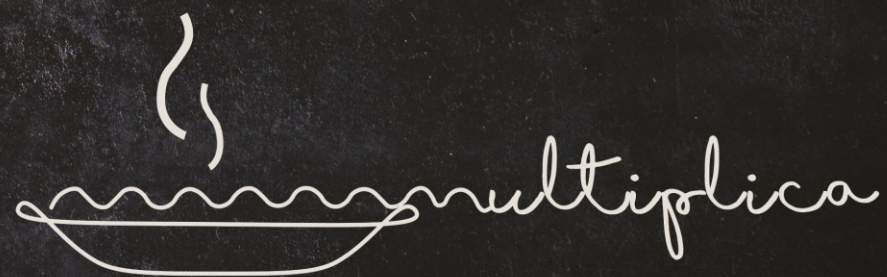




Trabalho de Conclusão de Curso
Autora: Ana Carolina Rocha Desidério
Orientador: Prof. Dr. Juliano Aparecido Pereira

multiplica

serviço colaborativo para refeições veganas em Uberlândia

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN
CURSO DE DESIGN
TCC

ANA CAROLINA ROCHA DESIDÉRIO
ORIENTADOR: PROF. DR. JULIANO APARECIDO PEREIRA

MULTIPLICA: UM SERVIÇO COLABORATIVO PARA REFEIÇÕES VEGANAS EM
UBERLÂNDIA-MG

Uberlândia
Dezembro, 2017

ANA CAROLINA ROCHA DESIDÉRIO

Multiplica: Um serviço colaborativo para refeições veganas em Uberlândia-MG

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC apresentado ao Curso de Design da Universidade Federal de Uberlândia.

Orientador: Prof. Dr. Juliano Aparecido Pereira

**Uberlândia
Dezembro, 2017**

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o atual quadro brasileiro de ascendência do mercado de alimentos vegetarianos e inseri-lo no igual contexto em que se encontra esse mercado na cidade de Uberlândia-MG. Assim, pretende-se criar um elo entre a demanda alimentar dos habitantes da cidade e a possibilidade de conectá-los através de uma plataforma virtual colaborativa chamada Multiplica. Para isso, será realizada uma revisão bibliográfica dos trabalhos existentes à respeito do veganismo e das suas relações com o meio ambiente, alimentação vegetariana, economia colaborativa (ou economia compartilhada) e do Design de Serviços como instrumento de resposta às inovações sociais. Por fim, será proposto um serviço de economia colaborativa específico para os habitantes da cidade que se interessam pela alimentação vegana e que podem se interessar em compartilhá-la com outras pessoas deste grupo.

Palavras-chave: Veganismo. Economia Colaborativa. Design de Serviços.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	OBJETIVOS	7
2.1	Objetivo geral	7
2.2	Objetivos específicos	7
3	METODOLOGIA DE PESQUISA	8
4	JUSTIFICATIVA	9
5	CONTEXTUALIZAÇÃO: O QUE É VEGANISMO?	10
5.1	Veganismo e Meio Ambiente	11
5.1.1	<i>Desmatamento</i>	11
5.1.2	<i>Impactos ocorridos na água doce</i>	13
5.1.3	<i>Pegada Ecológica e Desenvolvimento Sustentável</i>	15
5.2	Alimentação vegetariana no Brasil	20
6	ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR E AS NOVAS RELAÇÕES SOCIAIS	25
6.1	Considerações sobre o comer fora	25
6.2	Noções de comunidade e inovações sociais	26
6.3	A economia colaborativa na construção de outras formas de se alimentar	28
7	O DESIGN DE SERVIÇOS E O CO-DESIGN	31
8	PROPOSTA PROJETUAL PRELIMINAR	34
9	RESULTADOS DA PESQUISA	36

10	APRESENTAÇÃO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO PROJETUAL	37
11	ESTUDOS DE CASO	42
11.1	Formulação do Problema	42
11.2	Definição da unidade-caso	42
11.3	Determinação do número de casos	43
11.4	Coleta de dados	43
11.5	Análise dos dados	46
12	FASE PROJETUAL FINAL	49
13	PROTOTIPAGEM DO SERVIÇO	56
	REFERÊNCIAS	58
	ANEXO	64

1 INTRODUÇÃO

Num momento atual em que se presencia um infinito de publicações, reportagens e bate-bocas informais sobre o quão urgente se faz um repensar sobre os hábitos de consumo humanos, a economia colaborativa surge como importante alternativa para dar respostas e direções nesse sentido. Citado pela primeira vez, em 2008, pelo professor Lawrence Lessig, o termo "economia compartilhada" faz referência ao consumo colaborativo através de troca, aluguel e compartilhamento de bens e de serviços entre os usuários, não necessariamente estes tendo que se dispor de capital para adquirir aqueles (FERREIRA et al., 2016).

Ainda de acordo com Ferreira (2016), como exemplos de negócios populares que têm despontado a partir do mercado de compartilhamento de bens e de serviços, pode-se citar as plataformas Uber, Airbnb, Spotify e Netflix. Segundo economistas, o setor pode movimentar o equivalente a R\$1 trilhão nos próximos anos.

Especificamente no Brasil, segundo Stegun (2016), diversas pessoas já fazem uso de sistemas de compartilhamento, e pesquisas levantadas pela autora indicam que a economia compartilhada tem cada dia mais prosperado no país por meio de negócios criados, muitas vezes, pelos próprios brasileiros. O Unicaronas é um exemplo deles: o aplicativo une universitários que possuem automóveis aos que não os possuem no objetivo de compartilharem as viagens entre si. O impacto que esse tipo de comportamento gera é extremamente positivo, uma vez que, nesse caso, diminui o consumo de recursos naturais, a poluição atmosférica e auxilia no descongestionamento das vias asfaltadas das cidades.

Para se alcançar um bom funcionamento desse tipo de serviço de compartilhamento e estimular os usuários a continuarem utilizando os seus recursos e partilharem as experiências obtidas, o Design conta com algumas especialidades promissoras à este processo. É o caso do Design de Serviços, que correlaciona produção, serviço e interações entre provedor e usuário, entregando à ambos e à própria atividade satisfação e continuidade de sua missão (FREIRE, 2016, p. 4).

De acordo com Privitera (2016 p.94) o compartilhamento de comida se configura como uma prática em sintonia com a redução do consumo, conservação de recursos, prevenção de desperdício e a criação de novas formas de relações socioeconômicas. Dentro das inúmeras possibilidades de dietas alimentares, para este trabalho foi escolhida a alimentação vegana, por ser a que possibilita um menor impacto socioambiental.

Nesta dissertação, serão explorados temas como o veganismo, pegada ecológica, comportamentos alimentares fora do lar, a ascensão da economia colaborativa no Brasil e no mundo, as formas de compartilhamento de comida facilitadas pelas plataformas virtuais e outros, específicos da esfera do Design, como o co-design e o Design de Serviços e as suas ferramentas, bem como de que formas e por quais meios essa especialidade poderá conduzir ao desenvolvimento do projeto pretendido.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Desenvolver um serviço que viabilize o compartilhamento de refeições veganas entre possíveis usuários de Uberlândia-MG, encorajando, assim, novos modelos de interações sociais e a promoção do veganismo na cidade.

2.2 Objetivos Específicos

- Definir e caracterizar o veganismo e os benefícios para o meio ambiente e para a saúde humana.
- Apresentar o termo "pegada ecológica" e as suas caracterizações.
- Explorar o tema da alimentação compartilhada.
- Definir o que é o Design de Serviços.
- Discutir aspectos da economia colaborativa e das inovações sociais.
- Projetar um serviço para o compartilhamento de refeições veganas em Uberlândia com base nos preceitos do Design de Serviços.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

De acordo com Gil (2008, p. 19), as ações desenvolvidas ao longo de um projeto de pesquisa devem ser cuidadosamente planejadas para que o pesquisador consiga delinear um percurso correspondente ao que se deseja projetar. Segundo a classificação proposta pelo autor, o presente trabalho pode ser caracterizado como uma pesquisa exploratória qualitativa, percorrendo as etapas:

- a) Levantamento bibliográfico dos assuntos abordados (veganismo e sustentabilidade, alimentação compartilhada, Economia Colaborativa, Design de Serviços e inovação social);
- b) Entrevistas com os veganos e vegetarianos de Uberlândia à respeito de suas vivências com a alimentação vegana, principalmente quando feitas fora de casa; e as suas considerações sobre a alimentação compartilhada facilitada por plataformas virtuais;
- c) Levantamento e análise de estudos de caso que incentivem a compreensão do tema da alimentação compartilhada e auxiliem no direcionamento projetual deste trabalho.

4 JUSTIFICATIVA

A importância deste trabalho se justifica tanto pela promoção do veganismo e de seus impactos positivos sobre o bem estar animal, do meio ambiente e da saúde humana; quanto pela oportunidade de estabelecer novos diálogos entre consumidores, provedores e serviços dentro de uma economia colaborativa.

Os assuntos aqui abordados foram escolhidos em razão de interesses pessoais sobre o veganismo, assim como por acreditar no potencial das interações humanas, principalmente no que diz respeito a se apoiarem e se fortalecerem em torno de um bem comum.

5 CONTEXTUALIZAÇÃO: O QUE É O VEGANISMO?

De acordo com a The Vegan Society, fundada em 1944, no Reino Unido, e primeira instituição do mundo a definir o termo, em 1949, o veganismo pode ser definido como:

[...] uma filosofia e estilo de vida que busca excluir – o quanto for possível e praticável – todas as formas de exploração e de crueldade contra os animais na alimentação, vestuário ou qualquer outro propósito; logo, promove o desenvolvimento e uso de alternativas livres de recursos animais para o benefício dos seres humanos, dos animais e do meio ambiente. Em termos de dieta alimentar, denota na prática de dispensar todos os produtos derivados inteiro ou parcialmente de animais. (THE VEGAN SOCIETY, [s.d.], tradução nossa).

No que tange os produtos e atividades que ainda hoje culminam na exploração animal, podemos citar a alimentação, o vestuário, o entretenimento, o trabalho animal, a experimentação animal em laboratórios, a caça e a pesca, o comércio de animais (domésticos, silvestres ou exóticos), a utilização de animais em rituais religiosos, entre outros (SOCIEDADE VEGANA, 2010).

A Sociedade Vegana brasileira define o veganismo da seguinte forma:

O veganismo é uma filosofia, uma concepção ética e um modo de vida, pautados sobre o fundamento dos direitos animais, ou seja, o reconhecimento de que os animais, sendo seres sencientes, devem ser incluídos em nossa comunidade moral e ter seus interesses respeitados. (SOCIEDADE VEGANA, 2010).

Sob a perspectiva do veganismo, todos os animais, assim como os seres humanos, possuem interesses inerentes à seus modos de vida naturais, e esses interesses devem ser assegurados de forma a respeitar as suas individualidades, bem como a sobrevivência e manutenção de cada uma de suas espécies. Assim, entende-se que, apenas com o fim de sua apropriação e exploração pelos seres humanos, os animais poderão ter tais direitos resguardados (SOCIEDADE VEGANA, 2010).

5.1 Veganismo e Meio Ambiente

Além de toda uma questão ética e moral que envolve a exploração e o sofrimento animal num recorte básico e suficientemente justificável por si só, a criação de animais para satisfazer as vontades alimentares humanas acarreta em imensuráveis impactos nos recursos ambientais. Dentre eles, pode-se citar o comprometimento dos ecossistemas e biodiversidades planetárias; contaminação dos solos, águas e ar atmosférico; desperdício de energia; mal uso dos solos, que poderiam ser melhores aproveitados para alimentar mais em quantidade e qualidade os seres humanos; entre outros, que derivam direta ou indiretamente destes fatores (DUARTE, 2008).

O setor de produção animal não é o único responsável pelos desastrosos problemas ambientais enfrentados pelo planeta Terra. No entanto, a Organização das Nações Unidas (ONU) considera-o como um dos dois ou três maiores responsáveis por eles, de uma escala local à global. Dessa forma, entende-se que um dos mais eficientes meios de se contribuir em favor de um meio ambiente mais saudável e abundante é adotando-se um estilo de vida vegetariano (SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA, [s.d.]).

5.1.1 Desmatamento

É sabido que uma enorme porção das terras desmatadas globalmente está ligada à criação de animais e de produção de grãos utilizados, principalmente, para a alimentação destes animais, e não para a alimentação direta da população humana (SOCIEDADE VEGETARIANA, 2014, p. 5 apud DUARTE, 2008, p. 46). De acordo com um relatório denominado "O estado das florestas no mundo", divulgado em julho de 2016 pela FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura), no

período de 1990 à 2005 um total de mais de 80% do desmatamento das florestas brasileiras aconteceu devido à conversão de terras em terrenos de pastoreio (FAO, 2016).

O relatório da FAO elucidou, ainda, que a agricultura comercial é a principal responsável pelo desmatamento na América Latina. Na Amazônia, em particular, o aumento das áreas de pastagens para a pecuária extensiva, o plantio de soja e as plantações para óleo de palma constituem os fatores de maior demanda desta degradante atividade humana (FAO, 2016).

