O DESIGN COMO ORIENTADOR DO PROCESSO CRIATIVO GASTRONÔMICO: UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO E EXPLORATÓRIO.

FRANCIO, Gabriela Tieppo
Mestre em Turismo e Hospitalidade pela Universidade de Caxias do Sul
gabi.francio@gmail.com

O termo design, segundo Kreusch e Oliveira (2017), expressa a ação de projetar, compor visualmente ou colocar em prática um plano intencional. Fioretti (2015) amplia essa compreensão ao definir o design como a capacidade de identificar problemas ou oportunidades, buscar alternativas inovadoras e coerentes, testá-las e aplicá-las na prática. Historicamente, o campo do design apropriou-se dos conceitos de criatividade e processo criativo com foco na resolução de problemas, especialmente no desenvolvimento de produtos industriais (Amaral, 2022). Porém, ao ampliar o olhar para interdisciplinaridade entre gastronomia e design, o autor defende que a gastronomia pode se beneficiar do pensamento sistêmico do design, aplicando seus princípios ao desenvolvimento de negócios, menus, produtos e experiências gastronômicas, além da execução técnica do preparo de alimentos.

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, de natureza qualitativa e exploratória, fundamentada na análise de livros, artigos científicos e produções acadêmicas que abordam os temas design, criatividade, métodos projetuais, Food Design e projeto gastronômico. A revisão teórica permitiu compreender de que maneira os métodos do design podem ser aplicados como orientadores do processo criativo gastronômico, contribuindo para sua sistematização.

Da aproximação entre design e gastronomia emerge o conceito de Food Design, formulado por Francesca Zampollo em 2009, no qual os processos criativos do design são aplicados ao universo alimentar. O Food Design compreende não apenas a estética ou prato final, mas toda a cadeia produtiva da alimentação, considerando o design como um campo voltado à resolução de problemas e ao atendimento de necessidades reais (Dutra, 2021). De acordo com Akiyoshi (2021), o Food Design pode ser entendido como a transformação do alimento e da alimentação por meio do design, concebido como um conjunto de processos voltados à criação. Embora as primeiras definições do termo estivessem fortemente associadas

à estética de produtos e pratos (Guenther, 1976 apud Akiyoshi, 2021), a abordagem contemporânea amplia esse entendimento ao definir o Food Design como o projeto de um alimento ou para a alimentação, envolvendo intenção, método e propósito.

Desta forma, a gastronomia, quando orientada por uma intenção projetual, configura-se como um campo fértil para a inovação em momentos anteriores ao ato de degustar. Kreusch e Oliveira (2017) afirmam que o conceito de projeto em design pode facilitar o alcance dos objetivos de um trabalho gastronômico, uma vez que ambos compartilham a busca pela satisfação de necessidades e desejos. Akiyoshi (2021) destaca que onde existe uma intenção e um objetivo final a ser alcançado, há um conjunto de processos que pode ser empregado para atingir esse propósito. Nesse sentido, a gastronomia pode inspirar-se no design para adotar uma estrutura e uma metodologia criativa capazes de orientar o desenvolvimento de ideias, posicionando o design como um orientador do processo criativo gastronômico, capaz de organizar, conduzir e potencializar a criação.

Refletir sobre o design como orientador do processo criativo implica pensar sobre quais métodos são necessários para transformar visões, conceitos e intenções em produtos, objetos ou experiências gastronômicas. De acordo com Pazmino (2015), os métodos de design podem ser compreendidos como uma sequência de passos que se inicia a partir de uma necessidade ou problema e culmina em uma solução. Esses métodos consistem em procedimentos que podem ser ensinados, aprendidos e repetidos, tendo como objetivo formalizar o processo criativo, minimizar erros e ampliar a busca por soluções mais adequadas e inovadoras, estimulando o pensamento para além da primeira ideia. Além disso, a exteriorização do pensamento por meio de esquemas e etapas auxilia tanto na organização do raciocínio quanto no trabalho em equipe, permitindo que os participantes visualizem o andamento do projeto e contribuam de forma mais efetiva (Pazmino, 2015).

