

CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN ESTRATÉGICO PARA O TURISMO GASTRONÔMICO EM COMUNIDADES SLOW FOOD

THE CONTRIBUTIONS OF STRATEGIC DESIGN TO GASTRONOMIC TOURISM IN SLOW FOOD COMMUNITIES

FABRICIO PELLIZZER MASCARELLO | UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

LUCAS BECKER | UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

MARCOS EDUARDO ENGELMANN | UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

FABRICIO FARIAS TAROUÇO, DR. | UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

RESUMO

Promover o desenvolvimento territorial, de forma sustentável, colaborativa, preservando a identidade local e gerando uma cadeia de valor é o desafio que diversas comunidades enfrentam cotidianamente. Iniciativas para impulsionar essas frentes vem surgindo ao redor do mundo, é o caso do Slow Food, movimento que se configura pela defesa da produção de alimentos com recursos locais, valorizando, assim, a origem dos produtos e integrando agentes da região. Fortalecer esse tipo de ação pode ser também uma boa alternativa para o desenvolvimento do turismo gastronômico. Para isso, é fundamental que haja a integração dos atores locais com o público externo na prospecção do território. Sendo este o contexto, busca-se neste artigo mapear as contribuições do design estratégico e seus processos metodológicos a fim de posicionar o designer como um articulador do território, sintetizando múltiplas visões, criando cenários, fornecendo direcionamentos e propondo alternativas projetuais. Como síntese deste mapeamento, construiu-se uma representação visual denominada Modelo Conceitual, que possibilitou, de forma mais clara e dinâmica, a leitura das conexões existentes entre o movimento Slow Food com o turismo gastronômico articuladas pelo design estratégico.

PALAVRAS-CHAVE

Design Estratégico; Territórios; Turismo Gastronômico; Slow Food.

ABSTRACT

Promoting territorial development in a sustainable, collaborative way, preserving local identity and generating a value chain is the challenge that many communities face daily. Initiatives to promote these fronts are emerging around the world, as is the case of Slow Food, a movement that defends the production of food with local resources, thus valuing the origin of products and integrating agents in the region. Strengthening this type of action can also be a good alternative for the development of gastronomic tourism. For this, it is essential that there is the integration of local actors with the external public in prospecting the territory. This being the context, this article seeks to map the contributions of strategic design and its methodological processes in order to position the designer as an articulator of the territory, synthesizing multiple views, creating scenarios, providing directions and proposing design alternatives. As a synthesis of this mapping, a visual representation called the Conceptual Model was constructed, which made it possible, in a clearer and more dynamic way, to read the existing connections between the Slow Food movement and gastronomic tourism articulated by strategic design.

KEY WORDS

Strategic Design; Territories; Gastronomic Tourism; Slow Food.



1. INTRODUÇÃO

Valorizar os produtos de um território, contemplando toda a cadeia envolvida e a cultura local, tem se mostrado como uma estratégia exitosa quando utilizada para o desenvolvimento de uma região. No entanto, nem sempre é uma tarefa fácil de ser implementada, ainda mais quando se mesclam diferentes perspectivas carregadas pelos atores envolvidos, que trazem consigo valores e condicionantes que podem influenciar de forma significativa nos processos de tomada de decisão e articulação de ações.

Nesse cenário, o design estratégico, com sua visão abrangente, transdisciplinar e alicerçada em um entendimento da complexidade, consegue articular diferentes conhecimentos, métodos e processos projetuais sobre um contexto observado, desenvolvendo alternativas para o alcance de um futuro desejado. O agir do design estratégico surge, então, como um reposicionamento da área do design, que em sua origem era visto com um foco apenas industrial, mais direcionado a concepção de produtos, mas hoje atua, entre inúmeras frentes, promovendo articulações entre múltiplos atores na construção de conhecimentos, competências, estratégias e alternativas projetuais diversificadas.

Uma das linhas de atuação do design estratégico busca abordar os territórios através de uma perspectiva projetual, propondo-se a entender o contexto local e a cadeia produtiva envolvida, explorando suas potencialidades e preservando seus valores, com o intuito maior de desenvolver ou afirmar uma identidade, além de prospectar este território para o público externo.

Uma forma de prospecção e desenvolvimento territorial pode ocorrer a partir do turismo, que possui diversas categorias, derivações e iniciativas, sendo que uma delas é o turismo gastronômico. Este segmento busca oferecer ao visitante experiências voltadas ao reconhecimento de cadeias alimentares locais por meio de degustações, interações, oficinas e eventos, entre outras ações criativas, possibilitando também que o turista conheça técnicas e tradições no manejo e consumo de alimentos cultivados na região visitada, além de suas características locais.

Partindo dessas temáticas apresentadas e consideradas atuais, propõe-se, como objetivo deste artigo, investigar as contribuições que a área do design estratégico e seus processos dispõem para potencializar a implementação de um turismo gastronômico em uma comunidade adepta da cultura Slow Food. Para avançar nesta reflexão, foi desenvolvido um modelo conceitual como recurso metodológico articulador, além de uma revisão dos conceitos de design estratégico, design aplicado à territórios, turismo gastronômico e movimento Slow food, tudo com o intuito de promover um amplo mapeamento relacionando às aplicações das práticas do design e os desdobramentos dos conceitos em contextos aprofundados a seguir.

