
FOOD DESIGN E CULTURA ALIMENTAR

Ao comer, nós ingerimos um alimento que participa de nossa vida corporal íntima. Ele atravessa a fronteira entre nós e o mundo. Ele nos reconstrói e nos transforma ou pode nos transformar (POULAIN, 2004, p. 102-103).

A comida agora é pop e ganhou as mídias contemporâneas como tema de *reality shows*, filmes, documentários, séries e publicações de todo o tipo e em vários suportes. Uma miríade de termos como *fast food*, *slow food*, *junk food*, *porn food*, *street food*, *comfort*

food, gourmetização, harmonização, experiência e turismo gastronômicos, crudismo, veganismo, ativismo alimentar etc., somam-se ao vernáculo cotidiano da população (BUENO, 2016; STAGI, 2016), enquanto as crescentes demandas de um público heterogêneo fazem aumentar as ofertas e a diversidade de cursos ligados ao universo alimentar (HECK, PILCHER, et al., 2018) e impulsionam mudanças em diversas áreas, inclusive no design.

O interesse popular pelo argumento é parte de um fenômeno social complexo, multilocal, direcional, dimensional e disciplinar, vinculado a um movimento de revisão das relações das sociedades contemporâneas com o alimento, não somente em termos qualitativos e quantitativos, mas de ética ambiental, social, econômica e cultural (PETRINI, 2006). Isso se deve, entre outros, ao fato do sistema alimentar moderno, responsável por reduzir a insegurança alimentar no último século, estar associado a problemas complexos e perversos (*wicked problems*) como as desigualdades sociais, as perdas da biodiversidade e das diversidades sociais e culturais (BISTAGNINO, 2009; FAO, 2008) etc., cuja solução é imprescindível para que o mundo alcance o inadiável desenvolvimento sustentável.

Certamente o alimento não é um produto qualquer e alimentar-se nunca foi um ato banal (FISCHLER, 1988; MANZINI, 2008). Pelo contrário! Para a espécie humana, além de um ato ecológico, no qual, “o corpo do mundo se transforma nos nossos corpos e mentes” (POLLAN, 2006, p. 16), o comer é tanto um ato social e civilizatório (LÈVI-STRAUSS, 2010),

quanto um ato cultural, pleno de significados e simbolismos, expressão de pertencimento e identidade individual e coletiva (MONTANARI, 2013; PARASECOLI, 2019). A comida, além de substância nutritiva, é símbolo de poder e status, instrumento de dominação, prazer, resistência, libertação, fé e potente ferramenta política, econômica, ambiental e de transformação sociocultural (AZEVEDO, 2017; PETRINI, 2006; BISTAGNINO, 2009).

Sim, porque embora “muito tenha sido feito para obscurecer esse fato bastante simples, o que e como comemos determinam, em grande parte, o que fazemos do nosso mundo” (POLLAN, 2006, p. 16). Nesse sentido, a comida e o comer se colocam como campos fundamentais de trabalho do design no século XXI (MANZINI, 2008; MERONI, 2006; FERRARA; ÖZCAN; TURHAN, 2012). De acordo com Manzini (2008, p. 215), para promover a “desconstrução dos padrões decadentes criados pelo agronegócio clássico e a articulação de novas relações com a comida”, o design deve estreitar o diálogo com a agricultura, a indústria e a gastronomia, áreas das quais, até pouco tempo, manteve inexplicável distância (MARGOLIN, 2012), mas que contêm questões centrais e críticas do sistema alimentar contemporâneo (PARASECOLI, 2019, p. 15).

Nesse contexto, a dimensão cultural da alimentação surge como espaço estratégico e transversal de pesquisa e ação para o design, na projeção de novos sistemas ecologicamente corretos, socialmente justos e economicamente viáveis (BRUNDTLAND, 1987). Reiteradamente negligenciada ou mesmo arbitrariamente ignorada em prol da

padronização da produção, dos produtos e do consumo de itens alimentares industrializados (AZEVEDO, 2017; CONTRERAS; GRACIA, 2016), a cultura alimentar é o “conjunto de representações, crenças, conhecimentos e práticas herdadas e/ou aprendidas, que estão associados à alimentação e são compartilhados pelos indivíduos de uma determinada cultura ou grupo social” (CONTRERAS; GRACIA, 2016, p. 129).

Conforme Meroni (2006), profundamente enraizada na identidade e no sistema de valores pessoais e comunitários, é a cultura a orientar, mesmo de forma velada ou subjacente, o comportamento dos comedores e a intrincada rede de decisões sobre o alimento e a alimentação. De fato, o comer e tudo o que nele incorre e dele decorre são expressões culturais (LÉVI-STRAUSS, 2010; MONTANARI, 2013), resultadas da soma dos conhecimentos e experiências de grupos que, em um mesmo local e período de tempo, estabelece e considera certos padrões, valores e representações dos alimentos, tanto como comida, quanto como pratos (LIEN, 1995). Como bem descrevem Long e Eleuterio (2017), as culturas alimentares são:

As práticas, as atitudes, as crenças e também as relações e instituições que convergem para a produção, distribuição e consumo de um alimento. Isto engloba os conceitos de práticas alimentares, culinária e sistema alimentar e inclui os entendimentos fundamentais que um grupo tem sobre alimentação, as condições históricas e atuais que moldam a relação desse grupo com a comida e as maneiras pelas quais o grupo usa a comida para expressar identidade, comunidade, valores, status, poder, arte e criatividade. Também inclui as definições dos grupos sobre quais itens podem ser comidos, o que é saboroso, saudável e socialmente apropriado para subgrupos ou indivíduos específicos e quando, como, por que e com quem esses itens podem ou devem ser consumidos (LONG; ELEUTERIO, 2017, p. 2).