A existência e manutenção das florestas e das matas ciliares são de extrema importância para que exista disponibilidade e qualidade dos recursos hídricos, além de resguardarem a vida e a biodiversidade local (BICUDO et al., 2010). Segundo pesquisas realizadas pela Universidade Federal de Goiás, o Rio Araguaia, principal curso d'água do Cerrado (segundo maior bioma brasileiro), já em 2008, em decorrência dos desmatamentos induzidos em sua maioria pelas atividades agropecuárias, apresentava restante apenas 27% da vegetação de sua bacia e, segundo análises desta mesma Universidade, tais alterações no sistema hidrológico do Araguaia

[...] representam hoje o exemplo mais expressivo de resposta geomorfológica em curto prazo ao desflorestamento em um grande sistema fluvial prístino, o que quer dizer que não há paralelo no planeta em termos de alterações ambientais tão drásticas e rápidas em um rio de grande porte. (ALMANAQUE BRASIL SOCIOAMBIENTAL, 2007).

À respeito do desmatamento e implantação da atividade agrícola na Amazônia, Ferreira, Venticinque e Almeida (2005) descrevem o ciclo caracterizado por essas atividades:

O processo de desmatamento normalmente começa com a abertura oficial ou clandestina de estradas que permitem a expansão humana e a ocupação irregular de terras à exploração predatória de madeiras nobres. Posteriormente, converte-se a floresta explorada em agricultura familiar e pastagens para a criação extensiva de gado, especialmente em grandes propriedades, sendo este fator responsável por cerca de 80% das florestas desmatadas na Amazônia legal. Mais recentemente, as pastagens estão dando lugar à agricultura mecanizada, principalmente àquela ligada às culturas de soja e algodão. (FERREIRA; VENTICINQUE; ALMEIDA, 2005).

Como comentado anteriormente, e reforçado por Lapola et al. (2014), apesar de não podermos atribuir toda a questão do desmatamento das florestas brasileiras à agropecuária, é irrefutável a relação entre os dois. E este fato se torna especialmente evidente em observação realizada em 1990, "quando picos de área de colheita e de rebanho bovino coincidiram com picos nas taxas de desmatamento" (LAPOLA et al., 2014)

5.1.2 Impactos ocorridos na água doce

De acordo com Bicudo et al. (2010), dois terços da superfície do planeta Terra são constituídos de água. No entanto, deve-se considerar que apenas 2,6% deste total são de água doce e que, destes 2,6%, uma ínfima fração de aproximadamente 0,3% encontra-se disponível como água superficial. Os outros cerca de 99,7% encontram-se indisponíveis por essas águas estarem congeladas ou porque elas integram os aquíferos. Faz-se importante, ainda, salientar que existe uma justificável preocupação com essa disponibilidade hídrica no que diz respeito à sua qualidade, uma vez que a forma como ela é e tem sido gerida ao longo dos tempos dificulta em como podemos continuar a aproveitá-la (BICUDO et al., 2010).

Ainda segundo os estudos de Bicudo et al. (2010), cerca de 12% das reservas de água doce disponíveis em todo o mundo estão retidas em território brasileiro, concentrando apenas a Bacia Amazônica 70% desse volume. Todavia, esclarece o autor, esse precioso recurso natural presente em abundância e privilégio em nossas terras apresenta graves problemas de diagnóstico, avaliação estratégica e de gestão, necessitando de claros avanços nesses aspectos¹.

¹ O Brasil utiliza aproximadamente 56% de todo o seu estoque de água doce em atividades agropecuárias (INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL. Op. cit, p. 298). À respeito do volume médio de água doce consumido para matar a sede de cada animal, o relatório UNESCO para o Fórum Mundial da Água, de 2004, revelou os seguintes números: Galinha = 0,1 litro por dia / Peru = 0,2 litro por dia / Bode = 8 litros por dia / Porco = 15 litros por dia / Boi = 35 litros por dia / Vaca leiteira = 40 litros por dia. Segundo o autor, os números deste relatório devem ser levados à grandeza de bilhões, tendo em vista a imensa quantidade de animais criados para a alimentação humana (SVB, 2014, p. 6 apud DUARTE, 2008, p. 46). Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), atualmente, no Brasil, já existe mais gado que pessoas, somando um número de cerca de 215,2 milhões de cabeças só desses animais (REBANHO..., 2016).

Segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (s.d.), o despejo de dejetos animais nos solos e águas favorece nesses ambientes uma hipercontaminação por coliformes fecais, vetores de doenças (como a salmonela e a hepatite), hormônios e antibióticos. Após despejado, esse material infiltra-se nas águas da superfície e do subsolo, poluindo e contaminando lençóis freáticos, rios e mares e comprometendo a vida aquática e humana. Ainda e não menos preocupante é o consumo de água doce durante o processo de abate dos animais².

De acordo com Pacheco e Yamanaka (2006), o abate de um único suíno requer a utilização de até 1.200 litros d'água, enquanto que o de um bovino pode exigir até 2.500 litros. A partir destes dados, Duarte (2008) nos traz a seguinte exemplificação de um cálculo básico dos recursos gastos, para melhor noção:

Se multiplicarmos essa quantidade de água pelo número de animais abatidos diariamente, que no caso dos suínos gira em torno de 74 mil e dos bovinos de aproximadamente 84 mil cabeças, calculadas com base em dados do IBGE, concluiremos que são gastos cerca de 89 e 210 milhões de litros de água por dia, respectivamente, no abate desses animais. Admitindo-se que o consumo médio de água domiciliar por pessoa é de 161 litros por dia (dados da SABESP), a quantidade diária de água gasta como o abate de bovinos, suínos e aves – aproximadamente 443 milhões de litros – é equivalente ao consumo diário de uma população de 2.750.000 de pessoas. (p. 48)

Não restam dúvidas de que a produção de carne e de demais produtos derivados de animais exigem um consumo extraordinário da água doce e dos inúmeros outros recursos naturais de nosso planeta, e que providências à esse respeito carecem de ser tomadas. Como nas palavras de Nalini:

² A Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb) informa que os abatedouros paulistas utilizam, em média, 12 litros de água para processar a carcaça de um frango e 2.500 litros para a de um bovino. Enquanto isso, a Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp) afirma que o consumo de 120 litros por habitante é mais do que suficiente para todas as suas necessidades diárias (SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA, 2014). Segundo Pacheco (2006), padrões de higiene em áreas críticas dos frigoríficos, definidos pelas autoridades sanitárias, resultam num enorme uso de água, sendo os principais para: limpeza de pisos, paredes, equipamentos e bancadas; limpeza e esterilização de facas e equipamentos; operações de industrialização da carne, como eventuais descongelamento e lavagem da carne, cozimento, pasteurização, esterilização e resfriamento; transporte de subprodutos e resíduos; geração de vapor; resfriamento de compressores e condensadores.

Não tem sido suficiente a 'simpatia à causa', nem a preocupação desacompanhada de atitudes práticas. A ação destrutiva vem resistindo às críticas e consegue multiplicar os seus focos de resistência. [...] É preciso ter consciência da escalada do impacto humano sobre a natureza, para se imbuir de coragem de dizer "basta". (NALINI, 2001, p. XXXII-XXXIII apud DUARTE, 2008, p. 39).

5.1.3 Pegada Ecológica e Desenvolvimento Sustentável

Uma vez apresentados alguns dos muitos prejuízos ambientais relacionados com a produção de animais para o consumo humano, faz-se necessário apresentar o termo "pegada ecológica" para sustentar a importância do veganismo em matéria de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável.

De acordo com Kazazian (2005, p. 186), a pegada ecológica, desenvolvida em 1994 pelos pesquisadores americanos William Rees e Mathis Wackernagel, é "uma medida da pressão que o homem exerce sobre a natureza. É uma ferramenta que avalia a superfície produtiva necessária a uma população para responder a seu consumo de recursos e a suas necessidades de absorção."

A Cartilha Ilustrada sobre Sustentabilidade produzida pela equipe de Comunicação Institucional da Rede CLIMA/MCTI, do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), descreve a pegada ecológica como um recurso utilizado como indicador de sustentabilidade ambiental e traduz, em hectares (ha)³, a extensão territorial utilizada, em média, por uma pessoa ou por toda uma sociedade para sustentar os seus modos de vida. É a marca que deixamos no planeta segundo a maneira como utilizamos os seus recursos - quanto maior a pegada, maior o impacto causado (SCARPA, 2012).

³ 1 ha = 10.000m².

Segundo a organização não governamental WWF-Brasil (Fundo Mundial para a Natureza brasileiro [2013]), para calcular as pegadas ecológicas, foi necessário estudar os vários tipos de territórios produtivos (agrícola, pastagens, oceanos, florestas, áreas construídas) e as mais variadas formas de consumo (alimentação, habitação, energia, bens e serviços, transporte e outros), além das tecnologias utilizadas, os tamanhos das populações e outros dados. No entanto, o portal da organização explica que é possível mapear apenas a utilização direta dos recursos naturais. Os recursos indiretos oferecidos pela natureza, como os serviços de ecossistemas ou os valores de opção de usos futuros dos recursos naturais, não são possíveis de serem mapeados.

Para o WWF-Brasil (2013), a pegada ecológica é, acima de tudo:

Uma ferramenta de leitura e interpretação da realidade, pela qual poderemos enxergar, ao mesmo tempo, problemas conhecidos, como desigualdade e injustiça, e, ainda, a construção de novos caminhos para solucioná-los, por meio de uma distribuição mais equilibrada dos recursos naturais, que se inicia também pelas atitudes de cada indivíduo. (WWF-Brasil, 2013).

A pegada ecológica brasileira, de acordo com o WWF-Brasil (s.d.) corresponde à 2,9 hectares globais por habitante, o que significa que ela está num índice bem próximo, mas ainda mais elevado que a média mundial da pegada ecológica por habitante, a qual equivale à 2,7 hectares globais. Segundo a organização, os componentes da pegada são os seguintes:

- **Carbono:** representa a extensão de áreas florestais que consegue sequestrar emissões de CO₂ derivadas da queima de combustíveis fósseis.
- **Áreas de cultivo:** representa a extensão de áreas de cultivo utilizadas para a produção de alimentos para o consumo humano e para a produção de oleaginosas, borracha e ração para o gado.
- **Pastagens:** representa a extensão de áreas de pastagem usadas para a criação de gado de corte e leiteiro e também para a produção de couro e produtos de lã.

- **Florestas:** representa a extensão de áreas florestais necessárias para o fornecimento de produtos madeireiros, celulose e lenha.
- **Áreas construídas:** representa a extensão de áreas cobertas por infraestrutura humana. Inclui transportes, habitação, estruturas industriais e reservatórios para a geração de energia elétrica.
- **Estoques pesqueiros:** estimativa de produção primária necessária para sustentar os peixes e mariscos capturados em água doce e em água salgada.

Ou seja, dos seis componentes da pegada ecológica que o WWF-Brasil sinaliza serem considerados, quatro (carbono, áreas de cultivo, pastagens e estoques pesqueiros) têm pelo menos alguma ligação direta com a criação de animais para o consumo humano. Os outros componentes mencionados (áreas de cultivo, pastagens e estoques pesqueiros), já numa primeira leitura de suas caracterizações, nos deixa clara a íntima relação que possuem com a criação de animais para o consumo humano.

Segundo matéria publicada no site Globo Ecologia, em 2012, o consumo de carne bovina no Brasil corresponde ao dobro da média mundial e é um dos principais agravantes da pegada ecológica do país. De acordo com a publicação, foi por esta razão que a cidade de Campo Grande (MS), primeira capital brasileira a realizar o cálculo da pegada ecológica, obteve o resultado de 3,14 hectares globais por habitante, número superior à média brasileira e à média mundial (ALIMENTAÇÃO..., 2012).

O fator animal na pegada que deixamos no planeta é tão significativo que, nos sites e cartilhas que possibilitam o cálculo da pegada ecológica de um indivíduo, como o <<http://pegadaecologica.org.br>>, as primeiras perguntas apresentadas são diretamente relacionadas com os tipos de alimentos que consumimos no nosso dia a dia, como apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Questionário pegadaecologica.org

Alimentação

COMO É SUA DIETA?

VEGANA Minha alimentação diária é totalmente composta por vegetais. Não como nada de origem animal. ☐

VEGETARIANA Não como carnes nem peixes, mas consumo produtos de origem animal, como ovos, leite e derivados. ☐

ONIVORA Costumo comer vegetais e carnes, variando entre frango, peixe, porco e vaca. ☐

PREDILEÇÃO POR CARNE VERMELHA Costumo comer vegetais e carnes, variando entre frango, peixe, porco e vaca. ☐

Fonte: <<http://pegadaecologica.org.br/2015/pegada.php>>. Acesso em: jun. 2017

Nesse site, após realizar o cálculo de sua pegada ecológica, caso um indivíduo tenha marcado na aba "alimentação" do questionário a opção "vegana", aparecerá na página do resultado que ele obteve a mensagem (Figura 2).

Figura 2 – Resultado Pegada Ecológica



Fonte: <<http://www.pegadaecologica.org.br/2015/pegada.php>>. Acesso em: jun. 2017.

5.2 Alimentação vegetariana no Brasil

A alimentação pode ser caracterizada como uma necessidade fisiológica básica, um direito humano (SOUZA; HARDT, 2002) e um conjunto de hábitos e substâncias de que o homem toma partido para manter as suas funções vitais e se relacionar socioculturalmente no ambiente em que se fixa. De acordo com Arruda (1981):

[...] hábitos alimentares são as formas como os indivíduos ou grupos selecionam, consomem e utilizam os alimentos disponíveis, incluindo os sistemas de produção, armazenamento, elaboração e consumo de alimentos. (ARRUDA, 1981 apud SOUZA e HARDT, 2002).

