

## Resumen de la propuesta

### Food Design en Latinoamérica: una oportunidad para la innovación

La propuesta para el curso de EDUCACIÓN PERMANENTE de la Facultad de Arquitectura, UdelAR se fundamenta en la importancia y relevancia que tiene el surgimiento del nuevo campo de estudio conocido como *FoodDesign* (Diseño y Alimentos) tanto en el ámbito profesional como académico en nuestro medio. Esto se debe a tres factores convergentes:

1. por un lado el advenimiento de *FoodDesign* a nivel internacional responde en gran parte al estado tan deteriorado de nuestra relación con la comida y los alimentos en varios niveles. Consideramos llamativo que a nivel nutricional existe una gran contradicción al contar cada vez más con medidores de salud y conciencia de nuestro organismo, contrastado con el aumento de enfermedades relacionadas con nuestros hábitos alimenticios (principalmente las epidemias de obesidad, enfermedades cardiovasculares y oncológicas). También es sabido que las costumbres y prácticas culturales referidas a la comida están en crisis, en paralelo a la pérdida de espacios y tiempo para el disfrute y equilibrio de nuestra alimentación; poniendo en riesgo tejidos sociales y familiares que operan a nivel social y personal. A esto se suma el deterioro alarmante en la producción y distribución de los alimentos. Movimientos como el *SlowFood* han puesto el foco en estos aspectos y en nuestra relación con la comida; desarrollando estrategias y políticas orientadas a las causas de las mismas, con notable éxito -si bien limitado en su difusión y alcance-, obteniendo resultados concretos en los casos que se pueda implementar. Pero con esto no alcanza!
2. en segundo lugar cabe destacar que la realización del Primer Encuentro Latinoamericano de *FoodDesign* tuvo lugar en la Facultad de Arquitectura y en la Escuela Universitaria Centro de Diseño el pasado mes de octubre de 2013. Los organizadores de este encuentro integran la propuesta del curso de educación permanente como consecuencia natural del paso dado hacia el crecimiento de un nuevo campo de estudio.
3. en tercer lugar y en consonancia con el punto anterior, los mismos autores de esta propuesta fuimos los fundadores de la Red Latinoamericana de *FoodDesign* (redLaFD), cuyos alcances y estrategias de crecimiento se detallan más adelante.

Consideramos oportuno capitalizar la inercia y atención que está recibiendo el tema a nivel local y regional para iniciar la construcción de un espacio académico en torno a la reflexión y formación en *FoodDesign*.

A continuación se resumen las bases de la redLaFD:

Carta fundacional (versión final- 22 de noviembre de 2013)

Documento suscrito para la constitución de esta iniciativa.

## CONSIDERACIONES

1. La Red Latinoamericana de Food Design (redLaFD) nace en primera instancia con un grupo reducido de personas (grupo fundacional) reunidas en el ámbito de la Escuela Universitaria Centro de Diseño y de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República, Montevideo, el 24 y 25 de octubre de 2013.
2. La iniciativa es de Pedro Reissig (Argentina/USA), secundado por Daniel Bergara (Uruguay) y con la contribución de Francesca Zampollo (Italia/UK), fundadora del International Food Design Society.
3. El presente documento se viene elaborando desde diciembre de 2012 y su versión actual es reflejo del estado de avance de la iniciativa, quedando aún cosas por entender y definir mejor, pero se considera que existe suficiente claridad de espíritu para usarlo como punto de partida.
4. El grupo fundacional tiene en común la preocupación sobre la cultura del Food Design y propone crear una plataforma (esquema organizacional, funcional, comunicacional, etc.) reflejada en la redLaFD, para que a partir de ahí se abran las puertas para su futuro crecimiento.
5. La función de la redLaFD es nuclear a personas con intereses en común para crecer como comunidad profesional, intelectual y solidaria. La redLaFD es de carácter abierto, sin exclusiones salvo que atente contra los valores enumerados más abajo. Está pensada como una comunidad de personas y entidades que pueden vincularse libremente a través de medios físicos y virtuales.
6. Nuestra definición amplia de Food Design incluye toda acción que mejore nuestra relación con los alimentos / comida en los más diversos sentidos y/o aspectos. Estas acciones se pueden referir tanto al diseño del producto comestible en sí como a su contexto, incluyendo objetos, espacios, procesos, etc., involucrados con los alimentos.
7. Con respecto al nombre de esta iniciativa, se han evaluado opciones para la traducción del anglicismo "Food Design", no encontrando hasta la fecha ningún término en español que refleje tan fielmente su significado e independencia connotativa como el término en inglés (alimentos es muy técnico, comida es muy artesanal). En este sentido se propone el término "Diseño y Alimentos" como la traducción más sugestiva del sentido real que queremos darle al Food Design.