Isto posto, a alimentação e sua dimensão cultural, além de importante questão ambiental e econômica, “configura um objeto legítimo de análise social e de compreensão das premissas implícitas do viver

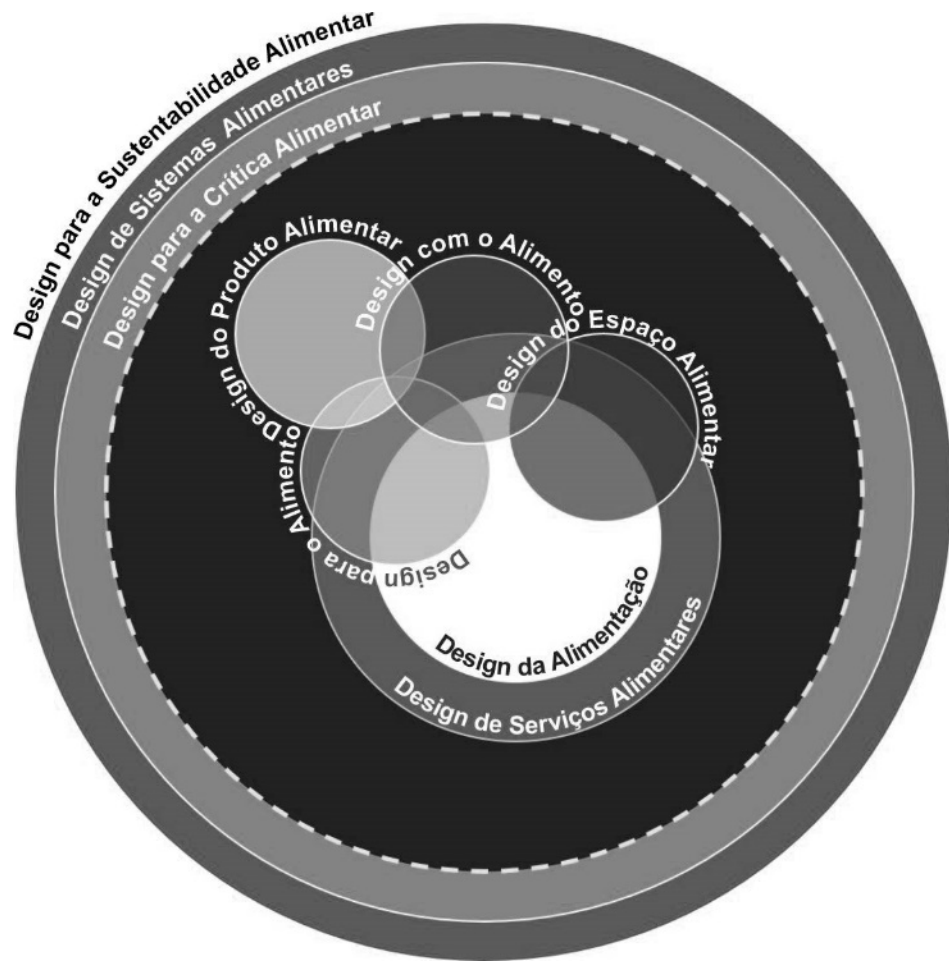
em sociedade”, afirma Azevedo (2017, p. 277). A construção desse campo de conhecimento, todavia, é recente e pautada pela “diversificação epistemológica, disciplinar, teórica e metodológica dos temas”, resultado de esforços multi, inter e transdisciplinares. Nesse cenário, o design desempenha um importante papel pois, além de construir seu próprio arcabouço teórico e prático sobre o tema, promove a interface e a integração de saberes que, advindos de outras áreas, convergem para uma compreensão abrangente e profunda sobre a cultura alimentar, suas formas e manifestações e usos. Com isso, a disciplina orienta o desenvolvimento de soluções integrais ligadas a alimentação e em prol do desenvolvimento sustentável.

