



# SD2021

VIII SIMPÓSIO DE DESIGN SUSTENTÁVEL  
SUSTAINABLE DESIGN SYMPOSIUM



1, 2 E 3 DE DEZEMBRO DE 2021  
DECEMBER, 1st, 2nd and 3rd, 2021  
ONLINE | CURITIBA, BRASIL

SDS2021.UFPR.BR

## **DESIGN, VALORIZAÇÃO DE CULTURAS GASTRONÔMICAS LOCAIS E AS QUITANDEIRAS DE CONGONHAS/MG** *DESIGN, VALUATION OF LOCAL GASTRONOMIC CULTURES AND THE "QUITANDEIRAS" OF CONGONHAS/MG*

---

**DENILSON GOMES CARDOSO, Mestrando em Design** | ESCOLA DE DESIGN - UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS - UEMG

### **RESUMO**

Este trabalho aborda o papel do design para o território no contexto das Quitandeiras de Congonhas (MG), destacando o sentido político e cultural dessa atividade e propondo ações para o desenvolvimento de um futuro sustentável economicamente, ao considerar a tradição da gastronomia mineira a transmissão de valores históricos e culturais. Por meio de uma abordagem qualitativa de natureza exploratória, trata de assuntos relativos à identidade local e territórios, considerando o design como ferramenta fundamental no planejamento e comunicação de soluções que colaborem com a valorização de produtos e serviços artesanais. Na intenção de um direcionamento de ações de design que poderão contribuir com a valorização e o desenvolvimento sustentável das Quitandeiras de Congonhas, utilizamos, como base, o estudo de caso desenvolvido para a Cooperativa de Agricultores Familiares e Agroextrativistas Grande Sertão.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Design; Território; Quitandeiras de Congonhas.

### **ABSTRACT**

*This work addresses the role of design for the territory in the context of "Quitandeiras" of Congonhas (MG), highlighting the political and cultural meaning of this activity and proposing actions for the development of an economically sustainable future, considering the tradition of Minas Gerais gastronomy the transmission of values historical and cultural. Through a qualitative exploratory approach, it deals with issues related to local identity and territories, considering design as a fundamental tool in the planning and communication of solutions that contribute to the enhancement of craft products and services. In order to direct design actions that can contribute to the appreciation and sustainable development of "Quitandeiras" of Congonhas, we used, as a basis, the case study developed for the Cooperative of Family Farmers and Agroextractives Grande Sertão.*

### **KEY WORDS**

Design; Territory; "Quitandeiras" of Congonhas.

## 1. INTRODUÇÃO

Minas Gerais é um estado repleto de história e tradições. Seu amplo território possui particularidades que, somadas, exprimem características tradicionais únicas em um país tão diverso como o Brasil.

Uma delas, fortemente presente em algumas regiões é a prática culinária da produção da pastelaria caseira: bolos, pães, broas, roscas, biscoitos, doces e outros produtos, chamadas “quitandas”. Produzidas por pequenos produtores, de maneira artesanal, envolvem uma tradição, passada por várias gerações, que vai da escolha dos ingredientes e utensílios utilizados aos processos tradicionais de fabricação, como o uso do forno de barro e fogão à lenha.

A tradição da quitanda, seu modo artesanal de produção, incluindo a utilização de materiais e ingredientes, traduz hábitos, costumes, histórias e memórias do povo mineiro e representa importante atividade econômica para muitas famílias, como é o caso das quitandeiras que atuam na cidade turística de Congonhas.

Na cidade mineira, localizada a 80km de Belo Horizonte e onde se encontram as principais obras barrocas de Aleijadinho, esse ofício é preservado e incentivado pelo poder público. Desde o ano 2000 é realizado o Festival da Quitanda, evento promovido pela prefeitura que busca valorizar as quitandeiras, proporcionando a venda de seus produtos e divulgação de suas tradições, tendo a quitanda e sua produção artesanal como um cartão-postal da cidade. Porém, essas ações de valorização acontecem de maneira informal e a atuação dessas produtoras, no decorrer do ano, se dá de maneira isolada. Somente em 2019 elas se formalizaram como associação e suas ações não tiveram uma evolução em razão da pandemia da Covid-19.

Para que essas especificidades como as tradições locais sejam reconhecidas e o desenvolvimento econômico seja incentivado, é necessária uma comunicação estratégica que transmita aos usuários e consumidores os valores associados aos produtos e as suas qualidades singulares.

Neste aspecto, o design pode exercer papel fundamental como tradutor de valores simbólicos, hábitos e culturas de determinadas localidades, atuando como codificador e mediador no desenvolvimento de estratégias de comunicação e divulgação destas características a serem transmitidos por meios dos produtos fabricados de maneira artesanal e carregada de significados.