8. En función del punto anterior se adopta el nombre “Red Latinoamericana de Food Design” en español (apodado “redLaFD”) y su traducción al inglés como “Latin American Food Design Network”. Se considera el nombre “Red Latinoamericana de Diseño y Alimentos” como un sinónimo oficial de la redLaFD para quienes lo consideren más adecuado, respetando los criterios personales e institucionales de los distintos actores participantes de esta iniciativa. Se destaca la importancia de que el nombre de esta Red sea motivante y evocativo en los distintos ámbitos en que transita.
9. Food Design es un campo emergente, oficializado desde la creación del International Food Design Society (IFDS). Uno de los hitos más importantes fue la Conferencia “International Conference on Designing Food and Designing for Food”, realizado en 2012 en el London Metropolitan University.
10. Food Design es transdisciplinario en su esencia dado que convoca conocimientos, experiencias y visiones de diversos campos necesariamente complementarios. El diseño es reconocido como un modo de pensar problemas y soluciones de manera integral, tomando en cuenta el contexto y asociado fuertemente con la innovación.
11. Este nuevo campo está orientado principalmente a diseñadores (en el sentido amplio en todas sus escalas y manifestaciones), abierto a toda actividad que pueda beneficiarse de sus alcances, incluyendo científicos, ingenieros, tecnólogos, nutricionistas, científicos sociales, productores, emprendedores, cocineros, chefs, artistas, inventores, etc., tanto del ámbito público como privado.
12. Latinoamérica está considerado como un territorio diverso, depositario de un capital cultural importante para el Food Design. Es una de las principales regiones del mundo productora de alimentos. A su vez, el diseño latinoamericano ha alcanzado un desarrollo institucional significativo con impactos en los ámbitos de las industrias culturales, las economías de mercado y las solidarias.
13. En cuanto antecedentes del mapa actual sobre nuestro campo de acción e influencia, cabe mencionar estas disciplinas relacionadas al Food Design:
  - Ciencias de los alimentos: tecnología, ingeniería, química, nutrición, etc.
  - Servicios de alimentos: artes culinarios, gastronomía, hospitalidad, etc.
  - Estudios de alimentos: sociología, antropología, geografía, psicología, etc.

## VISIÓN

La red se conforma con los objetivos de: afianzar un ámbito referente del Food Design en Latinoamérica; dar visibilidad a las iniciativas latinoamericanas; integrar esta disciplina emergente a los diversos saberes sobre alimentos y diseño de la región y del mundo; contribuir en la capacitación y formación sobre diseño y alimentos.