Há tempos, abordagens de Design com foco no desenvolvimento sustentável tratam, com maior ou menor frequência, de temáticas relacionadas à cultura alimentar e é nesse contexto que os estudos em design e os estudos em alimento voltam a se encontrar (MARGOLIN, 2013; FERRARA; MASSARI, 2015) para dar origem a uma nova disciplina de design, o *Food Design*. Também sob o guarda-chuva das abordagens de design com foco no desenvolvimento sustentável, o *Food Design* se propõe a trabalhar diretamente com os múltiplos aspectos, dimensões e sistemas alimentares contemporâneos. Apoiado em um passado de colaborações, o *Food Design* propõe a união das áreas que conduzem os estudos dos alimentos – *Food Studies* – e das áreas que conduzem os estudos em Design – *Design Studies*

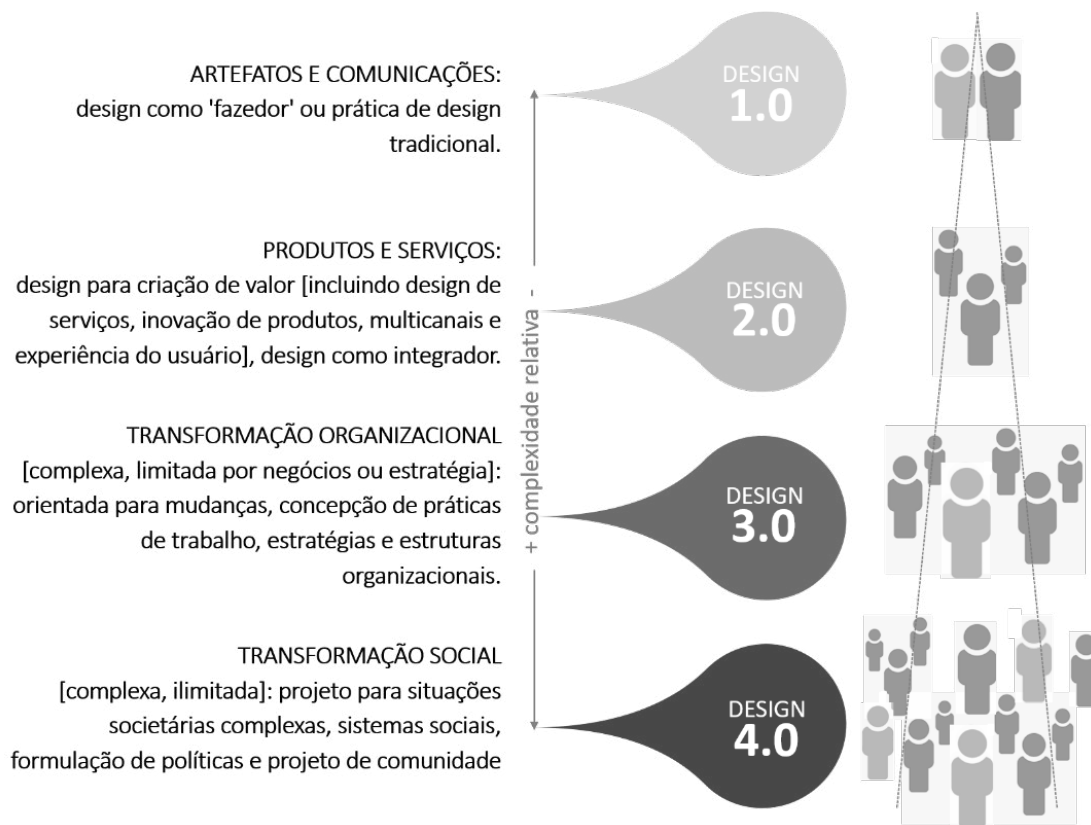
– para transformar o presente e o futuro do alimento e da alimentação, tendo a sustentabilidade como eixo transversal norteador. Para tanto, essa nova disciplina aborda o universo da alimentação de ponta a ponta: da pré-produção produção do alimento *in natura* ao gerenciamento dos resíduos pós-consumo, de forma ampla, profunda (ZAMPOLLO, 2018), sensível às questões tangíveis e intangíveis a ele ligadas.

O *Food Design*, explica Margolin (2013, p. 381), é uma atividade relativamente nova, mas que já possui sua própria organização: *The International Food Design Society* – IFDS, fundada em 2009 por Francesca Zampollo. Por tratar, exclusivamente, das relações entre design e comida, a ela se dedica, aqui, uma atenção maior. Isto posto, de acordo com a fundadora da IFDS, o Food Design é hoje uma nova e completa disciplina de design (a ex. do design gráfico e de produto), que pode ser definida como: “simplesmente, a conexão entre comida e design”. Para ela, o food design “é o processo de design que leva à inovação em produtos, serviços ou sistemas para alimento e alimentação: da produção, aquisição, preservação e transporte, para preparação, apresentação, consumo e disposição” (ZAMPOLLO, 2018). É, por conseguinte, um mundo vasto e multifacetado, resultado de um longo e histórico processo de interfaces entre esses campos (MARGOLIN, 2013). Para compreender, e ajudar os outros a compreender, melhor este universo dialógico, Zampollo (2018), propôs uma estrutura de subdisciplinas, ilustrada na Figura 1.

Figura 1. Food Design
– Subdisciplinas.
Fonte: Baseado em
Zampollo (2018).