Portanto, apresenta-se como questão desse artigo: qual o papel do design enquanto ferramenta de valorização de culturas gastronômicas locais, para o desenvolvimento da Associação das Quitandeiras de Congonhas e eficiência na comunicação de seus produtos?

Como objetivo principal deste trabalho, vamos refletir sobre a atuação do design enquanto ferramenta para o desenvolvimento da associação e eficiência na comunicação de seus produtos. Ainda, abordar por meio de referencial teórico, assuntos relativos a design, valorização de territórios e identidade local; fazer um levantamento das ações das Quitandeiras de Congonhas e, utilizando como referência o estudo de caso da Cooperativa Grande Sertão, desenvolvido por Daniela Luz (2017), refletir sobre ações que poderão contribuir com a valorização e desenvolvimento sustentável dessas produtoras.

Foram considerados autores (Moraes, 2016; Reyes, 2016; Krucken, 2009) que tratam o design como ferramenta fundamental de comunicação no planejamento de soluções que colaborem com a divulgação de produtos e serviços específicos de determinadas localidades.

Em uma abordagem exploratória (Gil, 2008), realizamos uma análise do histórico das quitandeiras por meio de pesquisa documental e entrevistas na intenção de levantar características de sua atuação. Em paralelo, trouxemos o estudo de caso sobre a Cooperativa Grande Sertão, desenvolvido por Daniela Luz (2017), que poderá contribuir com possíveis direcionamentos para o desenvolvimento de uma comunicação mais eficaz que auxilie na divulgação da tradição da quitanda e seus valores, além de consequente aumento de renda para os seus produtores. Este trabalho encontra-se

em fase inicial e pretende propor uma reflexão em torno do design e da promoção sustentável das atividades das quitandeiras.

## 2. O DESIGN VALORIZANDO ASPECTOS LOCAIS

Autores como Cardoso (2004) Moraes (2016) destacam que a primeira revolução industrial foi responsável por alterações em todas as formas de relações mundiais, influenciando, de modo definitivo, os modos de produção e consumo. Os processos fabris transformaram o cotidiano provocando novas configurações nas relações em todo o planeta. “O concorrente deixou de ser o vizinho do lado, deslocando-se para diferentes países independentemente da sua localização geográfica” (MORAES, 2016, p. 14).

Com a integração mundial, tiveram destaque alguns aspectos como a valorização de recursos locais e a exploração do potencial das comunidades para geração de capacitação, reconhecimento e renda. Para Reyes (2016), diferentes territórios, em várias partes do mundo, buscam fortalecer seus mercados e garantir uma sustentabilidade econômica, social e ambiental local por meio da diferenciação.

A evolução da distribuição de mercadorias proporcionou o fácil acesso a produtos industrializados nas pequenas cidades, aumentando a concorrência para os produtores locais, ao mesmo tempo possibilitando que alimentos produzidos por estes produtores artesanais cheguem aos grandes centros, conforme Luz (2017).

O grande desafio nesta relação local-global é buscar oportunidades para melhores condições de qualidade de vida com relação à valorização e respeito às diversidades e ecossistemas e aos modelos de produção e consumo. O favorecimento de recursos e potencialidades locais promove a integração das comunidades e das diversidades, incorporando os benefícios dos avanços tecnológicos ativando diálogos entre redes locais e globais. “Os produtos locais são manifestações culturais fortemente relacionadas com o território e a comunidade que os gerou” (KRUCKEN, 2009, p. 17). Estes produtos são carregados de tradições, costumes e da cultura dos lugares como as quitandas mineiras e seu modo tradicional de produção e consumo. A comunicação destes elementos culturais e sociais pode ser capaz de desenvolver a imagem positiva do território em que se origina o produto e serviços, o que vai possibilitar melhor avaliação e apreciação pelos seus consumidores e conseqüente desenvolvimento e geração de renda para os seus produtores. O design pode auxiliar no desenvolvimento de soluções capazes de contextualizar e globalizar, favorecer potencialidades e recursos locais, considerando necessidades de promoção e integração das comunidades e suas diversidades e, ao mesmo tempo, ativar o diálogo entre essas redes locais e a rede global (KRUCKEN, 2009).