Antes de tudo, para evitar confusões entre os tipos existentes de alimentação vegetariana, cabe aqui discriminá-las conforme as suas especificidades. De acordo com o Portal Vista-se (2012), existem, comumente, 4 grupos distintos de vegetarianos:

- Os ovolactovegetarianos: é o grupo de vegetarianos mais comum de se encontrar. Estes, não consomem nenhum tipo de carne, mas consomem ovos e laticínios.
- Os lactovegetarianos: não consomem nenhum tipo de carne nem ovos, mas consomem laticínios.
- Os vegetarianos estritos: não consomem nenhum tipo de carne, laticínios, ovos ou mel em sua alimentação. Em termos de alimentação, não consomem nenhum produto de origem animal.
- Os veganos: não consomem nada de origem animal em sua alimentação nem em nenhuma outra área de suas vidas. É o grupo que acredita que somente dessa forma alguém pode ser considerado vegetariano.

O portal Vista-se (2012), disponibiliza um quadro ilustrativo a respeito da relação desses quatro grupos com os seus respectivos hábitos alimentares, como pode ser visto na Figura 3.

Figura 3 – Diferenças entre os grupos de vegetarianos

DIFERENÇAS ENTRE OS GRUPOS DE VEGETARIANOS	OVOLACTOVEGETARIANOS	LACTOVEGETARIANOS	VEGETARIANOS ESTRITOS	VEGANOS
NÃO CONSOMEM CARNE NEM PEIXE, FRANGO, CRUSTÁCEOS ETC.	●	●	●	●
NÃO CONSOMEM OVOS NEM PRODUTOS COM OVOS E DERIVADOS.		●	●	●
NÃO CONSOMEM LATICÍNIOS LEITE, QUEIJOS, IOGURTES ETC.			●	●
NÃO CONSOMEM NADA DE ORIGEM ANIMAL NA ALIMENTAÇÃO			●	●
NÃO CONSOMEM NADA DE ORIGEM ANIMAL ALIMENTAÇÃO, VESTUÁRIO, BELEZA, ENTRETENIMENTO, ETC.				●

WWW.VISTA-SE.COM.BR 

Fonte: <<https://www.vista-se.com.br/>>. Acesso em: jun. 2017.

No Brasil, o número de vegetarianos tem crescido exponencialmente ao longo dos anos. O advento da internet se configura como um grande disseminador e potencializador do vegetarianismo nas populações de todo o mundo, inclusive na brasileira.

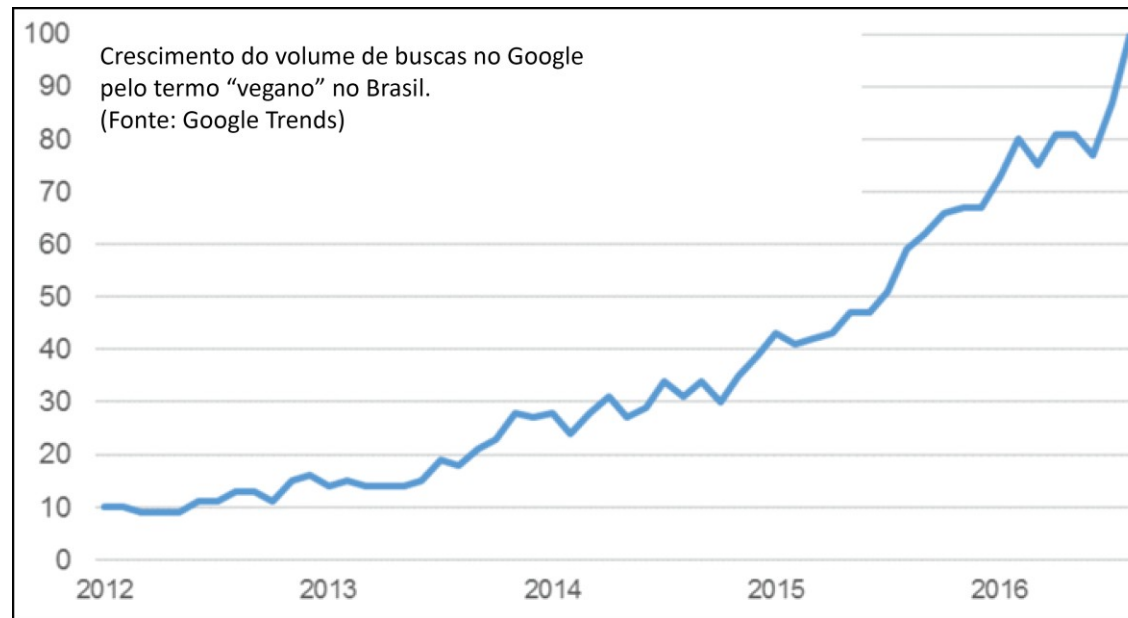
Segundo pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), o Brasil apresenta uma população de 8% de vegetarianos, o que corresponde a aproximadamente 15 milhões de pessoas (DIA..., 2012).

De acordo com os dados do Target Group Index (estudo sobre comportamento e consumo de produtos, serviços, mídia, estilo de vida e características sociodemográficas), do IBOPE Media, a porcentagem de vegetarianos homens e mulheres é a mesma (8%), alterando-se de acordo com a idade: pessoas de 65 a 75 anos correspondem a 10% do público total. Entre os jovens de 20 a 24 anos e entre os adultos de 35 a 44 anos, o percentual é de 7%.

O IBOPE (DIA..., 2012) assume que, no Brasil, existe uma variação da concentração de vegetarianos, também, conforme a cidade e o Estado. Fortaleza (CE) é a capital que soma um maior percentual deste público (14%), seguida por Curitiba (PR) e seus 11% de habitantes adeptos ao vegetarianismo. Brasília (DF), Recife (PE), e o Rio de Janeiro (RJ) contabilizam 10% da população vegetariana, cada. Em Belo Horizonte (MG), 9% da população se diz vegetariana, já São Paulo (SP) aparece abaixo da média nacional, com 7% de sua população vegetariana. Por último está Porto Alegre (RS), com 6% de vegetarianos.

A Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) relata que não existem pesquisas sobre o número de veganos do país, mas que, se aplicados os mesmos índices de países que possuem esse censo, poderia se inferir um número de cerca de 5 milhões de brasileiros considerados veganos. Segundo a SVB, esse número está em constante crescimento. No Brasil, o crescimento do volume de buscas no site de pesquisas Google pelo termo "vegano" apresentou-se maior que 1000% no ano de 2016 (Figura 4).

Figura 4 – Gráfico do crescimento do volume de buscas pelo termo “vegano” no Brasil



Fonte: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/mercado-vegetariano>>. Acesso em: mai. 2017.

Os dados extraídos do Google Trends mostram um crescimento anual nas buscas pelo termo "vegano" que gira entre 150% e 250%, evidenciando um rápido e crescente aumento do interesse do consumidor brasileiro, que provavelmente continuará a influenciar no comportamento do mercado da alimentação vegana no país. A SVB justifica a probabilidade ao comparar o cenário com o de outros países:

"O crescimento do mercado brasileiro reflete tendências mundiais: no Reino Unido, houve crescimento de 360% no número de veganos no país na última década (2005-2015). Nos Estados Unidos, o número de veganos dobrou em 6 anos (2009-2015) (...) na Europa, 14% de todos os novos produtos lançados em 2015 são vegetarianos ou veganos. De 2013 a 2015, o lançamento de novos produtos veganos cresceu 150% no continente." (SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA, [s.d.]).

6 A ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR E AS NOVAS RELAÇÕES SOCIAIS

6.1 Considerações sobre o comer fora

O brasileiro vem mudando a sua forma de se alimentar desde a Revolução Industrial, quando os alimentos que antes eram produzidos artesanalmente, a partir de ingredientes regionais providos pela natureza, passaram a ser fabricados por poderosas fábricas com seus novos métodos de produção rápida e processada (MEZOMO, 2002). Historicamente associados, a industrialização e a urbanização, segundo Garcia (2003), são fatores de extrema influência na modificação dos hábitos alimentares e do estilo de vida da população mundial.

Souza e Hardt (2002) observaram algumas características no comportamento alimentar do consumidor brasileiro: ele tem se alimentado cada vez mais fora de casa e preferido a compra de produtos alimentícios industrializados em supermercados. A justificativa para tal, segundo Souza e Hardt (2002), advém do estilo de vida contemporâneo do brasileiro, caracterizado pela rapidez e praticidade.

Araujo e Setubal (2012) apresentam que a transferência das tarefas domésticas relacionadas à alimentação para a indústria tem acontecido em decorrência de alguns fatores. Dentre eles, o maior comprometimento com atividades que proporcionam o desenvolvimento do salário, da (importante e necessária) evolução do papel das mulheres na sociedade, e da transição de sistemas de produção intensamente diversificados para os de monocultura integrados à indústria de escala internacional.

À este respeito França et al. (2012) destacam:

Na contemporaneidade, a alimentação é caracterizada pelo estilo de vida moderno, marcada pela escassez de tempo para preparo e consumo de alimentos, o que leva à emergência de alimentos do tipo *fast food*, que emprega técnicas de conservação e preparo, agregando tempo e trabalho. (FRANÇA et al., 2012)

Um trabalho publicado pelo IBGE no ano de 2011, a "Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil", realizada naqueles anos, evidenciou que, diariamente, uma taxa de 40% das pessoas do país comem fora de casa (IBGE, 2011). Sobre essa tendência, Garcia (2003) afirma que a indústria e o comércio apresentam alternativas que se adaptam a essas novas condições, e oferecem novas modalidades de comer, contribuindo com mudanças consideráveis no consumo alimentar.

A economia colaborativa, estimulada por ferramentas de informação como a internet, tem fornecido alternativas para a alimentação fora de casa, que pode acontecer de formas mais sustentáveis e conscientes, como é o caso do compartilhamento de comida. De acordo com Privitera (2016, p. 93), o ato de compartilhar melhora a eficiência dos recursos utilizados e aumenta a segurança por prever uma reciprocidade nas tarefas.

6.2 Noções de comunidade e inovações sociais

De acordo com Buber (1987 apud LANGENBACH, 2008, p. 6), os modos de vida e as relações sociais dos indivíduos têm passado por bruscas transformações desde o pós-Revolução Industrial. Segundo o filósofo, a comunidade se tornou sociedade e, com essa mudança, as relações interpessoais e as relações entre indivíduo e coletividade tomaram e continuam tomando um caráter de distanciamento.

À respeito do pensamento de Buber, Langenbach (2008) define:

[...] a comunidade é a união entre pessoas, a partir da liberdade, do respeito e da imprevisibilidade, que têm uma vivência e interação em comum, seja por questões de proximidade, ideologia, espiritualidade, do trabalho etc. Na comunidade as relações sociais são vivas e diretas, apresentam uma solidariedade e um valor pelo coletivo que fundamenta o próprio sentido da vida. (p. 7).

E que a sociedade, em contrapartida, constituída e caracterizada por relações nem sempre diretas e muitas vezes isoladas entre os seus componentes, aumenta a distância entre o indivíduo e a coletividade, uma vez que advém de um pensamento isolado da totalidade.

De toda forma, Langenbach (2008, p. 10) comenta através de Lemos (2002) que as novas relações sociais vêm incorporando cada vez mais as tecnologias de informação, favorecendo, assim, as comunicações interpessoais. Essas tecnologias possibilitam a formação de comunidades globais, unindo pessoas de diversas localidades em torno de interesses em comum. Elas podem, inclusive, resgatar o estabelecimento de laços sociais e transformar-se em "ferramentas conviviais e comunitárias" (SANTAELLA, 2003; LEMOS, 2002 apud LANGENBACH, 2008, p.11 e 12).

Para Manzini (2008, p. 61), a transição dos modelos tradicionais rumo à modos de vida sustentáveis, acontecerá apenas com o suporte de um processo de aprendizagem social. De acordo com o autor, "uma série de iniciativas locais [...] serão cada vez mais capazes de romper padrões e nos guiar rumo a novos comportamentos e modos de pensar". É o que preconizam, também, as inovações sociais.

Inovações sociais correspondem à "mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades (LAUNDRY, 2006; EMUDE, 2006 apud MANZINI, 2008, p. 62). Essas inovações podem ser observadas no design de atividades colaborativas, derivadas da chamada economia colaborativa, que tanto vem se fazendo necessária na contemporaneidade por seus vieses cooperativista e sustentável.

6.3 A economia colaborativa na construção de outras formas de se alimentar

Na literatura, a definição de quais atividades de consumo e produção compõem a economia colaborativa é bastante difusa e existem alguns termos para se referir a essa nova modalidade de consumo. Alguns autores (BOSTMAN; ROGERS, 2010) denominam o conceito como *consumo colaborativo*, outros (BELK, 2014) como *Access-based consumption*, traduzido literalmente como “consumo baseado no acesso (e não na propriedade do bem)”, Gansky (2011) se refere a *the mesh* ou “rede”, e Schor (2014) chama de *consumo conectado*.

Os termos mais difundidos são “Economia Colaborativa” e “Economia Compartilhada”. Alves e Barbosa (2010) ressaltam que Barros (1994), relaciona algumas diferenças entre “compartilhar” e “colaborar”. Ele afirma que:

O compartilhamento é um conceito associado a dividir e distribuir com outros, enquanto colaboração é um trabalho de co-realização. Sob essa visão, percebe-se que tanto o compartilhamento [...] como a colaboração são, na verdade, posturas assumidas [...] que favoreçam os interesses de cada indivíduo (BARROS, 1994 apud ALVES, BARBOSA, 2010).