Na Figura 1, pode-se observar que a autora organiza as subdisciplinas, que ela propõe como estruturais para o *Food Design*, a partir de sua complexidade, dos mais simples aos hiper complexos, apontado as interfaces que existem entre elas. O campo projetual dos sistemas complexos e hiper complexos foi alcançado com uma série de estágios de aprendizagem e aquisição das habilidades necessárias para negociar a complexidade crescente. Essas fases foram reunidas em quatro ordens de complexidade (BUCHANAN, 1992, p. 9-10) ou domínios de atuação do Design (JONES E PATER, 2009), aqui ilustrados na Figura 2.



Cada domínio demanda a coordenação de teorias e métodos distintos, assim como um elenco de ferramentas e de práticas de design e habilidades de colaboração e de participação das partes interessadas. Embora flexível, esse conjunto corresponde a critérios mínimos de desempenho para atender às suas demandas da complexidade (ou variedade) de cada nível. As ordens (domínios) superiores incluem o conteúdo dos níveis mais baixos e nada impede que as habilidades e orientações de todos os níveis possam ser empregadas em qualquer processo de design (JONES; VANPATTER, 2009). É exatamente isso que se vê na Figura 1: um crescente aumento de complexidade do campo projetual do *Food Design*, no qual os campos de maior complexidade, interação e englobam os campos de menor complexidade. Observando a representação, subentende-se que, como áreas de menor complexidade projetual, Zampollo (2018) coloca o Design do Produto Alimentar (*Food Product Design*), o Design para o Alimento (*Design for Food*), o Design com o Alimento (*Design with Food*) e o Design do Espaço alimentar (*Space Food Design*).

Figura 2. Mapeamento dos Processos de Design para Desafiar a Complexidade. Fonte: Baseado em Jones e Van Patter (2009).

Figura 3. Design do Produto Alimentar – Subdisciplina do Food Design. Fonte: Shutterstock (c2021).

O DESIGN DO PRODUTO ALIMENTAR

O Design do Produto Alimentar (*Food Product Design*), conforme a autora, projeta produtos comestíveis para produção em industrial em massa, como bolachas, massas, salgadinhos, chocolates etc. (Figura 3). Nesse caso, o food designer tem a substância alimentar como matéria-prima de criação e desenvolvimento. Em geral, o designer de produtos alimentares tem formação em design de produto ou desenho industrial e entende de processos de moldagem, impressão, extrusão, laminação e assim por diante. Ele também pode ter familiaridade com design de embalagens ou colaborar com um designer de embalagens. Como o designer normalmente não tem um vasto conhecimento em ciência e tecnologia de alimentos, é provável que ele colabore com um engenheiro de alimentos, nutricionistas ou outros profissionais, quando se trata de projetar a receita que vai ser utilizada na criação do produto.



O DESIGN COM O ALIMENTO

O Design com o alimento (*Design with Food*) também tem, como material de pesquisa e desenvolvimento, a substância alimentar, mas o foco de seu trabalho são as produções em pequena escala. Os produtos são concebidos para consumo imediato, sem transporte entre o local onde o alimento preparado e onde é consumido. Certamente o consumidor pode comprar diretamente no local de fabricação e levar o produto para ser consumido em outro local. Pratos de restaurante, sanduíches, bolos de confeitaria e pães, são alguns exemplos dessa área de atuação (Figura 4). Nesse caso, o *food designer* é alguém com formação em gastronomia, panificação, confeitaria etc., ou seja, sabe cozinhar e ele mesmo prepara os produtos finais. Às vezes, pode colaborar com cientistas de alimentos para obter uma receita específica. No caso de um restaurante ou café, diz Zampollo (2018), o designer deve realmente colaborar com o gerente do restaurante, com a equipe de serviço e com qualquer pessoa envolvida no funcionamento do serviço, não apenas com os outros chefs que estão preparando a comida.

Figura 4. Design com o Alimento. Fonte: Blurhapsody (2020).



O DESIGN PARA O ALIMENTO

Já o Design para o Alimento (*Design for Food*) dedica-se a projetar embalagens e artefatos destinados a contribuir para preparar, cozinhar, servir, conter e transportar alimentos, como potes e panelas, pratos, talheres e recipientes etc., bem como liquidificadores, panelas de arroz, torradeiras, fornos, geladeiras e impressoras de alimentos 3D. Nesse caso, o *food designer* deve ter experiência em design de produto

Figura 5. Design do Espaço Alimentar – Subdisciplina do Food Design. Fonte: Google Images (c2021)

ou desenho industrial e, muitas vezes, em design de embalagens. Também pode ter experiência em design gráfico ou colaborar com um designer gráfico. Em geral, em algum ponto de seu processo de design, estará sujeito a colaborar com alguém com conhecimento na área alimentar (engenheiros, nutricionistas etc.). Última área do *Food Design* nesse nível de complexidade, o Design do Espaço alimentar (*Space Food Design*), no que lhe diz respeito, projeta tanto o espaço para refeições, quanto o espaço para cozinhar e tudo o que eles contêm (móveis, layout, luzes, música etc.). Por espaço alimentar, entende-se todo local dedicado ao consumo de alimentos, como cafeterias, padarias, *food trucks*, cinema etc., como mostram os exemplos na Figura 5. Para atuar nesse ramo, o *food designer* deve ter formação em design de interiores ou arquitetura.