## MISIÓN

1. Crear ámbitos para la gestación de ideas, discusiones y propuestas en relación al Food Design en cualquier escala, dimensión y contexto. Esto vale especialmente para América Latina, pero no exclusivamente.
2. Fomentar la aplicación de los recursos del diseño para el mejoramiento de los alimentos/comida y del universo de productos vinculados a este campo transdisciplinario, que incluye saberes comunitarios, tecnológicos, sociales y de diversas disciplinas.
3. Favorecer el diálogo entre los distintos actores y sectores que inciden en nuestra relación con la comida y alimentos, incluyendo diseñadores, científicos, tecnólogos, ingenieros, nutricionistas, cocineros, chefs, artistas, empresarios, gestores culturales, productores, consumidores, etc.
4. Identificar áreas de oportunidades que no han sido aun detectadas o que no están siendo atendidas satisfactoriamente en relación al alimento/comida.
5. Dar visibilidad a la riqueza de productos, saberes y valores culturales que posee Latinoamérica y que actualmente se encuentran escasamente presentes y valorados en las esferas de conocimiento global.
6. Consolidar un pensamiento integrador, sin fines o intereses sectoriales, que vele por una mejora en cualquier sentido o aspecto de nuestra relación con la comida y alimentos, cuya efectividad y valor agregado sea beneficioso para los productores y los consumidores, perceptible y disfrutable por la mayor cantidad de personas posibles.
7. Que el punto anterior sea medible, transferible y útil para la formación de RR. HH. en ámbitos académicos y profesionales.

## VALORES

1. Contribuir al aporte de soluciones en relación a los alimentos y comidas en todas sus dimensiones y manifestaciones.
2. Aumentar el acceso de la mayor cantidad de personas a la comida / alimentos, compatibles con sus necesidades y contexto (económico y cultural), integrando los saberes locales y valores culturales respecto a la comida / alimento.
3. Buscar el beneficio para la mayor cantidad de personas a nivel salud y bienestar general (personal y social) en su relación con los alimentos y comidas. Esto implica mejorar el acceso a comida saludable, rica y disfrutable
4. No causar daño a las personas ni al medio ambiente con nuestras acciones, manteniendo un equilibrio entre necesidades y recursos de modo justo y sostenible.

## ACCIONES A DEFINIR

1. Creación de un espacio virtual dedicado a cumplir con la Misión que la redLaFD propone y que se erija como sitio virtual de referencia y motivación.
2. Organización de eventos de difusión y discusión de temáticas afines. Sería conveniente trabajar con una agenda que mire los siguientes dos encuentros para una mejor planificación en el tiempo. En esta instancia fundacional se propone crear el próximo evento en 2014 en Colombia, sujeto a su viabilidad, teniendo como plan B a la Argentina (queda por definir el carácter de los eventos anuales, pudiendo ser Encuentros, Simposios o Congresos, dependiendo de su envergadura y espíritu).
3. Diseño de cursos, seminarios, talleres y otros modos de formación y capacitación académica, apoyando la creación e intercambio entre las instituciones que avancen en esta dirección. Esto es válido a cualquier nivel de formación, pero principalmente a nivel universitario, tanto grado como posgrado.
4. Generación de contenidos para su difusión (publicaciones físicas y digitales).
5. Generación de base de datos útiles para los mismos fines.
6. Promover y participar de concursos y otras acciones que hagan avanzar nuestros objetivos.

En el marco de lo expuesto se propone el siguiente curso de Educación Permanente.

Nombre curso: **Food Design en Latinoamérica: *una oportunidad para la innovación***

Docente invitado especialista en el tema:

Pedro Reissig

nacionalidad: Arg/USA

profesión: diseñador

título máx.: doctorado en diseño (universidad de buenos aires)

## OBJETIVOS

Es un objetivo principal de esta propuesta crear un curso piloto que sirva de punto de partida para la creación de una Cátedra Latinoamericana de Food Design". El curso está diseñado para convertirse en un proyecto abierto e itinerante, con base en la UdelaR, pensado para estimular y madurar la educación en food design para ámbitos universitarios de diversos países de Latinoamérica.

Se parte de una definición estratégica de food design y reconocimiento del contexto y coyuntura actual de Latinoamérica. La definición de food design para este curso incluye toda acción que mejore nuestra relación con los alimentos / comida en los más diversos sentidos y/o aspectos. Estas acciones se pueden referir tanto al diseño del producto comestible en sí como a su contexto, incluyendo objetos, espacios, procesos, etc., involucrados con los alimentos. Con respecto al contexto latinoamericano, está considerado como un territorio diverso, depositario de un capital cultural importante para el Food Design. Es una de las principales regiones del mundo productora de alimentos. A su vez, el diseño latinoamericano ha alcanzado un desarrollo institucional significativo con impactos en los ámbitos de las industrias culturales, las economías de mercado y las solidarias.