Segundo Gerosa et al. (2006 apud ALVES; BARBOSA, 2010), colaboração diz respeito a trabalhar em grupo, em prol de um mesmo objetivo, promovendo produtividade. Por sua vez, as atividades realizadas pelos participantes apresentam muitas vezes interdependências, sendo os objetivos comuns compartilhados entre eles. Neste trabalho serão utilizados ambos os termos, pois ele abrange ora o compartilhamento de refeições e de atividades, ora a colaboração entre os envolvidos nas tarefas a serem executadas.

A economia colaborativa se configura numa alternativa para satisfazer às necessidades diversas de seus usuários. A partir dela, os consumidores passam a acessar produtos e experiências de maneira temporária, ao invés de adquiri-los permanentemente (BARDHI, ECKHARDT, 2012 apud FERREIRA et al., 2016). Segundo o autor, com a emergência de

plataformas tecnológicas que possibilitam interações entre os seus usuários, novos mercados de consumo colaborativo vêm surgindo ao longo dos anos, provocando significativas mudanças nos padrões de consumo da sociedade.

Essa priorização do compartilhamento de bens e de serviços caminha na contramão dos princípios do capitalismo de acumulação de bens (CEROY, 2015 apud FERREIRA et al., 2016). Em oposição à esse sistema, a economia colaborativa presume que nem sempre as trocas de bens, serviços e experiências sejam feitas de forma financeira, mas que os ganhos sejam sempre mútuos, independente da forma como elas venham a ser negociadas.

Segundo o site brasileiro Consumo Colaborativo,

A ideia existente por trás do consumo colaborativo vai ao encontro das principais questões e tendências deste início de século XXI: novas configurações sociais decorrentes do advento da internet e do relacionamento em rede; preocupação com o meio ambiente; valorização de hábitos mais sustentáveis; e recentes crises econômicas de impacto global. (CONSUMO COLABORATIVO, [s.d.]).

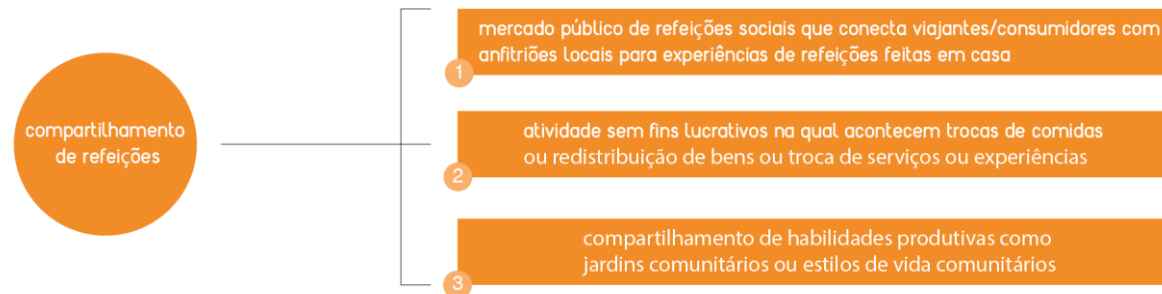
A alimentação constitui-se em matéria bastante relevante nos âmbitos do consumo sustentável devido à crescente evidência do impacto do sistema de alimentação predominante sobre o meio ambiente, comunidades locais e justiça social (OECD, 2001 apud Privitera, 2016, p. 93). Apesar disso, a autora define que ainda são muito poucos os estudos encontrados na literatura sobre alternativas de alimentação dentro de uma economia colaborativa e que mais deles são necessários para se estabelecer metodologias e critérios de análise ideais.

De acordo com Privitera (2016) o compartilhamento de comida se configura como uma prática em sintonia com a redução do consumo, conservação de recursos, prevenção de desperdício e a criação de novas formas de relações socioeconômicas. A autora afirma que:

O desenvolvimento de cenários que ilustrem diferentes graus de mudanças organizacionais, tecnológicas e sociais para uma alimentação mais sustentável inclui o ato de se alimentar em comunidade e contém mais elementos sociais e comunitários, abrangendo dimensões éticas e morais pronunciadas (como conscientização e atividades de bases colaborativas). Primeiramente, esse desenvolvimento de cenários é distinguido por "estilos de vida lentos" com baixas mudanças tecnológicas, altas mudanças de estilo de vida e médias mudanças organizacionais. (p. 94).

Segundo Privitera (2016, p. 94), os impactos das plataformas online são estabelecidos pela orientação de mercado (com ou sem fins lucrativos) e por sua estrutura de mercado (pessoa-para-pessoa ou empresa-para-pessoa), determinantes que definem, também, as lógicas de permuta e o seu potencial de impactar os negócios tradicionais. Um esquema ilustrando as principais formas de compartilhamento de comida foi adaptado pela autora segundo estudos de Davies e Doyle (2015).

Figura 5 – Formas de iniciativas de compartilhamento de comida



Fonte: Elaborado pela autora, com base em Davies e Doyle (2015) apud Privitera (2016).

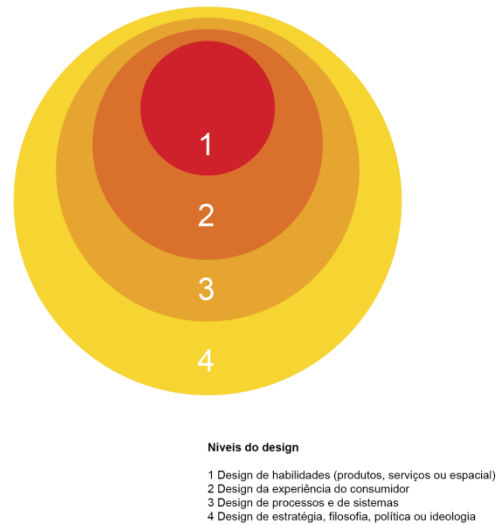
Para o desenvolvimento projetual deste trabalho serão consideradas as formas de compartilhamento de comida dos quadros 2 e 3, que constituem os objetos de estudo aqui presentes e a essência da solução pretendida.

7 O DESIGN DE SERVIÇOS E O CO-DESIGN

De acordo com Goedkoop et al. (1999, p. 17), um serviço é uma atividade humana ou automatizada intangível que não implica em posse. Ao contrário do que acontece com produtos, os serviços acontecem continuamente e atravessam pontos de contatos diversos, entregando diferentes experiências em cada uma de suas situações (MORITZ, 2005, p. 31).

Na contemporaneidade, percebe-se que o Design, antes concentrado predominantemente nos produtos, interiores, etc, tem mudado o seu foco para outras habilidades como atender à experiência dos consumidores com os produtos, os espaços, os serviços e todo o sistema existente por trás dessas experiências. Além disso, o Design atua, também, nos cenários da política, do desenvolvimento de estratégias e da filosofia. No desenvolvimento de projetos, o Design vai sendo envolvido por todos os níveis do processo, do mais abrangente ao mais pontual.

Figura 6 – Design: níveis do processo



Fonte: MORITZ, 2005, p. 33. Adaptado pela autora.

Existe uma abordagem alternativa do Design que tem se mostrado cada vez mais interessada na participação do usuário em seus processos, e até mesmo com a colaboração de pessoas não designers para abranger o máximo possível de perspectivas. Essa forma colaborativa de projetar é chamada de Co-design: nela, o usuário, as suas experiências, necessidades e propostas constituem os fatores centrais para o desenvolvimento de um projeto de design (MORITZ, 2005, p. 35). Uma das especialidades

do Design que se ocupa em atuar neste contexto é o Design de Serviços, e é ele o instrumento principal para o desenvolvimento deste trabalho.

O Design de Serviços é um campo multidisciplinar holístico e integrativo que auxilia na inovação e melhora da usabilidade dos serviços, tornando-os atrativos e efetivos tanto para o usuário quanto para as empresas e organizações. Compete à ele desenhar experiências, processos e sistemas complexos e interativos através de métodos e ferramentas especiais à sua categoria (MORITZ, 2005).

Os serviços colaborativos, por sua vez, como no caso do projeto que esta dissertação abarca, preconizam essa aproximação e correlação entre usuário e serviço (MANZINI, 2007 apud FREIRE, 2011). Neste modelo, o consumidor tem voz ativa e se preocupa com a criação de valores tanto para si quanto para a empresa e para outros envolvidos. De acordo com Manzini (2008, p. 63), "o significado do que está sendo feito e o engajamento pessoal são componentes essenciais desse tipo de serviço".

8 PROPOSTA PROJETUAL PRELIMINAR

Baseado nos serviços existentes de compartilhamento de refeições através de plataformas virtuais como a EatWith e de eventos locais esporádicos que acontecem na cidade de Uberlândia e Uberaba, o projeto a ser desenvolvido neste trabalho se trata do desenvolvimento de um serviço para possíveis plataformas virtuais que conectem os vegetarianos (e simpatizantes) da cidade de Uberlândia-MG em torno de um compartilhamento de refeições veganas. Para isso, na etapa projetual preliminar deste trabalho foram utilizados alguns recursos específicos.

Um dos recursos utilizados para entender o problema foi um questionário compartilhado com o público-alvo de pessoas veganas residentes na cidade e, também, com os outros tipos de vegetarianos declararam, previamente, alimentarem-se de refeições veganas com alguma frequência. Esses últimos foram considerados nesta pesquisa em razão de terem conhecimento sobre o grau de dificuldade que vivenciam quando buscam por uma alimentação vegana fora de casa e porque, apesar de não existirem dados concretos à esse respeito, observa-se que em Uberlândia o número de veganos ainda é bem menor do que o dos vegetarianos não-estritos.

O questionário mencionado foi intitulado de "Uma plataforma virtual para promover o compartilhamento de refeições veganas na cidade de Uberlândia" e foi elaborado a partir de uma plataforma de questionários online chamada "SurveyMonkey", utilizando-se de uma linguagem informal para tentar uma maior aproximação com os entrevistados. A pesquisa ficou aberta ao público entre os dias 11 e 14 de julho desse ano e foi intensamente compartilhada entre amigos, páginas e grupos de redes sociais vegetarianos da cidade, obtendo uma amostra de 57 participantes, no total. Ao todo, foram feitas 9 perguntas:

Pergunta 01: Em Uberlândia, qual a dificuldade que você encontra para se alimentar fora de casa sendo uma(um) vegana(o)?

- Pergunta 02: Caso você sinta dificuldade em comer fora, como você costuma fazer as suas refeições?
- Pergunta 03: Com que frequência você tem a necessidade de fazer todas ou suas principais refeições fora de casa?
- Pergunta 04: Caso existisse um serviço em que pessoas servissem comida vegana em suas casas, dividindo com você o valor do prato do dia, você compraria uma refeição dessas?
- Pergunta 05: Esse tipo de serviço de compartilhamento (de comida, roupas, ferramentas, etc.) é familiar para você?
- Pergunta 06: Você usaria uma plataforma que facilitasse o seu contato com esse serviço de compartilhamento de refeições veganas?
- Pergunta 07: No caso de você se dispor a esse tipo de serviço, você se interessaria por:
- Pergunta 08: Qual é o seu sentimento ao compartilhar refeições com pessoas desconhecidas, na mesa de um desconhecido?
- Pergunta 09: Em termos de segurança, você considera esse tipo de experiência:

As opções de respostas oferecidas para cada pergunta e as taxas de respostas obtidas pela pesquisa podem ser observadas e analisadas a partir dos infográficos gerados (consultar Anexo).

9 RESULTADOS DA PESQUISA

A partir dos dados coletados pelo questionário "Uma plataforma virtual para promover o compartilhamento de refeições veganas na cidade de Uberlândia", constatou-se que:

- 1) A maioria dos participantes admite ainda encontrar dificuldades para se alimentar fora de casa, o que possivelmente se justifica pelo ainda escasso investimento na oferta de refeições baseadas exclusivamente em vegetais no mercado alimentício da cidade.
- 2) A maioria dos entrevistados afirmou que quando percebe dificuldade para comer fora, a alternativa é comer ou cozinhar as suas próprias refeições.
- 3) Quando questionados sobre a frequência com que fazem algumas das suas refeições fora de casa, a maioria afirmou fazê-las praticamente todos os dias da semana, seguida de uma porcentagem quase igual de pessoas que come fora de 2 a 4 vezes por semana.
- 4) Apesar de a maioria dos participantes afirmar que conhece pouco ou nada sobre serviços compartilhados, os resultados da pesquisa indicaram que a maioria demonstrou-se interessada em utilizar os serviços de compartilhamento de refeições veganas, caso existisse um perto delas.
- 5) A maior parte dos entrevistados relatou que se interessaria por uma experiência integral nesse sentido: a de compartilhar as suas refeições com os desconhecidos e ainda socializar com eles, mesmo que a maioria dessas pessoas não tenha muita certeza sobre como se sentiria participando desse tipo de experiência e se questiona sobre questões de segurança.

10 APRESENTAÇÃO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

Após a coleta das informações do público-alvo, foi iniciado um esboço do que se pretende desenvolver neste trabalho. Para isso, optou-se por adotar a metodologia desenvolvida por Munari (2002). O autor compara a metodologia ao processo de se produzir um prato de arroz verde, discriminando, em uma ordem lógica de importância, uma série de operações necessárias para tal. Tais operações são divididas em doze etapas (Figura 7).