O DESIGN DA ALIMENTAÇÃO

Em um nível intermediário de complexidade está o Design da Alimentação, seguido pelo Design de Serviços Alimentares. O Design da Alimentação ou *Eating Design*, trata de projetar toda a situação alimentar, ou seja, toda situação em que alguém esteja comendo alguma coisa. Diferente do Design do Espaço Alimentar, que projeta serviços permanentes, ele projeta ocasiões alimentares únicas, desde a comida em si, recipientes, os elementos do espaço, layout, a música, iluminação, o número e a função do pessoal de serviço. Isso significa que, quando se trata de projetar para a experiência de comer, os designers da alimentação têm controle absoluto sobre a grande maioria dos aspectos que o influenciam. Para Zampollo (2018), nessa área de atuação, o food designer encontra espaço para inovar amplamente a relação do comedor com a comida,

trabalhando com toda a complexidade sensorial e emocional nela envolvida, beneficiando-se da flexibilidade advinda da unicidade da ocasião projetada. Como exemplo, a autora cita o trabalho da Pinch Food Design, ilustrado na Figura 6, a seguir:

Figura 6. Eating Design. Fonte: Pinch Food Design (c2021).



O DESIGN DE SERVIÇOS ALIMENTARES

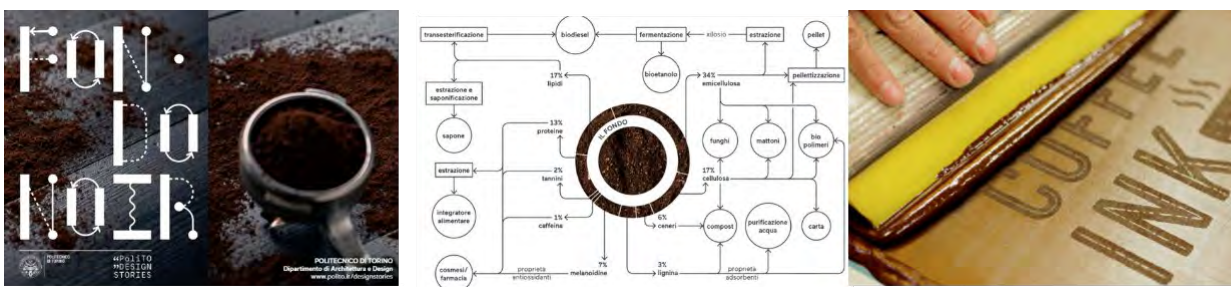
Design de Serviços Alimentares (*Food Service Design*) nada mais é que o design de serviço aplicado à comida. Como dito, nessa área o designer projeta plataformas de ação, modelando as inúmeras interações tangíveis e intangíveis que ocorrem no sistema. Agora, ascendendo a um patamar mais elevado de complexidade e contendo as disciplinas anteriores, o Design para a Crítica Alimentar (*Critical Food Design*) é a área de atuação na qual o *Food Design* impele a sociedade a pensar sobre alimentos, com o objetivo de ampliar a conscientização sobre questões a ele inerentes como: segurança alimentar, desperdício, fome, má nutrição, agrotóxicos, cultura alimentar, patrimônio biológico, dentre outras. Para isso, o *food designer* expõe suposições, provoca ações e desencadeia o

debate sobre os problemas atuais e cenários futuros da alimentação humana. Um exemplo destas ações é mostrado na Figura 7, a seguir:



Com um campo projetual ainda mais complexo, que absorve em si as demais áreas do *Food Design*, está o Design de Sistemas Alimentares (*Food System Design*). Um sistema é todo o complexo de elementos em interação não aleatória e de natureza ordenada, que forma uma entidade ou uma unidade global, diferente de seu meio (MORIN, 2005). A organização de um sistema é o conjunto das interrelações entre os elementos que o constituem e produzem uma unidade complexa, dotada de qualidades desconhecidas quanto aos componentes ou indivíduos, ditas propriedades emergentes. Essas propriedades são responsáveis por diferenciar um sistema de um conjunto ou coleção de coisas, mesmo que estes também constituam um todo separado de seu meio (KLIR, 1991; RODRIGUES; NEVES, 2017). Resumindo, para o design, um sistema “é a visão geral de todos os aspectos possíveis que entram em jogo para qualquer coisa que se projete” e a ele cabe pensar de onde as coisas vêm, para onde vão, quem as move, como, quando e por que (ZAMPOLLO, 2018). Um exemplo de *Food Design System* é apresentado na Figura 8.

Figura 7. Design para a Crítica Alimentar. Fonte: Andreea Vlad (2021).