Lucy Niemeyer (2013) afirma que o designer atua como articulador do setor produtivo, onde se dá o planejamento, o projeto e a produção, partindo dele um elemento comunicacional. Nesse aspecto, de acordo com Luz (2017), o papel do design vai além da projeção técnica, fazendo com que ele seja também o tradutor de valores simbólicos, hábitos e culturas, atuando como codificador e mediador no apoio à comunicação de produtos e serviços de pequenos produtores. Segundo Krucken (2009), o conceito de design remete a diversos significados em torno de ações como “identificar, compreender, visualizar, criar, visionar, comunicar, projetar e traduzir” (KRUCKEN, 2009, p. 42) com foco em produtos, serviços, cenários, comunicação entre outros.

O design representa um importante catalizador no desenvolvimento econômico e cultural de pequenos e médios produtores. O planejamento de ações para valorizar o território, a longo prazo e de forma sustentável, pode beneficiar produtores e consumidores. Na elaboração de projetos de valorização de produtos locais, o uso do design facilita o processo de inovação representando um importante fator para desenvolvimento econômico e cultural. Krucken (2009) enumera algumas ações para promoção de produtos e território e destaca que não existe receita na elaboração desses projetos específicos. Destacamos aqui algumas delas:

- **reconhecer as qualidades:** para projetar produtos e serviços, é necessário o entendimento abrangente do território. Conhecer o espaço onde nascem, a história e qualidades associadas ao local e comunidade em que são originados;
- **ativar as competências do território:** é necessária a integração de capacidades e competências de diversas áreas do conhecimento e o investimento no desenvolvimento de uma visão compartilhada por diversos atores, como o meio empresarial, institucional e poder público;
- **comunicar o produto e território:** valores e qualidades locais devem ser comunicados de forma clara e acessível aos consumidores. A comunicação da dimensão cultural e o “modo de fazer tradicional” deve ser explícita para a divulgação da tradição e história dos produtos, distinguindo comunidades e regiões de origem;
- **proteger a identidade e o patrimônio:** valorizar o patrimônio material e imaterial para fortalecer a imagem do território, reafirmando o sentido de pertença dos moradores, sua herança cultura, histórica e social;
- **apoiar a produção local:** valorização do saber-fazer tradicional e busca pela utilização de novas tecnologias e possibilidades sem que a identidade do produto e do território seja descaracterizada. Por exemplo, o desenvolvimento de plataformas de intermediação para divulgação de produtos e serviços;
- **promover sistemas de produção e de consumo sustentáveis:** conscientização de produtores e poder público para uso sustentável dos recursos que pode estimular, por meio do design, um posicionamento mais ativo e consciente do consumidor;
- **desenvolver novos produtos e serviços a partir da identificação da vocação do território:** exploração de novas alternativas como o desenvolvimento de atividades turísticas e eventos, que contribuem para renovação da imagem, desenvolvimento local e atração de visitantes;
- **consolidar redes no território:** as redes são essenciais porque podem facilitar o acesso a mercados, promover a conectividade e o domínio de novas tecnologias. Promovem, também, a renovação das estratégias de gestão e organização do território.

Krucken (2009) conclui que todas estas ações devem ser desenvolvidas de forma coletiva e distribuída e que o apoio do design pode se dar em diversos níveis. Destaca a importância da participação de profissionais capacitados e competentes para perceber os elementos do território presentes nos produtos e nos modos de fazer e planejar formas de estimular, favoravelmente, as relações que se constituem em torno da produção e consumo.

### 3. OS SABERES SECULARES DA TRADIÇÃO DA QUITANDA

A tradição da quitanda e seus modos de produção, presente em algumas regiões de Minas Gerais, ultrapassa os séculos e mantém, até os dias atuais, suas práticas e histórias, envolvendo valores que vão além da fabricação dos alimentos, como identidade, memória social, costumes, entre outros.

No Brasil, suas origens se encontram no século XVII. Trazidas da África no período colonial juntamente com a escravidão, a quitanda e sua prática passaram por algumas mudanças até chegar aos modos que conhecemos hoje.

O termo *quitanda* é de origem *quimbundu*, mas aparece em todos os povos de língua bantu de Angola. Em Luanda colonial, as quitandeiras vendiam seus produtos e se distribuíam pela cidade de forma muito semelhante ao que ocorria no Rio de Janeiro no mesmo período [...] (GOMES; SOARES, 2002, p. 8).

Segundo Bonomo (2014), as quitandeiras ou negras de tabuleiro eram as mulheres que vendiam, no comércio ambulante, os “gêneros da terra”, como aguardente, bolos, leite, broas, biscoitos e fumo. Com o declínio da mineração e ruralização da economia mineira na segunda metade do século XVIII, a fazenda passa a ser o núcleo vital da economia,

propiciando a abundância de gêneros como o milho, ovos, leite e queijo, o que possibilitou a produção da pastelaria caseira.