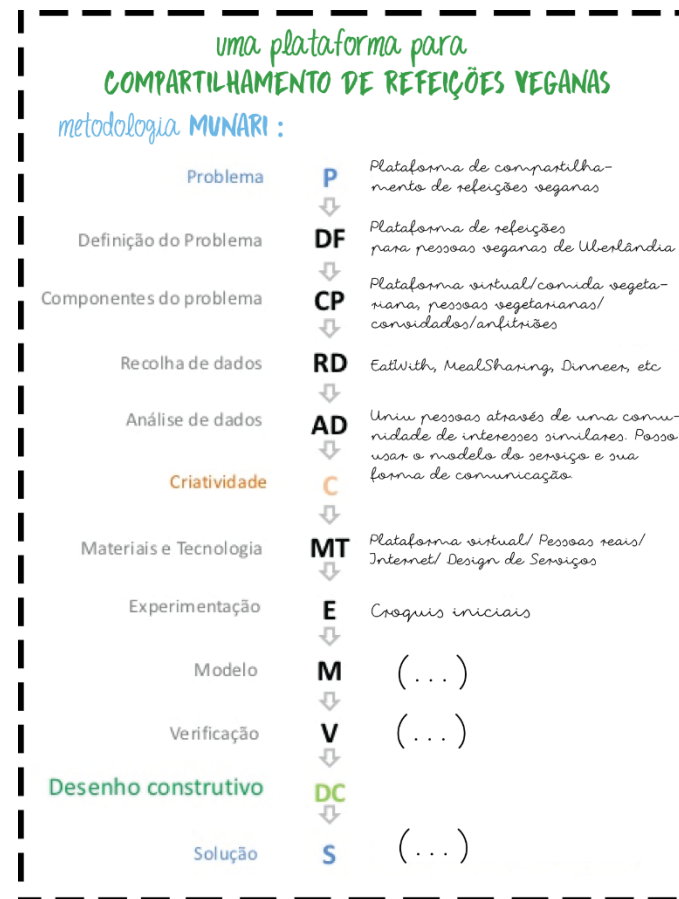
Figura 7 – Etapas de Metodologia segundo Munari



Fonte: Munari, 2002.

A partir da metodologia de Munari (2002), o esquema representado pela Figura 7 foi reformulado de acordo com os problemas e necessidades do presente trabalho:

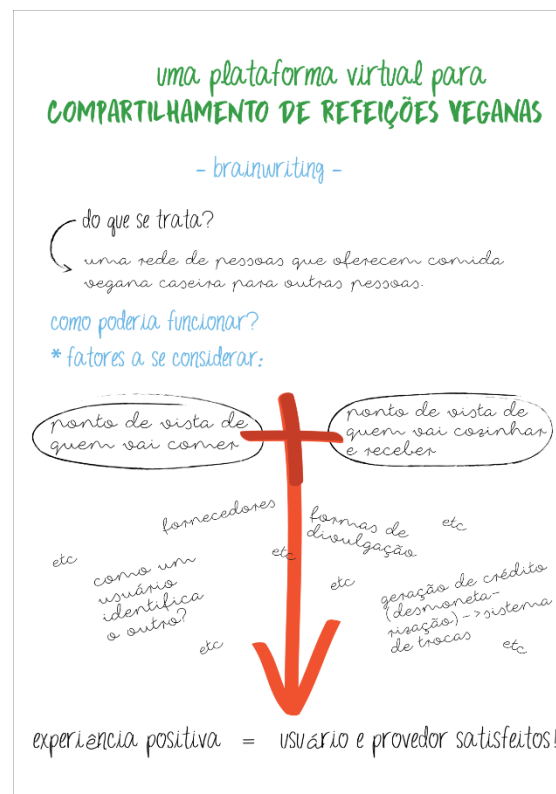
Figura 8 – Etapas de Metodologia (Adaptação)



Fonte: adaptação da autora, 2017.

Após identificados os problemas do projeto, foram desenhados pela autora alguns esboços sobre como se pode pensar nas relações que demandariam uma plataforma virtual de compartilhamento de refeições veganas entre os possíveis usuários deste tipo de serviço:

Figura 9 – Uma plataforma para compartilhamento de refeições veganas - Brainwriting



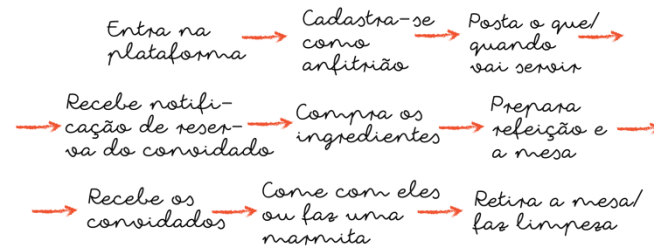
Fonte: a autora, 2017.

Figura 10 – Uma plataforma para compartilhamento de refeições veganas – Esboço de como pode funcionar o serviço

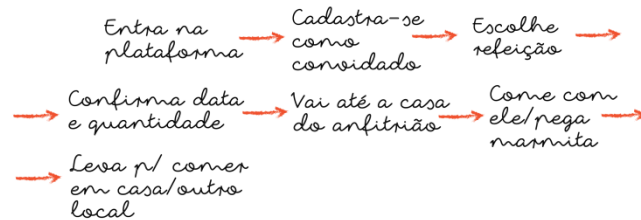
uma plataforma para COMPARTILHAMENTO DE REFEIÇÕES VEGANAS

como o serviço pode funcionar?

* pensando em quem vai fornecer a refeição:



* pensando em quem vai comprar a refeição:



Fonte: a autora, 2017.

A partir dos resultados coletados através do questionário com o público-alvo e dos esboços elaborados a partir da metodologia aplicada segundo Munari (2002), foram observados alguns aspectos a serem solucionados, como: de qual maneira ocorrerá a identificação dos usuários entre si, em termos, principalmente, de segurança; como facilitar a troca financeira ou colaborativa dos serviços de refeições; quem e como atuará na manutenção da plataforma; quais as formas de divulgação que poderiam ser utilizadas para promover o uso de uma plataforma virtual de compartilhamento de refeições veganas na cidade; entre outras.

11 ESTUDOS DE CASO

Os estudos de caso deste trabalho seguirão algumas das etapas recomendadas por Gil (2008, p.137), sendo elas, respectivamente, a formulação do problema, a definição da unidade-caso, a determinação do número de casos, a coleta de dados e a avaliação e análise dos dados obtidos.

11.1 Formulação do Problema

Neste trabalho, define-se como problema um serviço para o compartilhamento de refeições veganas na cidade de Uberlândia, contextualizado nas situações da alimentação vegana dentro de uma economia colaborativa e do Design de Serviços.

11.2 Definição da unidade-caso

De acordo com Gil (2008, p.138), esta etapa é caracterizada por um indivíduo dentro de um contexto específico. Sendo assim, a unidade-caso desta pesquisa seria um serviço para o compartilhamento de refeições veganas entre a comunidade de Uberlândia-MG por meio de uma plataforma virtual.

11.3 Determinação do número de casos

Na etapa inicial deste trabalho foram analisados os casos das plataformas virtuais de compartilhamento EatWith, Airbnb, Tem Açúcar e Workway, pois, apesar de diversas nos serviços que disponibilizam, todas elas apresentam em comum os vieses da

economia colaborativa. Absorvida a essência daquelas plataformas, para basear a fase projetual deste trabalho, optou-se por estudar o caso de uma plataforma virtual de compartilhamento de refeições brasileira e o de dois eventos independentes, um de Uberlândia e outro de Uberaba, afim de valorizar as iniciativas locais e de entender como elas acontecem em seus contextos.

11.4 Coleta de Dados

Caso 1: Dinneer



Fonte: Dinneer.com (s.d)

O Dinneer é uma plataforma virtual brasileira que está presente em 49 países. Ela conecta pessoas que apreciam cozinhar em casa às pessoas que gostariam de comer fora se dispõem de menos recursos financeiros do que em um restaurante, com a oportunidade adicional de conhecer novas pessoas e suas culturas.

Caso 2: Eventos veganos e temáticos da Maya Ni:



Fonte: Disponibilizadas por Maya Ni. Fotografia de Marina Scalon, 2007.

São almoços ou jantares veganos privados realizados por Maya Ni, cozinheira e proprietária da empresa de bolos veganos Ma Petit Amie.

Os eventos gastronômicos tiveram início neste ano e acontecem com uma frequência aleatória de aproximadamente uma vez ao mês, na propriedade de Maya, em Uberaba-MG. São idealizados com 20 à 30 dias de antecedência, para que a cozinheira possa organizar cada detalhe das refeições que irá servir.

Caso 3: Almoços Vegetarianos do Triângulo Mineiro



Fonte: cedidas por Marlúcio Fraga (201?)

Idealizados pelo terapeuta vibracional Marlúcio Fraga, os almoços vegetarianos aconteceram em Uberlândia do ano de 2010 até o ano de 2015. Ao todo, foram 35 encontros, com a participação de mais de 2000 pessoas. Eram realizados de forma colaborativa por membros nem sempre fixos, em espaços cedidos ou alugados pelos parceiros do projeto.

Este estudo de caso, especificamente, foi escolhido pela vivência que a autora teve nos primeiros anos em que eles se sucederam, tendo lhe chamado à atenção a organização e senso de comunidade que se percebia nos encontros.

1.4 Análise dos dados:

A fim de convergir os dados obtidos, foram estipulados os seguintes critérios para análise comparativa: meios de divulgação, como o público realiza as reservas, pessoal envolvido na organização e logotipo da organização.

	Meios de divulgação da iniciativa	Como público realiza reservas	Pessoal envolvido	Logotipo
Site Dinneer	Facebook Twitter Youtube Pinterest	Pelo próprio site, através de abas específicas	Proprietários e colaboradores voluntários	Dinneer
Eventos temáticos da Maya Ni	Facebook (evento privado)	Após presença confirmada no evento do Facebook, deve-se confirmar, também, pelo aplicativo de mensagens Whatsapp	A própria cozinheira e amigos que repassam o convite do evento	Não possui
Almoços vegetarianos do Triângulo Mineiro	Facebook (eventos públicos) e e-mail	Após presença confirmada no evento do Facebook, deve-se confirmar, também, através de mensagem privada enviada ao perfil do grupo criador do evento	Grupo de colaboradores voluntários	Não possui

Fonte: a autora, 2017.

Tais critérios foram estabelecidos em razão de serem fundamentais para o desenvolvimento do projeto pretendido.

Pôde ser percebido que o site Dinneer apresenta um tipo de organização mais elaborado e eficiente, pois possui uma plataforma virtual especificamente destinada às suas funções e colaboradores voluntários constantes que se encarregam dos cuidados com o funcionamento da plataforma e seus serviços.

Em contrapartida, apesar de não contarem com uma plataforma virtual específica para os seus eventos, Maya Ni e Marlúcio Fraga e colaboradores também conseguem se organizar com alguma eficiência a partir de ferramentas proporcionadas pelas redes sociais e através da ajuda de amigos e alguns colaboradores. Pode ser percebido nesses dois processos, uma relação de comunidade local que se estrutura e se auxilia orgânica e voluntariamente, o que inspira, juntamente com o sistema organizacional do Dinneer, o desenvolvimento deste trabalho.

12 FASE PROJETUAL FINAL

Para desenhar o serviço de compartilhamento de refeições veganas pretendido, foram utilizadas algumas ferramentas de visualização específicas do Design de Serviços: o Mapa do Sistema e o Blueprint.

O Mapa do Sistema é uma ferramenta inserida na Metodologia para Sistema Produto+Serviço (MEPSS), proposto por Halen, Vezzoli e Wimmer. Sua utilização foi escolhida dado o seu potencial em apresentar os fluxos e as relações entre os atores no processo do serviço, auxiliando a projetar a resolução de problemas e explicação do contexto, uma vez que utiliza de um padrão de linguagem (COSTA JUNIOR et al., 2010).

Antes de apresentar a leitura técnica do sistema idealizado, cabe detalhar uma transcrição dos eventos nele contidos e representados no mapa:

Através de uma plataforma virtual, que seria necessária para facilitar as interações entre os usuários do serviço de compartilhamento de refeições veganas, um público de colaboradores cuidaria das informações contidas nesta plataforma e entraria em contato com mercados de produtos exclusivamente vegetais para negociar parcerias entre eles e a plataforma virtual, tentando promover descontos para os usuários e implementar instalações de facilidades para este público, como a instalação de bicicletários, e a venda de sacolas de compra ecológicas, por exemplo. Os mercados parceiros, por sua vez, prestariam estes serviços para a plataforma virtual visando promover os seus espaços e aquecer as suas vendas.

Uma vez estabelecidos os contatos entre os colaboradores, os mercados parceiros e a plataforma virtual de compartilhamento de refeições veganas, os usuários acessariam e se cadastrariam na plataforma, informando todos os dados ao sistema, de forma a garantir mais segurança e orientações à todos os usuários do serviço. Além disso, no ato do cadastro, cada novo membro deveria selecionar se desejariam atuar como convidado, anfitrião ou ambos. Depois de realizado o cadastro, os

usuários deveriam selecionar uma das duas opções de sistemas pensadas a serem oferecidas pelo serviço: o sistema de partilha de pratos ou o sistema de vaquinha.

O sistema de partilha de pratos:

A partir deste sistema, o anfitrião informaria na plataforma sobre o espaço oferecido para que o evento acontecesse e o número de convidados que ele estaria apto a receber em casa. Cada convidado (e também o anfitrião) que realizasse reserva para um almoço ou jantar na casa do anfitrião, ficaria responsável por elaborar um prato de comida e levá-lo para ser compartilhado com os demais no dia do evento. Esses pratos deveriam ser previamente informados à plataforma, de forma que todos os participantes pudessem ter acesso ao que seria servido e se organizassem conforme tais orientações.