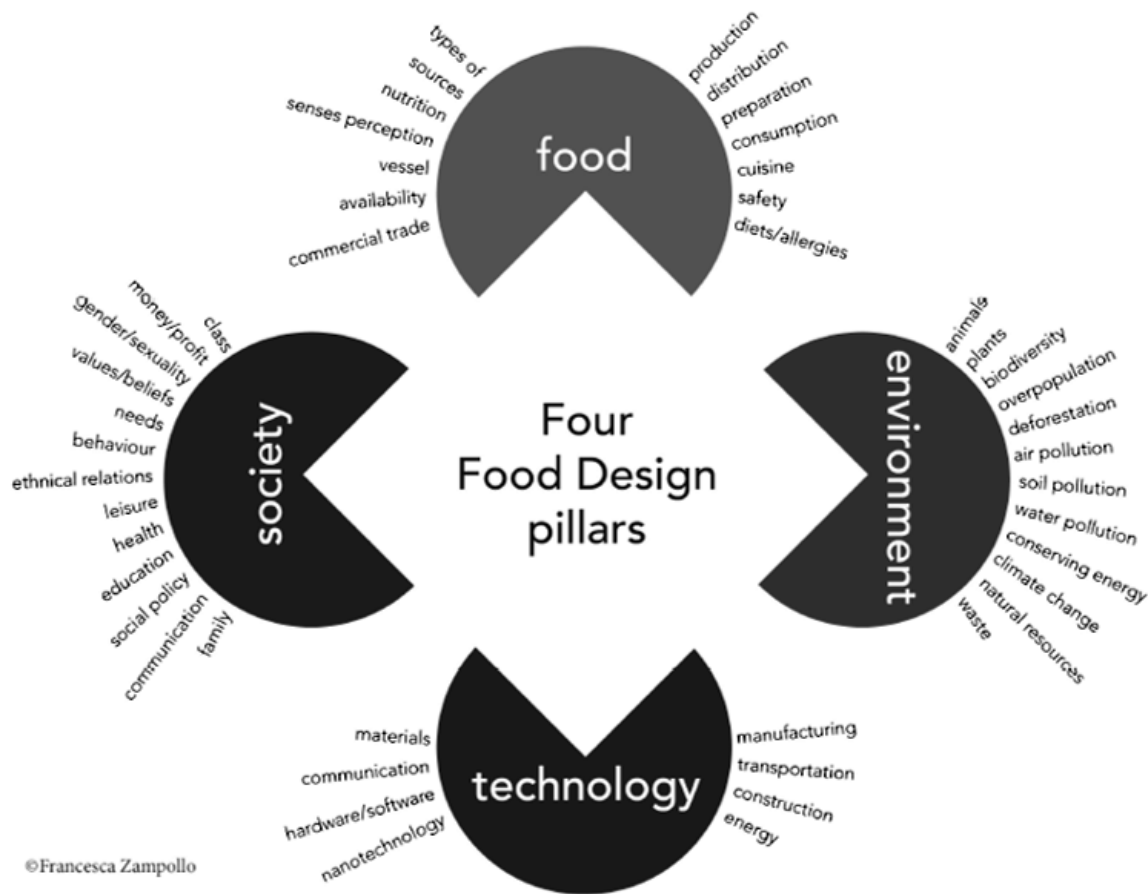
O DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE ALIMENTAR

Circunscrevendo todas as subdisciplinas do Food Design está o Design para a Sustentabilidade Alimentar (*Sustainable Food Design*), figurando como a projeção de metassistemas alimentares intrinsecamente sustentáveis. Por metassistemas entende-se o sistema resultante das interações, mutuamente transformadoras e englobantes, de dois (ou mais) sistemas independentes (MORIN, 2005, p. 134). De acordo com Zampollo (2018), Design para a Sustentabilidade alimentar nada mais é do que o Design para a Sustentabilidade aplicado à alimentação: “Tudo deve ser projetado para ser o mais sustentável possível. Na verdade, nos dias de hoje, nós só devemos projetar produtos ou serviços que sejam sustentáveis em termos de desperdício de alimentos, mudanças, mudanças comportamentais, materiais, agricultura, cadeia de suprimentos etc.” diz a autora. Isso posto, o *Food Design*, em todas as suas subdisciplinas e em suas ações, tem com diretriz principal

Figura 8. Design de Sistemas Alimentares. Fonte: Bistagnino e Barbero (2015).

Figura 9. Os Quatro Pilares do *Food Design*.
Fonte: Zampollo (2017).

e transversal a sustentabilidade e se serve de todo o arcabouço teórico, empírico e ferramental do design para atendê-la. Isso se espelha na sua formação, estabelecida sobre quatro pilares: comida, sociedade, tecnologia e meio ambiente, ilustrados por Zampollo (2017) na Figura 9, abaixo:



Com os quatro pilares ilustrados acima e detalhados a seguir, Zampollo (2017) visa abranger a complexidade do tecido social no qual se estrutura os sistemas das culturas alimentares:

Figura 10. Os Pilares do Food Design.

Fonte: Baseado em Zampollo (2017).