2. COMPREENDENDO O DESIGN ESTRATÉGICO

Muitos projetos de design, que alcançam resultados desejados e de forma exitosa, souberam lançar um olhar ecossistêmico e reflexivo para a atividade projetual, dando protagonismo aos processos desenvolvidos e entendendo que o resultado alcançado é parte consequente do envolvimento nas etapas anteriores. É com essa lógica que emergem os estudos sobre o Design Estratégico, movimento este que surge como uma evolução daquele design unicamente aplicado a esfera industrial, cuja prioridade centrava-se no desenvolvimento de produtos. Zurlo (2010), defende que esta prática demanda um olhar atento para a complexidade envolvida, sempre no intuito de que ela seja plenamente compreendida. Dessa forma, o Design Estratégico desafia seus praticantes a não se renderem a formas simplificadas de entendimento da realidade e de sua aplicação, sendo necessária uma visão ampla e ecossistêmica sobre o contexto explorado.

Esta complexidade mencionada pode ser entendida à luz das reflexões de Morin (2006), que a compreende como um tecido formado por diferentes partes que estão associadas e não podem ser separadas. Tais partes devem ser interpretadas de forma singular e simultaneamente, como sendo um componente da formação de um todo. Sendo assim, o olhar do Design Estratégico para a complexidade se faz necessário no percurso que parte do coletivo em direção ao individual, numa busca de entendimento sobre a integralidade e peculiaridades do contexto envolvido. Desta forma, é possível exercitar o senso de coletividade e diversidade no meio projetual, abarcando as múltiplas visões que devem surgir no decorrer deste processo e deverão ser articuladas pelos designers, sabendo que esta articulação demandará do profissional uma abordagem estratégica. A estratégia, segundo Morin (2006), pode ser compreendida como a capacidade de agir e tomar decisões diante de situações imprevisíveis, desenvolvendo diferentes cenários que podem sofrer modificações conforme o decorrer do processo. Para Guglieri (2021), o design como abordagem metodológica metaprojetual permite o pensamento estratégico e atua como um vetor que orienta as articulações do projeto e, por ter uma visão voltada para as relações, interpreta os processos de significação presentes nos sistemas, constituídos por noções que se influenciam mutuamente, de forma complementar e antagônica.

Uma das formas que o design estratégico projeta estratégias inovadoras para organizações ou contextos sociais é trabalhando com o desenvolvimento de cenários futuros ou simulações de caminhos possíveis. Estes cenários podem ser compreendidos como uma estratégia que tem sua origem nos campos de guerra e eram utilizados como forma de antever possíveis movimentações da base inimiga, rompendo com configurações lineares de raciocínio e planejamento e possibilitando mais alternativas no enfrentamento de ataques que viessem a acontecer.

Com o passar do tempo, esta abordagem estratégica passou a ser utilizada por outros campos, como é o caso do segmento empresarial e o de planejamento territorial, que buscam constantemente alternativas de enfrentamento a situações de imprevisibilidade (REYES, 2016). No campo do design, os cenários podem ser compreendidos como um instrumento metaprojetual, que segundo Manzini e Jégou (2004), proporciona a fuga de um modelo projetual reducionista, permitindo uma melhor compreensão e argumentação no processo de tomada de decisão, tornando o processo de projeto mais inclusivo e participativo.

Segundo Meroni (2008), esta abordagem estratégica do design assume um papel colaborativo, na qual são contemplados os atores, seus comportamentos e suas interações, elementos estes que irão compor o desenho das etapas seguintes, colaborando para a busca de alternativas projetuais. O Design Estratégico, nessa visão, deve oferecer a sociedade e ao mercado um sistema de regras, crenças, valores e ferramentas que permitirão lidar com o ambiente externo, possibilitando assim dar um passo além.

A autora citada propôs oito fundamentos para a consolidação do design estratégico em um projeto ou contexto. O primeiro deles diz respeito a evolução, que permite o direcionamento a um futuro desejado, sempre com um olhar atento para a sustentabilidade e tendo consciência de que é preciso contemplar o segundo ponto, denominado como sistema produto-serviço, que analisa toda a cadeia de produção, entrega e serviços agregados. Seguindo neste mapeamento, detecta-se que o olhar para a solução é importante, mas não se pode deixar de investir esforços na definição e formulação dos problemas, identificando a sua causa-raiz. O quarto ponto destacado diz respeito a inovação social, numa reflexão sobre a necessidade de mudança de comportamento dos envolvidos, motivo este que encaminha, quase sempre, ações em formato bottom-up. Ao avançar nos pontos propostos por Meroni (2008), chega-se à construção de cenários, que agem como uma maneira de direcionar os esforços projetuais, rumo a uma visão de futuro compartilhada por todos. Como sexto ponto, é colocada a prática do codesign como instrumento para envolver todos os atores na construção de uma nova realidade, ou seja, de um futuro desejado. Em harmonia com este ponto, o diálogo é citado como necessário, na qual as habilidades naturais do designer devem estabelecer e estimular a troca de experiências e pontos de vista entre os atores envolvidos no projeto. Por último, é citada a construção de habilidades, que tem como objetivo mobilizar as pessoas que participam do projeto a executarem a mudança imaginada e lidarem com a nova realidade.

Como base nestes entendimentos, é possível compreender o Design Estratégico como uma prática capaz de movimentar e catalisar, através de meios interativos,

múltiplos atores na identificação, compreensão e até mesmo antecipação de problemas que envolvem as organizações e comunidades. Nessa direção, tal prática possibilita a convergência dos envolvidos na busca por soluções, ou possíveis enquadramentos que não sejam apenas pontuais, mas que fujam da obviedade e que se adaptem a qualquer movimento fora da linearidade, numa atuação de forma criativa, inovadora e sustentável.