Otro de los objetivos del curso es afianzar lazos con los campos afines al food design, principalmente aquellos relacionados con las ciencias de la alimentación (química, biología, ingeniería, tecnología, nutrición, etc.).

## PROGRAMA

son 6 encuentros de 4 horas cada uno.

encuentro 1: introducciones de todos los participantes, explicitación de la propuesta temática y pedagógica, mirada al paisaje de food design y su realidad específica en Latinoamérica. Lectura sugerida de la bibliografía. Visita de un especialista del movimiento Slow Food Uruguay y de un chef profesional. consideraciones sobre la sustentabilidad, comercio justo y ecogastronomía.

encuentro 2: modo taller- cada participante propone un tema relevante a los objetivos del curso y uso el tiempo del taller para avanzar su idea e ir de concepto a proyecto a lo largo del curso. (no es un taller de diseño en el sentido tradicional, pero su usa su dinámica y formato para los ejercicios que se desarrollan dentro de la experiencia propuesta)

encuentro 3: avances de los trabajos individuales y visita de un profesional del campo de ingeniería de los alimentos. se miran consideraciones del diseño y alimentos en su relación con el cuerpo y la salud.

encuentro 4: modo taller- cada participante avanza con su proyecto, interactuando en instancias grupales e individuales.

encuentro 5: avances de los trabajos individuales y visita de un profesional del campo de la gestión (trazabilidad de los alimentos). se miran consideraciones del diseño y alimentos en su relación con el agro y la producción agrícola ganadera.

encuentro 6: modo taller- se pasa a etapa final de los proyectos y cada participante prepara su presentación a modo de un afiche y presentación oral de tipo "elevator pitch", modalidad proveniente del ámbito emprendedor y empresarial. Devoluciones a todos los trabajos y puesta en común del curso.

## BIBLIOGRAFIA

Eat Love. Marije Vogelzang, Bis Publishers, Netherlands. 2009.

Eating Architecture. Jamie Horwitz and Paulette Singley. MIT Press, Cambridge Massachusetts. 2004.

El Nuevo Cocinero Científico. Diego Golombek y Pablo Schwarzbaum, Siglo Veintiuno Editores, Argentina. 2012.

Food by Design. Jump/Antonio G. Gardoni, Booth-Clibborn Editions, London.

2002.

Food Design XL. Sonja Stummerer and Martin Hablesreiter. Springer Wien, New York. 2010.

Manual de Gastronomía Molecular. Mariana Koppmann, Siglo Veintiuno Editores, Argentina. 2012.

## OBSERVACIONES

La lista de invitados es tentativa, si bien las personas nombradas han sido contactadas para formar parte del curso, hasta no tener fechas en firmes no se puede confirmar su participación. De todos modos contamos con otros idóneos en sus respectivos campos en caso que la persona propuesta no pueda concurrir.

Por otro lado se aclara que es intención de los organizadores de este curso realizar un seminario en Bogota, Colombia en el mes de octubre del presente año, llamado "Seminario sobre Didáctica de Food Design en Latinoamérica". Como autores de este seminario, pensamos que el curso propuesto para la UdelaR sería una extensión natural de la parte teórica del seminario, para poder poner en práctica en un ámbito idóneo, las conclusiones de seminario.

Por último, cabe mencionar que con respecto a crear vínculos con carreras existentes que trabajan con alimentos, ya hemos iniciado comunicación con Patricia Lema (directora de la carrera "Ingeniería de Alimentos" en la Facultad de Ingeniería de la UdelaR), quien se mostro muy dispuesta a colaborar con nuestro proyecto y metas.