PILARES	DESCRIÇÃO
COMIDA	Considerar os tipos de alimentos necessários, a origem desse alimento, seus aspectos nutricionais, como ele interage com todos os sentidos, qual será o seu recipiente, se este alimento está disponível e como estará disponível para os clientes, as implicações comerciais da aquisição deste alimento, como tem sido ou deveria ser produzido, como foi ou deve ser distribuído, como foi ou deve ser preparado, como será consumido, que tipo de culinária representa, questões de segurança alimentar, bem como considerações sobre dietas e alergias.
SOCIEDADE	Considerar questões relacionadas a classe, gênero e sexualidade, valores e crenças, necessidades, comportamentos e interações, relações étnicas (comida é identidade, então pode ter impacto na identidade étnica), lazer, educação, saúde, política social, comunicação e família. Questões econômicas: o dinheiro que as pessoas precisarão para adquirir o produto ou usar o serviço, o dinheiro necessário para tornar este projeto realidade, os investimentos que devem ser solicitados das partes interessadas e o lucro que deve ser obtido.
TECNOLOGIA	Considerar a tipologia de materiais (neste caso, deve-se considerar os materiais inorgânicos, pois o alimento também, em sua forma bruta, é considerado um material, mas o próprio alimento como material faz parte do primeiro pilar), tecnologia de comunicação, hardware e softwares, nanotecnologia e, em seguida, fabricação, transporte de materiais, peças e produtos, construção de espaços e consumo de energia como, por exemplo, combustível fóssil ou energia renovável.
MEIO AMBIENTE	Considerar os aspectos éticos relacionados a animais e plantas. Isso significa pensar sobre os animais e plantas que constituem o alimento em si, mas também quaisquer considerações éticas sobre suas vidas antes de se tornarem comida. Os designers de alimentos devem pensar em manter ou melhorar biodiversidade neste planeta, vários problemas possíveis que o produto ou serviço pode vir aumentar, ou problemas que o produto ou serviço diminuem, como superpopulação, desmatamento, ar, solo e poluição da água, conservação de energia, mudança climática, uso de recursos naturais e, claro, desperdício.

Os quatro pilares apresentados na Figura 9 são as quatro áreas que, para Zampollo (2017, p. 1), *food designers* devem investigar ao projetar qualquer coisa relacionada a comida e alimentação, “independentemente de se eles estão projetando um prato, um evento, um serviço de alimentação ou todo um sistema alimentar: cada prato, cada produto, cada evento e cada serviço de alimentação é parte de um sistema, e cada sistema de alimentação fica nestes quatro pilares”. Todo sistema alimentar é composto por elementos desses quatro grupos de investigação e, portanto, qualquer projeto de *food*

design deve projetar aspectos (ou considerar aspectos) de cada um desses pilares. Para isso, a autora sugere um percurso projetual que consiste em seis etapas: expandir, explorar, avaliar, imaginar, experimentar e executar, cada qual com suas subetapas.

Por fim, pode-se afirmar que o *Food Design* consolida as relações que sempre existiram entre o design e alimentação (MARGOLIN, 2013), trazendo consigo todo os conhecimentos desenvolvidos pelas múltiplas disciplinas de design e aplicando-os a esse setor. Embora recente, o *Food Design* já possui uma metodologia própria, estruturada e em plena expansão, contando não apenas com uma sociedade internacional, mas com sociedades regionais e locais, como a Sociedade Latino-americana de Food Design, por exemplo, e, desde abril de 2007, uma revista científica, o *International Journal of Food Design* (IJFD, 2020). Nesse sentido, o *Food Design* tem promovido pesquisa e desenvolvimento na área da alimentação, gerando seu próprio conhecimento e se propondo a ser um espaço de diálogo e confluência para os vários campos do saber conectados à cultura alimentar.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, E. D. Alimentação, Sociedade e Cultura: temas contemporâneos. *Sociologias*, Porto Alegre, n. 44, p. 276-307, jan/abr 2017. Acesso em: 12 jan. 2020.

CONTRERAS, J.; GRACIA, M. *Alimentação, Sociedade e Cultura*. 1. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2016. 496 p. 1ª Reimpressão.

BISTAGNINO, L.; BARBERO, S. *Fondo Noir*. Torino: Polito, 2015. Disponível em: <https://issuu.com/politodesignstories/docs/fondo_noir_web>. Acesso em: 26 mar. 2018.

BISTAGNINO, L. *Design Sistemico: Progettare la Sostenibilità Produttiva e Ambientale*. Bra: Slow Food Editore, 2009. 272 p.

BUCHANAN, R. Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, v. 8, n. 2 Spring, p. 5-21, 1992. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1511637>>. Acesso em: 13 jul. 2019.

BUENO, M. L. Da Gastronomia Francesa à Gastronomia Global: hibridismos e identidades inventadas. *Caderno CRH*, Salvador, 29, n. 78, p. 443-462 set/dez 2016.

BLURHAPSODY. Shop. BluRhapsody, 9 outubro 2020. Disponível em: <<https://blurhapsody.com/en/>>. Acesso em: 11 jul. 2021.

BRUNTLAND, G. H. *Our common future*. world commission on environment and development. Oslo, Noruega: United Nations, 1987.