3. DESIGN ESTRATÉGICO APLICADO AO CONTEXTO TERRITORIAL

Ao se mencionar que o design estratégico trabalha, entre outras frentes, com a antecipação de problemas em comunidades e contextos sociais, o que se está fazendo é deslocar a atividade projetual aplicando-a aos desafios que os territórios enfrentam diariamente, diante de um mundo em constante transformação e num ritmo cada vez mais acelerado.

O design aplicado a territórios, ou resumidamente, design territorial, ganha protagonismo dentro do design estratégico tendo o território como um produto que precisa se apresentar de forma competitiva perante outros contextos. Trata-se de um conjunto complexo, com muitas interações formadas por produtos e serviços locais, além de experiências culturais e estratégias de comunicação, com o qual o território se apresenta ao mercado.

Para Franzato (2009), os territórios, apresentados como um produto, tem o desafio de tangibilizar suas características para o consumidor, que é cada vez mais exigente. Com esse entendimento, o design territorial vem propor uma nova forma de promover os valores de uma comunidade fazendo com que ela seja reconhecida por suas características locais (REYES, 2007). Dessa forma, o designer passa a ter a missão de entender a complexidade e as características deste território, além de interpretar o sentido e a identidade do lugar, estabelecendo uma relação entre objetos, percepções e atores envolvidos, transformando-o em uma intensa experiência sensorial (CALABI, 2019).

Dada essa complexidade percebida, pode-se afirmar então que a visão sistêmica do design estratégico é um diferencial para projetos que envolvem múltiplos atores e exigem uma visão mais abrangente, como acontece em territórios. Os participantes de toda essa cadeia, norteados pela sustentabilidade, devem ser ativamente envolvidos numa projeção de soluções, na qual todos serão beneficiados se primarem pela preservação e o uso consciente dos recursos locais, numa busca contínua por inovação em seus habitats naturais. A participação ativa da comunidade e das partes interessadas no projeto torna-se essencial para o desenvolvimento de projetos territoriais (FRANZATO et al, 2011), por isso, os envolvidos devem compreender sua participação e sentirem-se incluídos.

A comunicação sobre o que é produzido se mostra essencial nesse contexto, tendo por objetivo fazer com que

as comunidades externas se sintam estimuladas a estabelecer uma relação de consumidores com esse território. Ela deve abranger desde a origem dos produtos até o impacto ambiental de seu manejo e produção, considerando a história do território e da comunidade, permitindo que o consumidor perceba e valorize toda a cadeia envolvida. Afinal, um produto local é o resultado de um conjunto de atividades desempenhadas por diversos atores que utilizam recursos de um território específico, sendo que essa combinação de elementos gera uma personalidade singular ao produto, que é traduzida como qualidade e identidade ao consumidor final (KRUCKEN, 2009). Sendo assim, as estratégias de comunicação irão então transmitir essas características singulares que foram desenvolvidas e aprimoradas por uma comunidade ao longo do tempo, fazendo com que o produto adquira uma tipicidade única e seja reconhecida pelo seu consumidor (NIEDERLE; AGUIAR, 2012).

Nessa linha de raciocínio, valorizar e promover a personalidade local, ou identidade, é um dos desafios do design aplicado a territórios, visto que quando a comunidade reconhece essa identidade como sendo algo de valor estratégico, ela incorpora um sentimento de orgulho e de pertencimento (REYES; BORBA, 2013). É por isso que criar um diferencial neste produto local é o início de um posicionamento estratégico e competitivo dos territórios no mercado almejado (KRUCKEN, 2009).

Neste contexto, o conceito de sustentabilidade deve ser um dos pilares fixos para projetos de desenvolvimento territorial. Essa visão deve compreender a preocupação com o impacto ambiental que envolve toda a cadeia atuante, com atenção para a produção, distribuição, consumo e descarte (KRUCKEN, 2009). Sustentabilidade, segundo Manzini (2008), é um processo no qual a comunidade irá aprender com seus próprios erros e diminuir o consumo de recursos ambientais, se preocupando em regenerá-los. Ainda segundo o autor, a inovação em um território conduzida pela orientação da sustentabilidade é o desenvolvimento social e econômico de uma comunidade com o baixo uso de materiais e energia.

O design estratégico, quando aplicado à contextos territoriais, possibilita o posicionamento de um lugar e de seus produtos em termos de imagem, tanto pelo ângulo da sustentabilidade, como também pelo ângulo social e econômico (FRANZATO et al, 2011).

4. O TURISMO GASTRONÔMICO E AS COMUNIDADES SLOW FOOD

A imagem de um território, ou a promoção de sua identidade para o público externo, deve levar em consideração aquilo que há de mais autêntico e característico da cultura local. Em muitos casos, os produtos mais representativos dos territórios são os alimentos produzidos na região ou a cadeia gastronômica que deles deriva. Segundo Gândara (2009), a comida pode fornecer informações importantes

sobre um lugar, expressando aspectos históricos, culturais, religiosos, políticos e sociais sobre determinado grupo social, funcionando como um elemento identitário do território. Na atualidade, há inúmeras formas de promover experiências memoráveis com a gastronomia típica dos destinos visitados, é o caso de rotas gastronômicas, visitas a produtores locais, cursos, feiras e festivais, entre outros.