Feitas as reservas, previamente ao evento, tanto o anfitrião quanto os convidados fariam as compras para preparar os seus respectivos pratos, ou mesmo comprar os pratos já finalizados. Neste momento, os mercados parceiros seriam sugeridos pela plataforma, nos quais os usuários poderiam ser beneficiados com descontos nos produtos. A plataforma ofereceria, também, receitas veganas diversas, fornecidas tanto pelos colaboradores quanto pelos próprios usuários cadastrados, de forma a facilitar uma solução sobre o que preparar e o que comprar no mercado.

O anfitrião, além de preparar ou comprar o seu prato, ficaria encarregado da limpeza e organização do espaço de sua casa que seria destinado a acomodar os convidados e, no horário do evento, receberia esse público para que, juntos, pudessem organizar a mesa de jantar com os pratos que todos prepararam. A refeição seria feita em conjunto e, quando finalizada, seria realizada uma limpeza coletiva do espaço utilizado.

Finalizado o evento, o anfitrião acompanharia todos à saída e, posteriormente, tanto ele quanto os convidados recebidos deveriam acessar a plataforma para avaliar a experiência que tiveram e se avaliarem entre si. Dessa forma, outros usuários do

serviço poderiam ter acesso às percepções que esses usuários avaliados receberam e ter, assim, alguma noção prévia de com quem se encontrariam, caso estivessem interessados em dividir uma futura refeição com aqueles indivíduos. Além disso, essas informações passariam pelo controle dos colaboradores da plataforma, facilitando a administração e funcionamento do serviço.

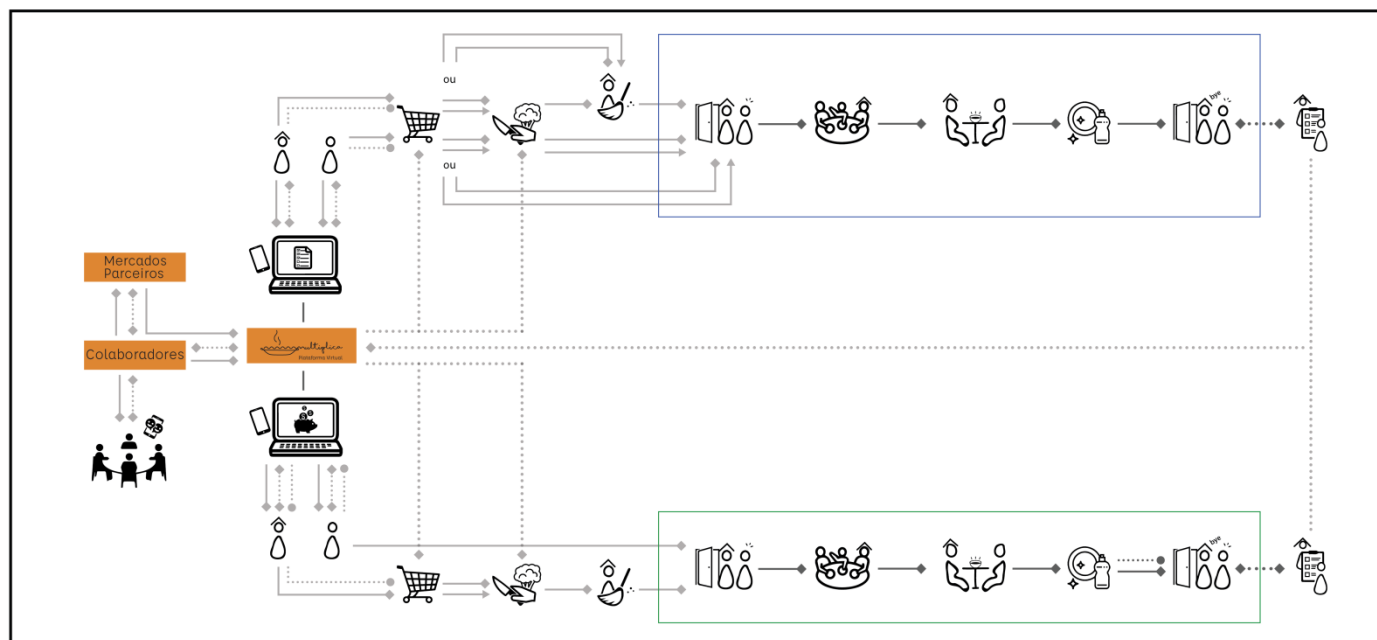
O sistema de vaquinha:

A partir deste sistema, o anfitrião informaria na plataforma o número de convidados a serem recebidos e os pratos que ele mesmo elaboraria para servir a todos, estipulando um valor referente a essa refeição com o qual cada um deveria colaborar, podendo ou não cobrar alguma porcentagem a mais por este serviço, devendo ela ser informada no anúncio de sua oferta. O pagamento seria feito pelos convidados através de depósito bancário ou pagamento presencial, ao final do evento. Diferente do proposto pelo sistema de partilha de pratos, aqui, apenas o anfitrião ficaria encarregado de fazer as compras para preparar a refeição, também sendo informado pela plataforma sobre os mercados parceiros que poderiam oferecer-lhes benefícios e sobre sugestões de receitas culinárias.

A limpeza do espaço destinado a acomodar os convidados também seria feita pelo anfitrião, e, após receber a todos, todas as etapas descritas no evento do sistema de partilha de pratos, a partir deste mesmo momento aconteceriam aqui, também, inclusive a da limpeza colaborativa do espaço utilizado. Dessa forma, ainda que existisse um caráter de fins financeiros, os convidados seriam incentivados a um senso de cooperação. Todas essas especificações seriam sugeridas nas normas do serviço através da plataforma virtual.

Desta forma, descritos os eventos, chegou-se à solução:

MAPA DO SISTEMA - MULTIPLICA: SERVIÇO PARA COMPARTILHAMENTO DE REFEIÇÕES VEGANAS EM UBERLÂNDIA



LEGENDA (ícones)

	Sistema de Partilha de Pratos		Limpeza/organização do espaço
	Sistema de Vaquinha		Recepção dos convidados
	Convidado		Organização da mesa
	Anfitrião		Refeição
	Encontros presenciais ou online		Limpeza colaborativa do espaço
	Compras (ingredientes ou prato pronto)		Partida dos convidados
	Preparo do jantar		Avaliação da experiência

LEGENDA (fluxos visíveis*)

	fluxo de trabalho
	fluxo de informação
	fluxo de materiais
	fluxo financeiro

* Fluxos visíveis em relação aos eventos

LEGENDA (fluxos invisíveis*)

	fluxo de trabalho
	fluxo de informação
	fluxo de materiais
	fluxo financeiro

* Fluxos invisíveis em relação aos eventos

LEGENDA (limites físico e dos eventos)

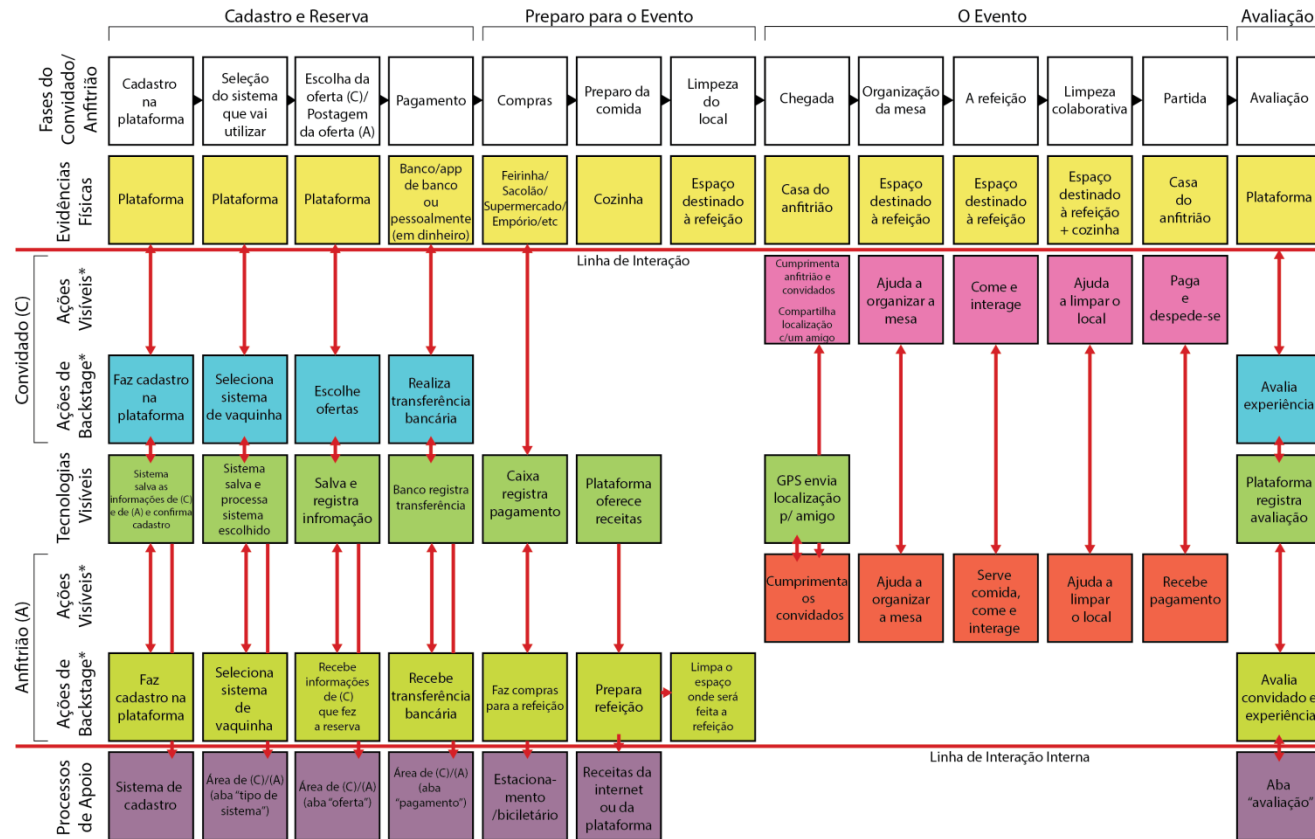
	Uberlândia-MG
	Evento pelo sistema de Partilha de Pratos
	Evento pelo sistema de Vaquinha

Fonte: a autora, 2017.

O Blueprint foi a segunda ferramenta para visualização mais detalhada do projeto. De acordo com o material de aula teórica "Métodos e Ferramentas de Design" de Nunes (2017), o Blueprint possibilita um apanhado das experiências dos usuários quando interagem com um serviço. Assim, cada uma dessas interações podem ser avaliadas e potencializadas. Além disso, segundo a autora, a ferramenta é importante para "analisar os pontos de contato chave e as contribuições chave dos vários *stakeholders* envolvidos na melhoria da satisfação do usuário".

Num determinado serviço, podem ser analisadas as ações dos *stakeholders* tanto *onstage*, como *onstage*, além das tecnologias e serviços de suporte. Assim, neste projeto, chegou-se a definição de dois blueprints, um para cada situação em que o serviço possa funcionar (o Sistema de Vaquinha e o Sistema de Partilha de Pratos):

BLUEPRINT DO SERVIÇO - Compartilhamento de Refeições pelo Sistema de Vaquinha

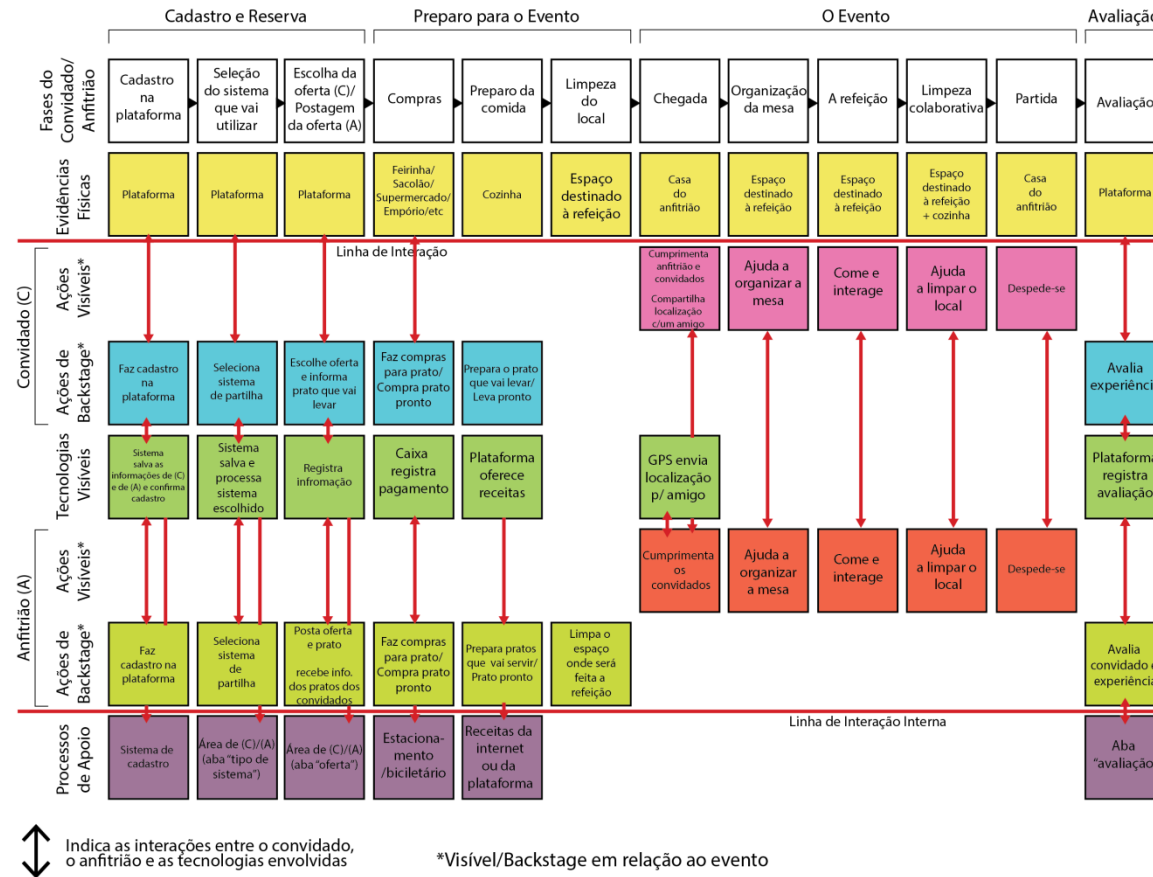


↕ Indica as interações entre o convidado, o anfitrião e as tecnologias envolvidas

*Visível/Backstage em relação ao evento

Fonte: a autora, 2017.