FAO. *Life Cycle Assessment: Principles and Practices*. Food and Agriculture Organization of the United Nation, 2006. Disponível em: <<http://www.fao.org/sustainable-food-value-chains/library/details/en/c/266245/>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

FERRARA, M.; MASSARI, S. Evoluzione del Concept Food Design: Intersezioni Storiche tra Cibo, Design e Cultura Alimentare Occidentale. *AIS/Design Storia e Ricerche*, v. 5, 2015.

FERRARA, M.; ÖZCAN, C. A.; TURHAN, K. *Introduction – Agrindustrial Design 2012: Mediterranean Food Design*. Agrindustrial Design: 2nd International Product and Service Design Congress and Exhibition on Agricultural Industries – Mediterranean/ Food/ Design. Izmir, Turkey: Izmir University of Economics. 2012. p. 10-15. Agrindustrial Design.

FISCHLER, C. Food, Self e Identity. *Journal of Social Science Information*, v.17, p. 275-292, 1988.

HECK, M. et al. Quando Comer se Torna um Negócio. *Revista Administração de Empresas*, São Paulo, p. 217-221, maio/jun 2018.

IJFD, I. J. O. F. D. *International Journal of Food Design*. International Journal of Food Design, 2020. Disponível em: <<http://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign>>. Acesso em: 7 fev. 2020.

JONES, P.; VANPATTER, G. Design 1.0, 2.0, 3.0, 4.0. The Rise of Visual SenseMaking. *NextD Journal – ReRe Thinking Design*, New York, Special Edition, p. 1-12, 2009.

LÈVI-STRAUSS, C. *O Cru e o Cozido: Mitológicas 1*. Tradução de Beatriz Perrone-Moisés. Rio de Janeiro: Cosac & Naif, v. 1, 2010. 390 p.

LONG, L.; ELEUTERIO, S. Food and Multiculturalism: Exploring Cultural Differences Through the Lens of Food. *Center for Food and Culture*, 5 jun. 2017. 23. Disponível em: <<https://foodandculture.org/>>. Acesso em: 11 jul. 2021.

MANZINI, E. Agriculture, food, and design: New Food Networks for a Distributed Economy. In: RUIVENKAMP, G.; HISANO, S.; JONGERDEN, J. *Reconstructing biotechnologies: Critical social analyses*. 1. ed. The Netherlands: Wageningen Academic Publishers, v. 1, 2008. Cap. Part IV: Quality Agriculture and Networks, p. 207-216.

MARGOLIN, V. Design Studies and Food Studies: Parallels and Intersections. *Design and Culture – The Journal of Design Studies*, London, v. 5, n. 3, p. 375-392, 21 abr. 2013.

MERONI, A. *Strategic Design for the Food Sector: Food-System Innovation*. Agrindustrial Design: 1ST Product and Service Design Symposium and Exhibition on Agricultural Industry – Olive Oil, Wine and Design. Izmir: Izmir University of Economics. 2006. p. 211-223.

MONTANARI, M. *Comida como Cultura*. São Paulo: SENAC, 2013.

MORIN, E. *Introdução ao Pensamento Complexo*. Porto Alegre: Sulinas, 2005.

PARASECOLI, F. *Food*. Massachusetts: MIT Press, 2019.

PETRINI, C. Gastronomia, direito humano. *Le Monde Diplomatique*, Paris, ago. 2006. Disponível em: <<https://diplomatie.org.br/gastronomia-direito-humano/>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

PINCH FOOD DESIGN. We are a Zero Waste Company. *Pinch Food Design*, c2020. Disponível em: <<https://www.pinchfooddesign.com/services/#partners>>. Acesso em: 21 fevereiro 2020.

POLLAN, M. *O Dilema do Onívoro*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2006.

SHUTTERSTOCK: Images. Shutterstock, c2021. Disponível em: <https://www.shutterstock.com/pt/image-photo/top-view-filled-large-italian-pasta-1979281484>; <https://www.shutterstock.com/pt/image-photo/assortment-biscuits-isolated-on-white-background-1402209500>;

STAGI, L. *Food Porn: L'ossessione per il cibo in TV e nei social media*. Milano: Egea, 2016.

VLAD, A. NON-PACKAGING FOR MASS COMMUNICATION – A Critical Design Perspective & Prototyping For No-Meat-Eating. *Andreea Vlad*, 2021. Disponível em: <<http://www.andreeavlad.com/work#/non-packaging-acriticaldesignperspectiveandprototyping/>>. Acesso em: 26 mar. 2021.

ZAMPOLLO, F. *Food Design Thinking – a Complete Methodology*. [S.l.]: Independently Published, 2018.

NOTA

Este artigo é parte da tese doutorado de Priscilla Ramalho Lepre, desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação de Leonardo Castillo – PhD e Co-orientação de Pier-Paolo Peruccio – Phd, professor titular do Dipartimento di Design DAD e Professor da Scuola di Dottorato di Ricerca in Design – SCUDO Design do Istituto Politecnico di Torino, onde a autora realizou seu estágio doutoral com Bolsa PDSE CAPES, Contrato N° 88881.361665/2019-01.