Aproveitar a gastronomia como forma de estimular o turismo em um território apresenta-se como uma estratégia cada vez mais utilizada por diversos lugares. Mas para que essa estratégia se torne uma realidade, é necessário que alguns pontos sejam atendidos. Cooper et al (2001), Gee e Fayos-Solá (2003) e Hall (2001) contribuem para esse debate, sendo possível retirar de seus estudos, sobre planejamento e a gestão do turismo, oito elementos mínimos que devem ser levados em consideração quando algum território decide posicionar-se como um destino turístico, sendo eles: o perfil do turista ou grupo de turistas, a motivação e a expectativa envolvida, o período e a duração da visita, o processo de escolha de um destino entre muitos, a comunidade e a receptividade anfitriã, as atratividades e experiências a serem vivenciadas no local, além de hospedagem e alimentação e infraestrutura de apoio.

No que diz respeito a motivação do turista em viver experiências com a gastronomia de um destino escolhido por eles, é possível observar uma gama de atividades interligadas que contribuem significativamente com o processo de valorização do local. Neste cenário, alguns países já se destacam no meio turístico ao explorar a tradição que possuem na oferta deste tipo de produtos, como, por exemplo: Portugal, com o seu bacalhau e os doces conventuais, da mesma forma que a Itália, com as massas e os molhos, e a França, com os vinhos e queijos, entre inúmeros outros (FAGLIARI, 2005).

Essas definições contribuem para que as atividades relacionadas ao turismo gastronômico se consolidem como um meio de integrar o visitante à cultura local, isso porque através dos alimentos pode-se conhecer um pouco mais da identidade regional, bem como da história e dos aspectos políticos, culturais e econômicos de uma comunidade (POULAIN, 2008).

Na visão de Schluter (2006), o interesse pelos produtos locais promove não apenas a manutenção da diversidade do patrimônio, como também reforça a identidade cultural e o orgulho de pertencimento desta comunidade. Num destino turístico articulado, a viabilização do turismo gastronômico pode contribuir para preservar as heranças culturais ligadas à comunidade local receptora, uma vez que esse tipo de atividade está diretamente relacionada com alimentos e produtos característicos do lugar. Sendo assim, o turismo gastronômico pode ser utilizado como estratégia para promover a sustentabilidade cultural e gastronômica dos destinos, tornando-se, inclusive, um

selo de boas práticas e identidade.

É a partir desse olhar que surge o movimento Slow Food, se caracterizando como um instrumento importante na contribuição que dedica para o desenvolvimento sustentável desta atividade, uma vez que trabalha para promover a biodiversidade na cadeia alimentar, difundindo a educação e conectando produtores de alimentos com coprodutores, através de eventos e iniciativas locais. Este movimento, fundado em 1986 pelo ativista alimentar Carlo Petrini, tem como objetivo principal o estímulo a redes de apoio na defesa de bons alimentos, prazer, ética gastronômica e um ritmo de vida mais calmo. Com o crescimento desta iniciativa, seu objetivo foi sendo ampliado e passou a contemplar uma preocupação com a qualidade de vida das pessoas e, consequentemente, com a preservação do planeta (IRVING; CERIANI, 2013).

Além do viés alimentar, o movimento também promove experiências em torno da gastronomia no intuito de estimular o turismo em uma determinada região. Se, por um lado, as atividades realizadas por cada um desses atores são complementares e podem contribuir para potencializar a produção e a preservação da cultura local, por outro, vem oferecer um atrativo turístico de qualidade e alinhado com as expectativas do segmento de turistas gastronômicos. Os conceitos de Food Tourism e Slow City somam-se a essa frente com o desafio de conectar estrategicamente gastronomia, territórios, turismo e um estilo de vida mais saudável, distante dos grandes centros.

Em alguns dos locais, onde estas práticas já são mais difundidas, é possível identificar uma forte influência no desenvolvimento da gastronomia, quer seja no âmbito econômico, social ou também cultural de uma comunidade local. O termo 'comunidade' é muito usado para se referir a territórios que exercem práticas Slow Food. Cita-se como exemplo, as regiões italianas da Toscana e da Úmbria, na Itália, que são lugares que produzem excelências gastronômicas e conseguem manter conservada sua histórica tradição culinária. Ao contar com o auxílio do movimento Slow Food, esses territórios, ou comunidades, ainda conseguem preservar o cultivo local de animais, vegetais e legumes, que antes corriam risco de serem abandonados em virtude do incremento de técnicas agrícolas intensivas e um comércio massificado.

No Brasil, algumas iniciativas nesta direção já podem ser observadas, como a exploração de restaurantes temáticos, feiras e festivais gastronômicos, além de cursos e visitas a produtores de vinho e cachaça, entre outras iniciativas. Entretanto, muito ainda se deve avançar para que o desenvolvimento dessa atividade se consolide no território nacional como atratividade turística sustentável, visto que demanda um envolvimento de diversos atores locais, tais como agentes turísticos, produtores, fornecedores e a comunidade em geral, que deve ser participativa e receptiva (MARTINS et al, 2014).

Para identificar o que melhor caracteriza o movimento

Slow Food, foram também mapeados, a partir de informações retiradas de materiais do movimento ou de participantes, oito pilares estruturantes, que são: a conexão do território com a natureza, a saúde do ser humano e do meio ambiente, a aproximação da origem e a produção do alimento, a preservação da cultura e das tradições locais, dignidade do trabalhador, a mudança sistêmica de comportamento, a conexão e parceria entre pessoas, além do processo permanente de aprendizado (SLOW, 2021). Esses quesitos ajudam a visualizar o movimento de uma forma mais substancial, pois conseguem resumir e comunicar as principais bandeiras defendidas pelo movimento.