Segundo Jones (1978 apud Pazmino, 2015), os métodos projetuais podem ser classificados em métodos criativos e métodos racionais. O método *black box* parte do princípio de que o processo projetual possui etapas obscuras, nas quais as transformações ocorrem de forma intuitiva e nem sempre passível de descrição detalhada. Já o método *glass box* busca representar o processo de design como uma sequência racional e transparente de tarefas, tornando-o totalmente explicável e adaptável a diferentes tipos de projeto, inclusive os

gastronômicos. No entanto, Cipiniuk e Portinari (2006 apud Pazmino, 2015) ressaltam que essas abordagens não são excludentes, pois se alternam ao longo do processo, combinando razão e intuição, característica especialmente pertinente ao fazer gastronômico, que articula técnica, sensibilidade e experiência.

O processo projetual organiza-se, de modo geral, em quatro fases principais: planejamento, análise, síntese e criatividade (Pazmino, 2015). O planejamento envolve a identificação e organização das ações a partir de uma visão ampla do problema ou necessidade. A análise corresponde à investigação e reflexão das informações, auxiliando na estruturação do problema e na definição das necessidades. A síntese complementa a análise ao reunir e interpretar os elementos objetivos do projeto, orientando a tomada de decisões. Por fim, a fase de criatividade representa o momento central do processo, no qual as etapas anteriores se articulam para a geração de alternativas e soluções inovadoras.

Miguel (2020) destaca que a essência projetual do design pressupõe regras e etapas voltadas à criação, desenvolvimento e execução de soluções, o que possibilita sua aplicação a diferentes áreas criativas. Sob essa perspectiva, Lunardelli (2017) propõe o conceito de projeto gastronômico, entendido como uma adaptação do conceito geral de projeto às especificidades do fazer culinário. Conclui-se, portanto, que os métodos de design podem ser utilizados como orientadores do processo criativo gastronômico, contribuindo para torná-lo mais sistemático, consciente e fluido, sem restringir a criatividade, mas ampliando suas possibilidades no desenvolvimento de produtos, serviços e experiências alimentares.

Palavras-chave: gastronomia; design; criatividade; processo criativo.

Agradecimentos e apoios: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

REFERÊNCIAS

AMARAL, Rodrigo Libbos Gomes do. **Processos criativos na gastronomia**: um método para aprimorar a criatividade para a geração de negócios e produtos gastronômicos originais. 2022. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte e História da Cultura, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2022. Disponível em: https://dspace.mackenzie.br/items/5d366ca1-468e-4d3d-b5e6-536dd8cf7a8a. Acesso em: 01 set. 2023.

AKIYOSHI, Ricardo Yudi. Design: a gastronomia e o food design. *In*: FERRO, Rafael (org.). **Pensando e pesquisando a gastronomia**: trajetórias acadêmicas em um campo científico em construção. Curitiba: CRV, 2021. p. 57-72.

DUTRA, Deise. **Food design e comunicação**: um estudo sobre estratégias criativas na comunicação e experiência de consumo de produtos alimentícios. São Paulo: Paulus, 2021. Disponível em:https://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2021/10/Ebook-25-FOOD-DESIGN-E-COMUNICACAO-1.pdf. Acesso em: 18 jul. 2024.

FIORETTI, Mario. **Design encanta, inovação surpreende**: as lições sobre design e inovação que são assim... uma Brastemp. São Paulo: Alta Books, 2015

KREUSCH, Andrie Kristine Possebon; OLIVEIRA, Caroline Cavalcanti de. Interseções da gastronomia no campo do design: aspectos de interdisciplinaridade no ensino superior. **Caderno PAIC**, Curitiba, v. 18, n. 1, p. 335-356, 2017. Disponível em: https://cadernopaic.fae.edu/cadernopaic/article/view/254/218. Acesso em: 08 ago. 2023.

LUNARDELLI, Tatiana. **Redes comunicacionais na gastronomia**: os processos criativos dos chefs de cozinha. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: https://tede2.pucsp.br/handle/handle/20797. Acesso em: 24 abr. 2024.

MIGUEL, Ana Cássia Langsch. **Protótipos**: o seu uso como elemento formador do processo criativo em Gastronomia. 2020. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2020. Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/9224. Acesso em: 18 jul. 2024.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria**: 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Blucher, 2015.