A mistura desses ingredientes com a fusão do conhecimento de portugueses, africanos e indígenas deram origem às quitandas e aos modos de produção atuais. Das negras de tabuleiro às cozinheiras das fazendas do séc. XVIII, a origem das quitandas e do ofício das quitadeiras envolve tradições, costumes e um legado protagonizado por diversas raças, transmitido de geração a geração fortalecendo a identidade regional mineira.

A atuação das quitadeiras e os processos do ofício como conhecemos hoje têm origem nesses dois grupos de memória e traz, em sua história, os modos de preparo das quitandas, utensílios e instrumentos, a forma de venda e transmissão dos saberes. Segundo Halbwachs (1990), as memórias são construídas, individual ou coletivamente por grupos englobando o passado, presente e o futuro. A herança da tradição da quitanda é considerada um patrimônio para as futuras gerações. A semântica do termo patrimônio sugere a ideia de pertencimento a um tempo antecedente por meio de objetos pertencentes a uma herança coletiva, de acordo com Guimarães (2012). Esses objetos proporcionam sentido de pertencimento e metaforizam relações imaginadas que parecem adquirir materialidade. Reflexões acerca do patrimônio significam análises de formas sociais de culturalização do tempo. Através da produção de sentido para a passagem do tempo, as sociedades constroem a ideia de presente, passado e futuro, proporcionando formas históricas e sociais que dão sentido ao transcurso do tempo.

Estas características vão além da prática da culinária e da produção de alimentos. A culinária, por sua vez, materializa a identidade dos mineiros, transformando as quitandas artesanais em pequenos “lugares de memória” que reforçam o pertencimento ao grupo e continuidade da história (Bonomo, 2014).

“A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento [...] é um fenômeno sempre atual, um elo vivo no eterno presente [...] a memória emerge de um grupo que ela une [...] há tantas memórias quantos grupos existem; que ela é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada (NORA: 1993: 9).

Em entrevista<sup>1</sup> realizada pela Prefeitura de Congonhas, para divulgação institucional em redes sociais, Fifi Gomes, quitadeira que atuante na preservação da tradição e a valorização do ofício na cidade, diz que “a quitanda conta a história de um povo. Pela quitanda que se come, a gente sabe as características daquele povo”. Ela fala que as quitandas revelam histórias e características destacando, por exemplo, a simplicidade das pessoas daquele lugar, por possuírem, em casa, os ingredientes necessários para uma broa de fubá: “os ovos, o milho, o leite, que todo mundo tinha no fundo do quintal”.

#### 4. AS QUITANDEIRAS DE CONGONHAS

O conjunto das quitadeiras que atuam na cidade de Congonhas é formado, em sua maioria, por mulheres que mantêm as tradições da produção da pastelaria caseira carregando, por meio do seu ofício, todo o conhecimento nos modos de fazer, utilização de ingredientes e meios de distribuição tradicionais. A comercialização das quitandas é geralmente realizada sob encomenda ou em feiras locais. Para a grande parte dessas quitadeiras, a venda dos produtos é a única forma de renda familiar.

---

<sup>1</sup> Entrevista gravada, disponível em:

<https://www.facebook.com/PrefeituradeCongonhas/videos/2707105649578907/UzpfSTewMDAwMjgzOTc0MTc4MToyNTkyMDQwNTE0MjMzOTE1/>. Acesso em: 28 jul. 2020.

Apesar de terem o nome bastante divulgado na cidade e região, a atuação dessas produtoras sempre ocorreu de maneira isolada. Cada quitandeira fabrica os seus produtos, divulga e comercializa de forma independente. As iniciativas que foram desenvolvidas em conjunto partiram do poder público, tendo as ações executadas especialmente pela Prefeitura de Congonhas que enxerga, na tradição da quitanda, uma forma de promoção da cidade.

Essas ações se dão de maneira esporádica e têm, como principal momento, o Festival da Quitanda, que acontece anualmente, desde o ano 2000. A última edição do Festival, em julho de 2019, movimentou um público aproximado de 30 mil pessoas, segundo a Prefeitura de Congonhas<sup>2</sup>. Em razão da pandemia da Covid-19, o Festival não foi realizado em 2020 e 2021. O evento gratuito tem duração de três dias e acontece no terceiro domingo de maio. Conta com apresentação de shows musicais e outras intervenções artísticas em praça aberta, no qual as quitandeiras expõem e vendem os seus produtos juntamente com produtores de outras cidades, além de participarem de um concurso, onde é eleita a melhor quitanda da edição.