5. ARTICULANDO DESIGN ESTRATÉGICO, TURISMO GASTRONÔMICO E CULTURA SLOW FOOD

Como forma de aproximar o design estratégico e o desenvolvimento do turismo a partir de movimentos, como o Slow Food, realizou-se, e apresenta-se a seguir, o cruzamento entre as três dimensões citadas como base desta análise, a começar pela proposta, apresentada por MERONI (2008), que abordou os fundamentos do design estratégico. Soma-se a isso, os elementos mínimos do turismo retirados dos estudos de Cooper et al (2001), Gee & Fayos-Solá (2003), Hall (2001) et al, e os pilares que caracterizam o movimento Slow Food.

Para representar visualmente esse cruzamento e observar as relações existentes e possíveis entre as áreas, desenvolveu-se uma representação gráfica denominada Modelo Conceitual, que é ilustrada na figura 1, na qual as dimensões percebidas foram dispostas em formato circular possibilitando que fossem criadas interligações de forma livre. As análises partiram de inúmeras conexões entre os fundamentos do design estratégico, representados pela cor preta, que buscaram identificar como as dimensões do turismo, representado pela cor cinza, e do Slow Food, representado pela cor branca, conseguem se articular.

O processo de identificação dessas relações aconteceu por meio de uma dinâmica coletiva realizada em meio remoto, na qual os participantes, autores deste artigo, se expressaram com base nos seus entendimentos e reflexões sobre os segmentos envolvidos. As opiniões divergentes foram debatidas e, a partir de um consenso alcançado, a relação entre os pontos elencados foi estabelecida e pode ser visualizada na imagem apresentada.

Com esta análise encaminhada, foi possível descrever, na sequência, os desdobramentos imaginados dessas relações, que se configuram também como contribuições deste estudo para as áreas envolvidas. Ressalta-se que o número oito de itens relacionados por segmento buscaram seguir um padrão similar e estabelecido por Meroni (2008).

Ao analisar as conexões estabelecidas, é possível identificar quais foram os pilares mais acessados nas dimensões do design estratégico, estabelecendo assim as

contribuições que a área consegue ofertar para as iniciativas de desenvolvimento turístico e inovação social em um território. Cada uma dessas relações foi analisada e comentada, sempre com um olhar focado nos fundamentos do design estratégico e ponderando o que cada uma das dimensões do turismo ou do Slow Food necessita para ser implementada.

estratégico, demonstra ser um dos benefícios promovidos pela área, quando aplicada em territórios ou comunidades. Muitos desses projetos têm como propósito a mudança de comportamento dos envolvidos, por isso é necessário investigar o que é desenvolvido localmente e usar como fonte de inspiração para as transições necessárias.

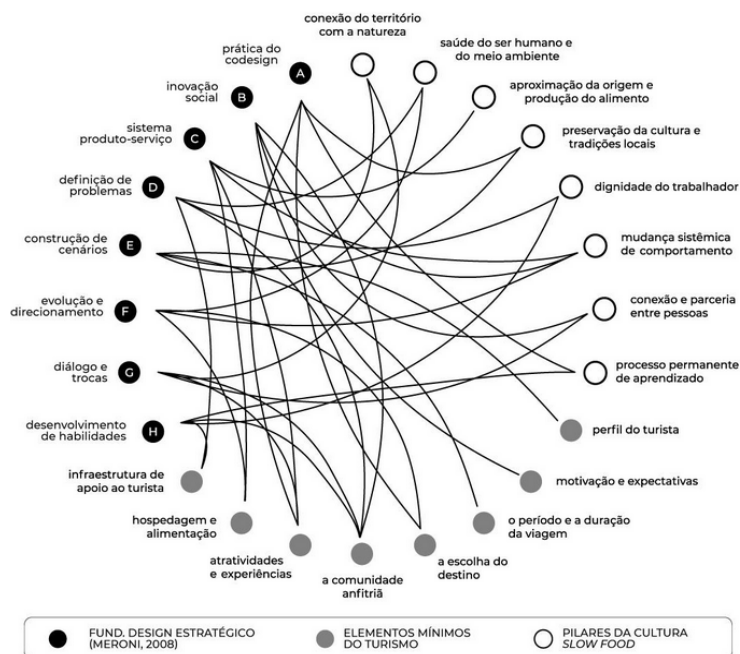


Figura 01: SEQ Figura* Arabic 1 - Modelo Conceitual.
Fonte: Autores.

A) Pelas características que as práticas de codesign contemplam dentro de estudos em design estratégico, ao primar por colocar todos os atores envolvidos a trabalhar colaborativamente para a construção de uma nova realidade, é possível interpretar que várias conexões destas práticas com o universo do turismo e com o movimento Slow Food acontecerão de forma positiva. Cita-se duas de cada segmento, vistas com mais potencial, dando especial atenção para o processo de desenvolvimento de atratividades e experiências turísticas, que pode receber soluções criativas e inusitadas quando diferentes visões trabalham conjuntamente na geração de ideias que valorizem a cultura e as forças locais, isto é, moradores e designers conectando seus saberes e viabilizando soluções que atendam as expectativas dos turistas na atualidade. A preservação da cultura e das tradições locais, a escolha de um destino e o processo permanente de aprendizado, também são desafios que a prática do codesign consegue gerar alternativas que se aproximem de um futuro desejado pela comunidade envolvida, fortalecendo-a e projetando-a num cenário externo.