BLUEPRINT DO SERVIÇO - Compartilhamento de Refeições pelo Sistema de Partilha de Pratos



Fonte: a autora, 2017.

13 PROTOTIPAGEM DO SERVIÇO

Para a prototipagem do projeto Multiplica, foi utilizada a ferramenta Prototipagem de Serviços, que atua auxiliando a verificar a interferência de fatores externos durante a entrega de um serviço, como consta em material de aula teórica "Métodos e Ferramentas de Design" de Nunes (2017). Para tanto, recorreu-se ao auxílio externo de uma colaboradora *filmmaker* para registrar as situações que foram prototipadas, sendo elas, respectivamente, a do Sistema de Vaquinha e a do Sistema de Partilha de Pratos.

Para a realização do protótipo, dois jantares foram executados de acordo com as propostas de cada uma das situações dos dois sistemas idealizados. Como não existe de fato uma plataforma virtual que auxiliaria nas interações entre os usuários do serviço (pois o seu desenvolvimento não está inserido no espectro deste trabalho), recorreu-se a alternativa de solicitar que pessoas conhecidas convidassem amigos vegetarianos para participar da experiência, até mesmo por questão de segurança dos participantes, uma vez que apenas com uma plataforma poderiam ser melhores assegurados os dados de pessoas desconhecidas. Cabe ressaltar que nessa solicitação foi preferido que fossem convidados indivíduos que não tivessem vínculo com a autora do projeto, que optou por participar de toda a experiência para entender mais de perto os processos em questão. Infelizmente, foi algo que se conseguiu apenas parcialmente, pois, apesar de demonstrarem bastante entusiasmo com a proposta, muitos dos que foram convidados não tiveram a disponibilidade de comparecer aos eventos.

Neste processo, observou-se que uma plataforma virtual realmente facilitaria o contato e comunicação entre os usuários do serviço proposto, além de garantir uma maior confiabilidade entre eles, caso pudessem visitar os perfis uns dos outros, assim como acontece nos serviços já existentes, como o Dinneer. Foi possível observar e sentir de perto, também, a esperada atmosfera do estranhamento, quando do encontro de convidados que nunca haviam antes se encontrado com os outros, ao se sentarem juntos à mesa para comer e conversar, e como isso algumas vezes se tornava a própria pauta de um novo assunto, possibilitando

cenários de descontração e de reflexões sobre experiências desse tipo, como questões de sociabilidade nos tempos correntes e de segurança, fator este que necessita ser melhor explorado, assim como o é em serviços semelhantes como os de hospedagem, à exemplo do popular AirBnb.

Outro fator que merece atenção foi o fato de que os convidados, em ambos os eventos, abordaram espontaneamente assuntos a respeito do veganismo, desde a culinária até as suas questões de base, como as de ativismo em prol da liberdade e vida animal, o que também consiste na proposta do serviço desenvolvido. Aparentemente, ele poderia mesmo se constituir numa ferramenta útil para o fomento de um estilo de vida vegano na cidade e, certamente, o que foi proposto neste trabalho, pensando em um serviço real, constitui-se num experimento, num pontapé inicial para que um serviço mais eficiente possa ser desenvolvido futuramente.

O vídeo-protótipo que foi realizado pode ser assistido em: https://www.youtube.com/watch?v=atKDKImK_4M

REFERÊNCIAS

- ALIMENTAÇÃO e transporte aumentam a pegada ecológica do brasileiro. **Globo Ecologia**, Rio de Janeiro, 14 abr. 2012. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/globoecologia/noticia/2012/04/alimentacao-e-transporte-aumentam-pegada-ecologica-do-brasileiro.html>>. Acesso em: 3 jul. 2017.
- ALVES, Alessandra Maria; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Colaboração e compartilhamento da informação no ambiente organizacional. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Apresentações...** [s.l.]: ANCIB, 2010. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xienancib/paper/viewFile/3468/2593>>. Acesso em: 3 dez. 2017.
- ARAUJO, Geliani Alves de; SETUBAL, Flávia Meneguelli Ribeiro. Consumo e Hábitos Alimentares Fora do Lar: um estudo na Secretaria Municipal de Cidadania e Direitos Humanos. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2012. Disponível em: <http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2012/comunicon/gts/gtoito/flaviageliani.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2017.
- BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, v. 67, i. 8, p. 1595-1600, August 2014.
- BICUDO, C. E. et al. (Orgs.). **Águas do Brasil**: análises estratégicas. São Paulo: Instituto de Botânica, 2010. Disponível em <<https://www.abc.org.br/IMG/pdf/doc-6820.pdf>>. Acesso em: 2 jul. 2017.
- BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **What's Mine Is Yours**: The Rise of Collaborative Consumption. New York: Harper Collins e-books, 2010.
- CONSUMO COLABORATIVO. [s.d.]. Disponível em: <<http://consumocolaborativo.cc/>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

DIA mundial do vegetarianismo: 8% da população brasileira afirma ser adepta do estilo. IBOPE, [s.l.], 1 out. 2012. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/dia-mundial-do-vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-ao-estilo.aspx>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

COSTA JUNIOR., Jairo da; PEREIRA, João Victor Inácio; ZACAR, Cláudia H; ENRICONI, Alessandra; GOMES, Nivaldo Simões; SANTOS, Aguinaldo dos. Sistema Produto+Serviço para o cozinhar sustentável: Estudo de Caso Projeto Monno, 2010.

DUARTE, Ilka de Sousa. **Impactos ambientais da produção de carne para consumo humano**: a indústria da carne na contramão da tutela constitucional do meio ambiente. 2008. 117 p. Monografia (Graduação em Direito) – Faculdade de Direito do Recife, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008. Disponível em <<http://www.svb.org.br/publicacoes/trabalhos-academicos?download=102:monografia-impactos-ambientais-da-producao-de-carne-para-consumo-humano-ilka-duarte>>. Acesso em: 14 jun. 2017.

FAO: Agricultura comercial generó casi el 70 % de la deforestación en América Latina. **Notícias FAO**, Santiago de Chile, 18 jul. 2016. Disponível em: <<http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/425614/>>. Acesso em: 1 jun. 2017.

FERREIRA, Karolina Matias et al. Economia compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão da literatura. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 12., 2016, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: CNEG & INOVARSE, 2016.

FERREIRA, Leandro Valle; VENTICINQUE, Eduardo; ALMEIDA, Samuel. O desmatamento na Amazônia e a importância das áreas protegidas. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 19, n. 53, jan./abr. 2005.

FRANÇA, Fabiana Chagas Oliveira et al. Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro. In: SEMINÁRIO ALIMENTAÇÃO E CULTURA NA BAHIA, 1., 2008, Feira de Santana. **Anais...** Feira de Santana: UEFS, 2012.

FREIRE, Karine de Mello. **Design de serviços, comunicação e inovação social**: um estudo sobre serviços de atenção primária à saúde. 2011. 254 f. Tese (Doutorado) – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2011.

_____. Design para serviços: uma intervenção em uma Unidade Básica de Saúde do Sistema Único de Saúde Brasileiro. **Estudos em Design**, v. 24, n. 2, 2016. Disponível em: <<https://eed.emnuvens.com.br/design/article/view/341/227>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

GANSKY, Lisa. Do More, Own Less: A Grand Theory of the Sharing Economy. **The Atlantic**, 25 ago. 2011. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/business/archive/2011/08/do-more-own-less-a-grand-theory-of-the-sharing-economy/244141/>>. Acesso em: 8 out 2017.

GARCIA, Rosa Wanda Diez. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 16, n. 4, dez. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732003000400011&script=sci_abstract&lng=pt>. Acesso em: 20 jun. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOEDKOOOP, Mark J. et al. **Product Service Systems, Ecological and Economic Basics**. Hague, The Netherlands: VROM, 1999.

IBGE. Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Orçamentos familiares 2008-2009**: análise do consumo alimentar pessoal no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv50063.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL. **Almanaque Brasil Socioambiental**. São Paulo: Abril, 2007.

KAZAZIAN, T. (Org.). **Design e desenvolvimento sustentável**: haverá a idade das coisas leves. São Paulo: Editora Senac; São Paulo, 2005.

LANGENBACH, M. **Além do apenas funcional**: inovação social e design de serviços na realidade brasileira. 2008. 123 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2008.

LAPOLA, David M. et al. Pervasive transition of the Brazilian landuse system. **Nature Climate Change**, v. 4, p. 27-31, jan. 2014.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Tradução de Carla Cipolla. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

Methodology for Product Service System Innovation, disponível em: <<http://www.mepss.nl/>>. Acesso em 20 de Novembro de 2017.

MEZOMO, I. F. B. **Os serviços de alimentação**: planejamento e administração. Barueri (SP): Manole, 2002.

MONTEIRO, C. A.; CONDE, W. L. Evolução da obesidade nos anos 90: a trajetória da enfermidade segundo estratos sociais no nordeste e sudeste do Brasil. In: MONTEIRO, C. A. **Velhos e novos males da saúde no Brasil**. A evolução do país e de suas doenças. 2. ed. São Paulo: Hucitec Nupens/USP, 2000.

MORITZ, Stefan. **Service Design**: Practical Access to an Evolving Field. Londres, 2005.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Martins Fontes. São Paulo, 2002.

NUNES, Viviane. **Disciplina "Métodos e Ferramentas de Design"**, 2017.

OHNUMA JÚNIOR, Alfredo A. O vegetarianismo e sua pegada ecológica. **Guia Vegano**, Florianópolis, 7 jan. 2008. Disponível em: <<http://www.guiavegano.com.br/vegan/guia-vegano/artigos/ecologia-2/229-o-vegetarianismo-e-sua-pegada-ecologica>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

PACHECO, José Wagner; YAMANAKA, Hélio Tadashi. **Guia técnico ambiental de abates (bovino e suíno)**. São Paulo: CETESB, 2006. Disponível em: <<http://www.cetesb.sp.gov.br>>. Acesso em: 7 jul. 2017.

PEGADA ECOLÓGICA. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.pegadaecologica.org.br/2015/index.php>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

PORTAL VISTA-SE. **Tipos de vegetarianos: entenda as principais diferenças entre os grupos de vegearianos**. 2012. Disponível em: < <https://www.vista-se.com.br/tipos-de-vegetarianos-entenda-as-principais-diferencas-entre-os-grupos-de-vegetarianos/>>. Acesso em 23 maio 2017.

PRIVITERA, Donatella. **Describing the Collaborative Economy: Forms of Food Sharing Initiatives**. Economic Science for Rural Development, 2016.

REBANHO bovino alcança 215,2 milhões de cabeças em 2015. **Portal Brasil**, Brasília, 29 set. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/09/rebanho-bovino-alcanca-215-2-milhoes-de-cabecas-em-2015>>. Acesso em 23 maio 2017.

SCARPA, Fabiano. **Pegada ecológica: Qual é a sua?**. São José dos Campos, SP: INPE, 2012. Disponível em: <<http://www.inpe.br/noticias/arquivos/pdf/Cartilha%20-%20Pegada%20Ecologica%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

SCHOR, Juliet; FITZMAURICE, Connor. **Collaborating and Conecting**: the emergency of the sharing economy. Feb. 2014. [draft] Disponível em: <https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SchorElgarHandbook.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2017.

SOCIEDADE VEGANA. **Direitos Animais**. 27 set. 2011a. Disponível em: <<http://sociedadevegana.org/textos-fundamentais/direitos-animais/>>. Acesso em: 20 maio 2017.

_____. **Manifesto**. 14 mar. 2010. Disponível em: <<http://sociedadevegana.org/manifesto/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. **Veganismo**. 27 set. 2011b. Disponível em: <<http://sociedadevegana.org/textos-fundamentais/veganismo/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. **Mercado Vegetariano**. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/mercado-vegetariano>>. Acesso em: 25 maio 2017.

_____. **Impactos sobre o meio ambiente do uso de animais para alimentação.** [s.d.]. Disponível em: <www.svb.org.br/publicacoes/>. Acesso em: 1 jun. 2017.

