trabalharmos as riquezas da diversidade ambiental e cultural em torno de nossos futuros projetos alimentares pelo Food Design. Em nossa Rede temos não somente designers, mas diversos outros interessados em praticar o Food Design com seu saber específico, seja este conhecimento advindo da Psicologia, Marketing, Gastronomia, Antropologia, entre outros. Se o leitor ainda tem dúvidas de como iniciar em sua jornada na disciplina do Food Design, pense nas seguintes perguntas:

- 1) Qual é o seu propósito com a alimentação?
- 2) Qual é a sua motivação com a alimentação?
- 3) Qual é o conhecimento específico que pode ser relacionado à alimentação?

São três perguntas simples e que podem trazer algum esclarecimento para o seu ponto de partida. Em segundo lugar, busque os atuais participantes de sua região ou de seu país. Estas pessoas poderão trazer atalhos para o seu propósito. E, por fim, busque imprimir a sua identidade em cada ideia que você tiver a oportunidade de criar. O Food Design se mantém próspero e ativo especialmente em virtude da capacidade de cada participante expor sua voz e sua identidade por meio de seus projetos, ações e ideias. Hoje mais do que nunca entendemos que a alimentação não pode ser separada de seu impacto ambiental, social, político, nutricional e econômico. Lidar com a transformação e a inovação deste segmento requer um massivo investimento de tempo e cuidado para que o respeito às relações presentes nos sistemas alimentares seja mantido e que, por fim, as necessidades das comunidades sejam sanadas com o devido planejamento e visão. A alimentação sempre foi um reflexo do tempo em questão. Seja em períodos de paz, pestes ou guerra ela sempre esteve em pauta e em constante transformação. Logo, o Food Design, com o seu novo entendimento das dinâmicas de beneficiamento mútuo poderá, portanto, melhor conectar e desenvolver relações prolíferas em torno das relações entre o ser humano e a alimentação do amanhã.

Referências bibliográficas

- AKIYOSHI, R. Y.; COSTA, F. C. X. Um ensaio sobre a etologia do Food Design. Revista Latinoamericana de Food Design, Medellín, v. 1, n. 1, p. 130-141, 2020. Disponível em: <https://publicacionescientificas.fadu.uba.ar/index.php/ReLaFD/issue/view/125/210>.
- BOUCHER, D. H.; JAMES, S.; KEELER, K. H. The Ecology of Mutualism. Annual Review of Ecology and Systematics, Lincoln, v. 13, n. 1, p. 315-347, 1982. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/323061299.pdf>.
- BRONSTEIN, J. L. The costs of mutualism. American Zoologist, [s.l.], v. 41, n. 4, p. 825-839, 2001. Disponível em: <https://academic.oup.com/icb/article/41/4/825/2046161>.
- KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. Econometrica, [s.l.], v. 47, n. 2, p. 263-291, 1979. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1914185?seq=1>
- LIMCACO, J. Pineapple. 2019. Disponível em: <https://unsplash.com/photos/7R6cByzLU-o>
- LEIGH JR, E. G.; VERMEIJ, G. J. Does natural selection organize ecosystems for the maintenance of high productivity and diversity? Philos. Trans. R. Soc. Lond. B, Londres, v.357, p. 709-718, 2002. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1692970/pdf/12079531.pdf>.
- LEIGH JR, E. G.; VERMEIJ, G. J.; WIKELSKI, M. What do human economies, large islands and forest fragments reveal about the factors limiting ecosystem evolution? J. Evol. Biol., [s.l.], v. 22, p. 1-12, 2009. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1420-9101.2008.01624.x>.
- MARGOLIN, V. Design Studies and Food Studies: Parallels and Intersections. Design and Culture, [s.l.], v. 5, n. 3, p. 375-392, Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2052/175470813X137055953612327>
- PRAWIRA, R. Labyrinth of Coban Rondo. 2019. Disponível em: <https://unsplash.com/photos/xONq7cINu2k>, Acesso em: fevereiro de 2021.
- SIMON, H. A. Models of bounded rationality and other topics in economics. Cambridge: MIT Press, 1982. STREET, J. Yosemite National Park. 2017. Disponível em: https://unsplash.com/photos/_94HLr_QXo8/.