B) A inovação social, citada por autores do design

O designer entra em cena com o papel de impulsionar uma mudança sistêmica nesta comunidade, de forma que todos os agentes se posicionem como participantes atuantes e se sintam pertencentes do que será implementado.

A conexão e a parceria entre todos articulará também a reflexão sobre como deve ser uma comunidade anfitriã, outro desafio para o designer, já que o movimento Slow Food opera por meio do cooperativismo entre esses agentes.

Os projetos de inovação social, além de outros benefícios, trazem desenvolvimento econômico para a região pois estimulam um turismo entre grupos que precisam ter as motivações e expectativas atendidas, sendo que para um grupo crescente de turistas, as iniciativas sociais são fonte de curiosidade, conhecimento e inspiração, já que podem ser replicadas.

C) Entre as relações estabelecidas, parte dos esforços devem estar na projeção de um sistema produto-serviço que atenda as demandas locais e o público visitante, sem impor modelos que afetem o meio ambiente. Dessa

forma, o designer é desafiado a articular toda a cadeia local, considerando desde o produtor até a experiência final dos consumidores, pensando também de forma estratégica produtos e serviços integrados, além da comunicação necessária. Como exemplo, esse sistema deve contemplar a hospedagem e alimentação, além de atratividades e experiências, sem deixar de promover uma mudança sistêmica de comportamento dos envolvidos, pois um agente é produtor de outro agente, ou há cooperação entre eles. Esta premissa acontece pois os habitantes possuem suas próprias práticas, e muitas vezes estão distantes do que o movimento indica como sendo o melhor caminho coletivo. Além desses aspectos, um objetivo complementar do sistema produto-serviço criado, é promover uma aproximação entre a origem e produção dos alimentos e seus consumidores, sendo esta uma bandeira levantada pelo movimento Slow Food, e que promove um desenvolvimento regional sustentável.

D) A dimensão de definição de problemas abrange uma investigação profunda sobre as causas das dificuldades locais, buscando, por meio de uma análise sistêmica e reflexiva, entender a sua natureza, as características, os envolvidos e a origem. Quando se pretende desenvolver turisticamente uma região, torna-se importante entender os desafios cotidianos de uma comunidade anfitriã, assim será possível priorizar esforços para a qualificação de serviços básicos, além de implementar ou aperfeiçoar uma infraestrutura de apoio ao turista. Também é preciso estabelecer iniciativas que atendam e melhorem, de forma gradativa e articulada, a dignidade dos trabalhadores envolvidos nestas frentes. Dessa forma, haverá um reflexo evidente na saúde do ser humano e do meio ambiente, que vai além dos benefícios proporcionados com um sistema de produção de alimentos e atrações turísticas que ocorrem de forma consciente.

E) A construção de cenários possibilitará que, a partir de um exercício metaprojetual, sejam visualizadas realidades alternativas e desejadas para o contexto explorado, isso acontecerá por meio de um processo participativo no qual múltiplas visões são concebidas e simuladas num movimento de convergência entre ações estratégicas desenhadas. Assim, busca-se por iniciativas que sejam firmadas na criatividade e na inovação, sem perder aspectos essenciais comunitários, como a preservação da cultura e das tradições locais, além da conexão com o território e natureza por parte de quem visita ou vive naquele lugar. Este instrumento projetual também facilita a tomada de decisões, sendo que no âmbito turístico, pode ser essencial para a definição do perfil do turista que será priorizado pela região, pois permite simular alternativas e estabelecer critérios, como aspectos econômicos ou comportamentais, que podem refletir em decisões, como o período e a duração da viagem, permitindo que gestores e planejadores se organizem e proponham diretrizes que atendam tais demandas e perfis.

F) Uma mudança sistêmica de comportamento

demanda evolução e direcionamento, isto é, acompanhamento dos processos, avanço contínuo e foco nos objetivos, para que se tenha êxito durante o percurso e busca por resultados que beneficiem a saúde coletiva e do meio ambiente através de práticas sustentáveis. O Slow Food possibilita que o rumo em direção a sustentabilidade seja percorrido com clareza e responsabilidade ao propor um novo sistema de alimentação, focado na qualidade do alimento consumido, bem como, na forma consciente que ele é produzido. Os resultados destes avanços criam uma cultura onde tanto a comunidade, como os estabelecimentos voltados a hospedagem, alimentação e produtores locais, sejam motivados a implementar essas práticas como parte de seu cotidiano. A atração de turistas, que tem a escolha do seu destino, motivada pelo interesse em viver essa cultura gastronômica que contempla a preservação dos recursos naturais e traz benefícios para a saúde, resultando em desenvolvimento econômico para a região.

G) A fim de contribuir com a geração de novas conexões, parcerias e ações entre pessoas, dentro de uma atividade estratégica, o diálogo e as trocas surgem como recursos que irão acompanhar todas as etapas do processo. Essa orientação sugere compartilhamento de informações e uma interpretação coletiva sobre um determinado assunto ou problema, sendo que junto à comunidade anfitriã se buscará desenvolver novas atratividades e ofertas de experiência para aquele determinado território, gerando assim maiores conexões entre território e natureza. Na prática, um diálogo estratégico busca orientar de modo a aprender fazendo, ou vice-versa, no qual os atores envolvidos correlacionam saberes, interpretações e ideias, gerando novas descobertas a partir dessas interações. Ao observar essas relações dentro de um contexto turístico, entende-se que os aspectos culturais irão se fortalecer na medida em que a sociedade incorporar essas práticas de interação e fortalecimento mútuo.