_____. **Meio Ambiente.** [s.d.]. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/meio-ambiente/>>. Acesso em: 1 jun. 2017.

SOUZA, Maria Djiliah C. A.; HARDT, Priscilla Primi. Evolução dos hábitos alimentares no Brasil. **Brasil Alimentos**, n. 15, ago. 2002. Disponível em: <<http://www.signuseditora.com.br/ba/pdf/16/16%20-%20Habitos%20Alimentares.pdf>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

STEGUN, Thais P. Economia Compartilhada: Uma visão histórica sobre o novo fenômeno mundial. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 5., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2016. Disponível em: <http://anais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTGRAD/GT3/GT03-THAIS_STEGUN.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2017.

THE VEGAN SOCIETY. **Definition of Veganism.** [s.d.]. Disponível em <<https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>>. Acesso em: 25 maio 2017.

WIKIPÉDIA. **Biocapacidade.** Disponível em <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Biocapacidade>>. Acesso em: 25 out. 2017.

WWF BRASIL, **Um pouco de História.** [s.d.]. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/historico/>. Acesso em: 03 de julho de 2017.

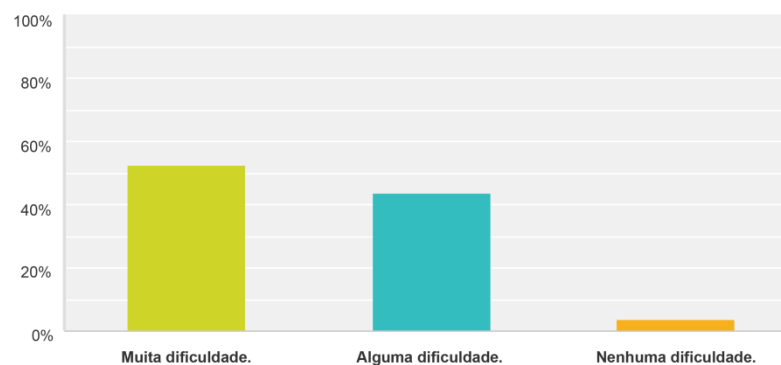
ANEXO – Resultados do questionário

"Uma plataforma virtual para promover o compartilhamento de refeições veganas na cidade de Uberlândia"

Infográfico 1 – Resultados questão 1

Q1 Em Uberlândia, qual a dificuldade que você encontra para se alimentar fora de casa sendo uma(um) vegana(o)?

Answered: 57 Skipped: 0



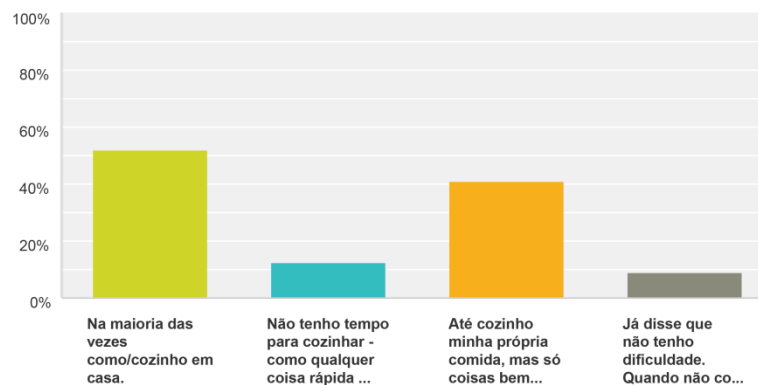
Answer Choices	Responses	
Muita dificuldade.	52.63%	30
Alguma dificuldade.	43.86%	25
Nenhuma dificuldade.	3.51%	2
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 2 – Resultados questão 2

Q2 Caso você sinta dificuldade em comer fora, como você costuma fazer as suas refeições?

Answered: 56 Skipped: 1



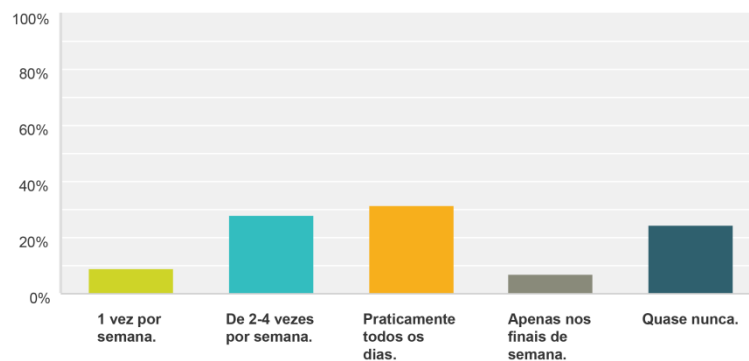
Answer Choices	Responses
Na maioria das vezes como/cozinho em casa.	51.79% 29
Não tenho tempo para cozinhar - como qualquer coisa rápida que encontrar na despensa.	12.50% 7
Até cozinho minha própria comida, mas só coisas bem práticas e nem sempre saudáveis, por falta de tempo e/ou de organização.	41.07% 23
Já disse que não tenho dificuldade. Quando não como em lugares exclusivamente veganos, converso com a equipe do local e os convenço a retirar todos os ingredientes de origem animal do prato que quero pedir. Vai ter vegano, sim.	8.93% 5
Total Respondents: 56	

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 3 – Resultados questão 3

Q3 Com que frequência você tem a necessidade de fazer todas ou suas principais refeições fora de casa?

Answered: 57 Skipped: 0



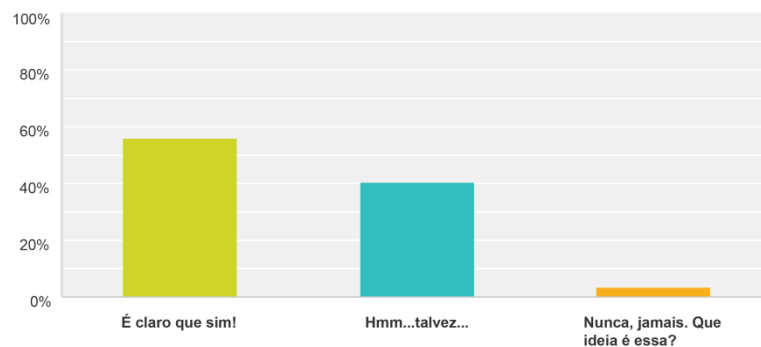
Answer Choices	Responses	
1 vez por semana.	8.77%	5
De 2-4 vezes por semana.	28.07%	16
Praticamente todos os dias.	31.58%	18
Apenas nos finais de semana.	7.02%	4
Quase nunca.	24.56%	14
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 4 – Resultados questão 4

Q4 Caso existisse um serviço em que pessoas desconhecidas servissem comida vegana em suas casas, dividindo com você o valor do prato do dia, você compraria uma refeição dessas?

Answered: 57 Skipped: 0



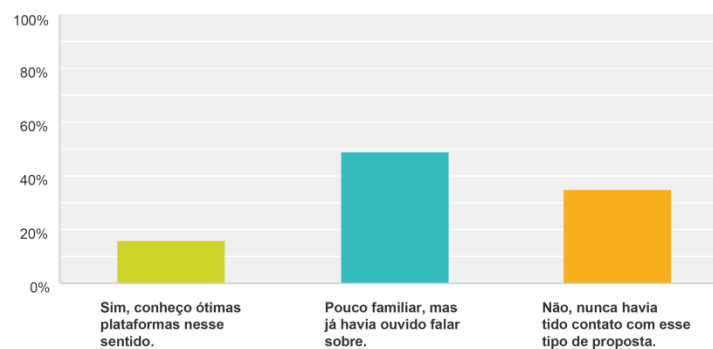
Answer Choices	Responses	
É claro que sim!	56.14%	32
Hmm...talvez...	40.35%	23
Nunca, jamais. Que ideia é essa?	3.51%	2
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 5 – Resultados questão 5

Q5 Esse tipo de serviço de compartilhamento (de comida, roupas, ferramentas, etc) é familiar para você?

Answered: 57 Skipped: 0



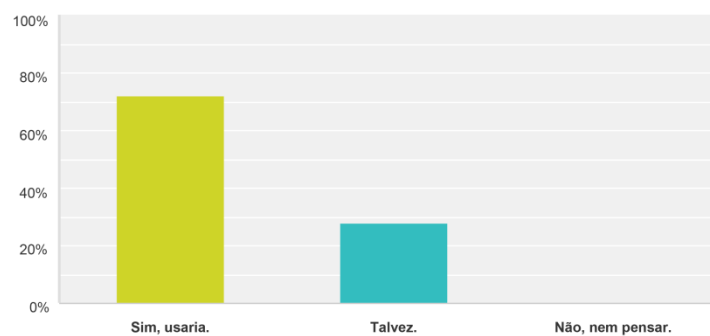
Answer Choices	Responses	
Sim, conheço ótimas plataformas nesse sentido.	15.79%	9
Pouco familiar, mas já havia ouvido falar sobre.	49.12%	28
Não, nunca havia tido contato com esse tipo de proposta.	35.09%	20
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 6 – Resultados questão 6

Q6 Você usaria uma plataforma que facilitasse o seu contato com esse serviço de compartilhamento de refeições veganas?

Answered: 57 Skipped: 0



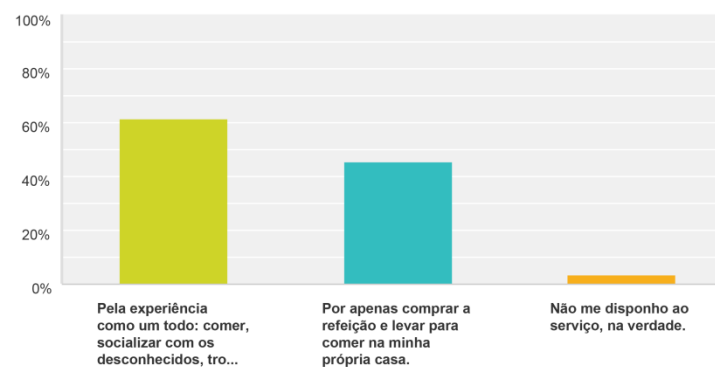
Answer Choices	Responses	
Sim, usaria.	71.93%	41
Talvez.	28.07%	16
Não, nem pensar.	0.00%	0
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 7 – Resultados questão 7

Q7 No caso de você se dispor à esse tipo de serviço, você se interessaria:

Answered: 57 Skipped: 0



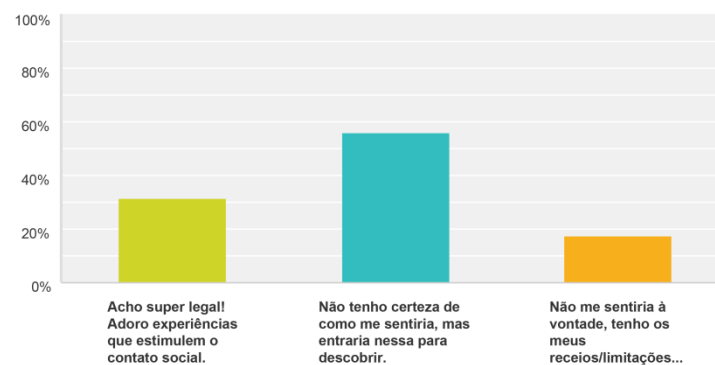
Answer Choices	Responses	
Pela experiência como um todo: comer, socializar com os desconhecidos, trocar ideia sobre cozinha e veganismo, etc.	61.40%	35
Por apenas comprar a refeição e levar para comer na minha própria casa.	45.61%	26
Não me disponho ao serviço, na verdade.	3.51%	2
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 8 – Resultados questão 8

Q8 Qual é o seu sentimento sobre compartilhar refeições com pessoas desconhecidas, na mesa de um desconhecido?

Answered: 57 Skipped: 0



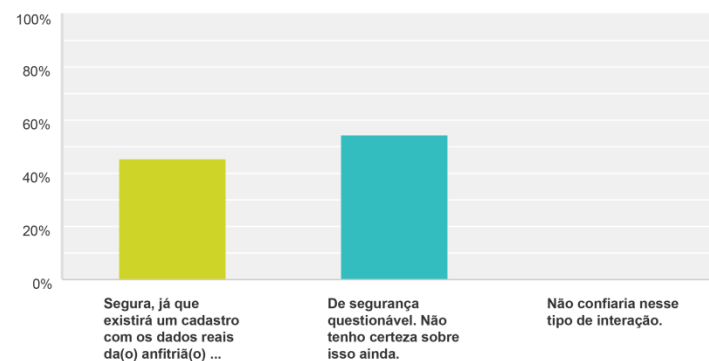
Answer Choices	Responses	
Acho super legal! Adoro experiências que estimulem o contato social.	31.58%	18
Não tenho certeza de como me sentiria, mas entraria nessa para descobrir.	56.14%	32
Não me sentiria à vontade, tenho os meus receios/limitações (timidez, medo, não gosto de socializar, etc).	17.54%	10
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.

Infográfico 9 – Resultados questão 9

Q9 Em termos de segurança, você consideraria esse tipo de experiência:

Answered: 57 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	
Segura, já que existirá um cadastro com os dados reais da(o) anfitriã(o) e das outras pessoas que compartilharão conosco as refeições.	45.61%	26
De segurança questionável. Não tenho certeza sobre isso ainda.	54.39%	31
Não confiaria nesse tipo de interação.	0.00%	0
Total Respondents: 57		

Fonte: Survey Monkey, a partir de elaboração da autora.