H) Dentro de um contexto de mudanças e constantes evoluções, o design estratégico também é responsável pelo desenvolvimento de habilidades no intuito de contribuir com novas qualificações e aperfeiçoamentos, sempre observando os atores presentes nas diferentes comunidades e contextos. Essa prática permanente de aprendizado, quando relacionada com as comunidades anfitriãs de um determinado território ou destino turístico, oportuniza mudanças significativas naquele contexto, capacitando os atores locais por meio de ferramentas e novos olhares para o desenvolvimento do turismo. A dignidade do trabalhador, também é interpretada nesta etapa, de forma a potencializar o crescimento e desenvolvimento de uma rede de hospedagem, alimentação e apoio ao turista, que interpreta o destino turístico como uma extensão das pessoas que ali habitam, ocasionando um engajamento maior.

Estas interpretações apresentadas derivaram das conexões realizadas no modelo conceitual proposto como

instrumento metodológico. Entretanto, além dessas reflexões traçadas e compartilhadas, inúmeras outras são possíveis, o que torna este processo contínuo e oportuno para as áreas envolvidas. Pelo espaço limitado do artigo, optou-se por não ir além, mas acredita-se que atores locais e territórios que desejam posicionar-se como turísticos deveriam fazer este mesmo exercício experimentado neste estudo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O design estratégico possui abordagens que podem ser utilizadas no âmbito territorial e possibilitam uma análise do lugar de forma aberta, ampla e reflexiva, valorizando sistemas produtivos, explorando as potencialidades das forças locais, preservando aspectos culturais e mantendo ou fortalecendo a identidade do lugar a partir de soluções inovadoras, que se apoiam na criatividade e em modos sustentáveis de prospecção e desenvolvimento comunitário. A multidisciplinaridade abordada torna-se um fator importante em virtude de que a união de conhecimentos nesse tipo de ação é fruto da participação de diferentes atores, como produtores, prestadores de serviços, gestores, habitantes e consumidores. O resultado desta projeção deve ser uma inovação que transforma a vida dos atores envolvidos, gerando significado e agregando valor para toda a cadeia local.

Desta forma, pode-se considerar que as práticas de Slow Food aplicadas como recurso turístico discutem e revelam novas oportunidades de reavaliação e de incorporação de valores a um campo mais amplo, que consolida, fortalece e inova na concepção de ofertas turísticas. Ao passo que o território deve possuir estratégias bem definidas que transmitam a identidade de um local para o seu público consumidor, quando este consome um determinado produto ou serviço, enquanto realiza a prática turística. A partir dos entendimentos levantados, é possível concluir que o movimento Slow Food se apresenta como um sistema de produção de alimentos diferenciado, diretamente conectado a um modo de vida local e estimulado por práticas sustentáveis, onde se valoriza a oferta de um ritmo lento e das relações sociais e humanas em torno dele. Entende-se, portanto, que ele seja capaz de promover a ressignificação do turismo, tendo sua ênfase estratégica no setor gastronômico.

É fato que o turismo contemporâneo vem se reinventando nas últimas duas décadas, deixando para trás as ofertas padronizadas para um público de massa e criando novas atratividades focadas no turismo de experiência, segmento este que atende públicos menores e específicos que desejam vivenciar o cotidiano, os fazeres e a cultura dos lugares visitados. É exatamente neste recorte que o turismo gastronômico e os movimentos Slow Food tornam-se estratégicos para que um destino consiga se posicionar com protagonismo num cenário de significativa competitividade global, tornando-se um lugar desejado e ampliando de forma consistente a recepção de turistas.

Por fim, o modelo conceitual apresentado foi desenvolvido como instrumento gráfico no intuito de possibilitar a visualização, de forma clara, objetiva, organizada e replicável, de possíveis conexões que o design estratégico consegue estabelecer com os entendimentos de Slow Food e planejamento do turismo. Espera-se que este modelo seja utilizado pela área do Design como recurso articulador interdisciplinar. A partir das discussões realizadas, percebeu-se que os oito fundamentos propostos por Meroni (2008), aplicados no âmbito do turismo e da cultura Slow Food, podem ser indutores de mudanças regionais desejadas e estratégicas. Como sugestão para trabalhos futuros e projetos aplicados, sugere-se a realização de dinâmicas semelhantes que possam facilitar e ampliar a validação e visualização de relações entre diferentes polos que podem ser aproximados e articulados.

REFERÊNCIAS

- CALABI, D. A. **Design della comunicazione e territorio: uno strumento strategico di relazione**. Strategic Design Research Journal, Porto Alegre, RS, 2019.
- COOPER, C., FLETCHER, J. WANHILL, S. **Turismo: princípios e prática**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001.
- FAGLIARI, G. **Turismo e Alimentação**. São Paulo, SP: Roca, 2005.
- FRANZATO, C. **Design nel progetto territoriale**. Strategic Design Research Journal, Porto Alegre, RS, 2009.
- FRANZATO, C., KRUCKEN, L., & REYES, P. **Design for territorial development in emerging contexts: Brazilian experiences of teaching and research**. In: 3rd International Forum of the Latin Network, Torino, Politecnico di Torino, 5-7, 2011.
- GÂNDARA, J. M. G. **Reflexões Sobre Turismo Gastronômico na Perspectiva dos Sonhos**. Segmentação do Mercado Turístico: Estudos, Produtos e Perspectivas, 1º edição, Editora Manole, Barueri, SP, 2009.
- GEE, C. Y., & FAYOS-SOLÁ, E. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. 2. ed. Ed. Bookman. Porto Alegre, RS, 2003.
- GUGLIERI, A. **Strategic Design and reality levels: scenarios as prisms for creating possible futures**. Designed from Sugar Palm Fibers. Strategic Design Research Journal. Vol. 14, nº 03, Pags. 516-521, Sept/Dec, 2021.
- IRVING, J., & CERIANI, S. **Manual do Slow Food**. 2013. ed. [S.l.]: Slow Food, 75 p. Italy, 2013.
- HALL, C. M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. Tradução de Edite Sciuli. Ed. Contexto. São Paulo, SP, 2001.
- KRUCKEN, L. **Design e território: valorização de identidades**. Ed. Nobel. São Paulo, SP, 2009.
- MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**. Editora E-papers. Rio de Janeiro, RJ, 2008.

MANZINI, E., & JÉGOU, F. Design degli scenari. In: Bertola, P., & Manzini, E. (org.). **Design multiverso: appunti di fenomenologia del design**. Edizione POLIdesign. Milano, Italy, 2004.

MARTINS, U., BAPTISTA, M. E COSTA. C. **O potencial da tapioca como um produto turístico cultural do destino Fortaleza – Brasil**. Revista Turismo e Desenvolvimento (1), 21/22:191 – 204. Campinas, SP, 2014.

MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo**. 1ª reimpressão. Editora Sulina. Porto Alegre, RS, 2006.

MERONI, A. **Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline**. Strategic Design Research Journal, v. 1, n. 1, p. 31–38. Porto Alegre, RS, 2008.

NIEDERLE, P. A., & AGUIAR, M. **Indicações geográficas, tipicidade e produtos localizados: os novos compromissos valorativos na vitivinicultura do Vale dos Vinhedos**. Rev. de Economia Agrícola, v. 59, n. 2, p. 21-37. São Paulo, SP, 2012.

POULAIN, J. **Los Patrimonios Gastronómicos y sus valorizaciones turísticas**. In Tresserras, J. & F. Medina, F. (Eds) Patrimonio Gastronómico y, turismo Cultural en el Mediterráneo (pp.39 -72). Barcelona: Ibertur, 2008.

REYES, P., & BORBA, G. **Design Estratégico Aplicado ao Território**. Journal of Chemical Information and Modeling, v. 53, n. 9, p. 1689 – 1699, 2013.

REYES, P. **Design Territorial**. XII Encontro Da Associação Nacional De Pós-Graduação e Pesquisa Em Planejamento Urbano e Regional. Belém, PA, 2007.

REYES, P. **Projeto por Cenários: Uma Reflexão Sobre Projeto**. IV Enamparq, p. 3 – 12. Porto Alegre, RS, 2016.

SLOW. **Movimento Slow Food**. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento/> julho de 2021.

ZURLO, F. **Design Strategico**. In: XXI Secolo, vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani, 2010.

AUTORES

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1670-4462>

FABRICIO PELLIZZER MASCARELLO, Mestrando | Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Design Estratégico | Porto Alegre, RS. Endereço: R. Borges de Medeiros, 2054. Flores da Cunha/RS - CEP 95270-000 | E-mail: fmascarello.design@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1273-2570>

LUCAS BECKER, Mestrando | Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Design Estratégico | Porto Alegre, RS. Endereço: Estrada Nova Santa Cruz, s/n. Harmonia/RS - CEP 95785-000. E-mail: bbeckerlucas@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2009-4783>

MARCOS EDUARDO ENGELMANN, Mestrando |

Mestrando | Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Design Estratégico | Porto Alegre, RS. Endereço: R. Gustavo Leopoldo Feltes, 315. Novo Hamburgo/RS - CEP 93540-120. E-mail: marcos1903@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1658-4456>

FABRICIO FARIAS TAROUÇO, Dr. | Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Ciências da Comunicação | Porto Alegre, RS. Endereço: Av. Iguazu, 189 apt 03. Porto Alegre/RS - CEP 90470-430. E-mail: ftarouco@unisinos.br

COMO CITAR ESTE ARTIGO

MASCARELLO, Fabricio Pellizzer; BECKER, Lucas; ENGELMANN, Marcos Eduardo; TAROUÇO, Fabricio Farias. Contribuições do Design Estratégico para o Turismo Gastronômico em Comunidades Slow Food. MIX Sustentável, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 71-79, dez. 2022. ISSN 24473073. Disponível em: <<http://www.nexos.ufsc.br/index.php/mixsustentavel>>. Acesso em: [_/_/_](https://doi.org/10.29183/2447-3073.MIX2022.v9.n1.50-61). doi:<https://doi.org/10.29183/2447-3073.MIX2022.v9.n1.50-61>.

SUBMETIDO EM: 01/10/2021

ACEITO EM: 21/09/2022

PUBLICADO EM: 20/12/2022

EDITORES RESPONSÁVEIS: Vicente de Paulo Santos Cerqueira e Paulo Cesar Machado Ferroli.

Registro da contribuição de autoria:

Taxonomia CRediT (<http://credit.niso.org/>)

FPM: Investigação; Metodologia; Validação; Escrita - rascunho original

LB: Conceituação; Metodologia; Validação; Visualização

MEE: Conceituação; Investigação; Visualização; Escrita - rascunho original

FFT: Administração de projetos; Supervisão; Escrita - revisão e edição

Declaração de conflito: nada foi declarado.