**Figura 1:** Festival de Quitanda de Congonhas/jul. 2019. FONTE: [https://www.congonhas.mg.gov.br/wp-content/uploads/2019/05/DSC\\_0367.jpg](https://www.congonhas.mg.gov.br/wp-content/uploads/2019/05/DSC_0367.jpg). Acesso em 7 jun. 2021.

Apesar das muitas edições já ocorridas e grande visibilidade que o Festival proporciona, seu foco não foi a manutenção e a sustentabilidade das atividades das quitandeiras, que se formalizaram como associação somente em novembro de 2019. As Quitandeiras de Congonhas estão vinculadas à Associação de Artesãos, Artistas Plásticos e Produtores Caseiros de Congonhas e Região - UNIARTE, entidade que auxilia o desenvolvimento de pequenos produtores na cidade. Segundo Geordane Silva (2021), empreendedor e secretário da associação, a iniciativa foi das próprias quitandeiras que enxergaram a necessidade de se organizarem para uma atuação em conjunto mais eficiente, além de buscar melhorias como a possibilidade de ampliação da comercialização dos produtos, como por exemplo, a venda para grandes mineradoras atuantes na região e participação de processos de compras de órgãos públicos.

De acordo com Silva (2021), atualmente existem alguns projetos que intencionam o desenvolvimento da Associação, mas estão estacionados por causa da pandemia da Covid-19, considerando, principalmente, a idade avançada das produtoras. O principal objetivo desses projetos é destacar a quitanda como atrativo turístico. Para isso, estão em vias de contratar, com o apoio da Prefeitura, um programa educacional desenvolvido pelo SENAC-MG, "Primórdios da Cozinha Mineira", que visa o desenvolvimento regional e fortalecimento da gastronomia mineira focando no crescimento econômico e turístico<sup>3</sup>. A partir dessa consultoria, a Associação pretende expandir a atuação e buscar outras alternativas, como a participação em feiras livres, em eventos regionais e gastronômicos, além de se destacar

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.congonhas.mg.gov.br/index.php/armazem-de-secos-e-molhados-e-uma-das-atracoes-do-festival-da-quitanda/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.mg.senac.br/paginas/primordios-da-cozinha-mineira.aspx>. Acesso em: 7 jun. 2021.

como atrativo turístico, por meio de parcerias com agências de turismo, dentre outras entidades ligadas ao desenvolvimento de Congonhas.

## 5. AÇÕES DE DESIGN PARA A PROMOÇÃO DE CULTURAS GASTRONÔMICAS LOCAIS

A utilização de ferramentas de design é chave para a eficácia da comunicação do trabalho e venda de produtos locais. O design é responsável pela tradução dos valores simbólicos, hábitos e tradições em signos gráficos-formais, o que dão ao designer a função de comunicador e codificador da articulação desses elementos. Como campo do conhecimento, o design é uma atividade que envolve o social, a técnica e a significação (Gruszynski, 2009). A identidade de territórios, relacionada ao patrimônio cultural é tema bastante complexo por envolver variados assuntos, características diversas, perpassando por valores já construídos e, sempre, em processo contínuo de construção. No âmbito do patrimônio cultural, o design identifica e constrói estratégias por meio da utilização de ferramentas e metodologias que valorizem o patrimônio em diferentes níveis, que vão pela paisagem e arquitetura até os valores imateriais como tradições e costumes. (TROCCHIANESI, 2009).

Na intenção de um direcionamento de ações de design que poderão contribuir com a valorização e o desenvolvimento sustentável das Quitadeiras de Congonhas, pretendemos refletir sobre algumas iniciativas fundamentadas na pesquisa bibliográfica e no estudo de caso, desenvolvido por Daniela Luz (2017), para os projetos realizados com a Cooperativa de Agricultores Familiares e Agroextrativistas Grande Sertão.

Os produtores da Cooperativa atuam na região norte de Minas Gerais, alcançando 400 comunidades rurais em 38 municípios, utilizando-se de técnicas de cultivo e produção tradicionais. Produzem polpa de fruta congelada, rapadura, açúcar mascavo, cachaça, farinha, mel, óleos vegetais, sementes nativas para plantio e produção de biodiesel. O trabalho é desenvolvido nas bases da agroecologia e manejo sustentável. Para o estudo de caso, foram consideradas questões relacionadas à comunicação com os diversos públicos, além dos processos de desenvolvimento de embalagens que representassem os valores familiares e regionais dos produtos, de acordo com a autora citada.

Objetivando a construção de uma identificação consistente junto ao público interno e externo, e uma diferenciação dos produtos da Cooperativa, desenvolveu-se uma identidade visual, utilizando padrões gráfico que faziam referência aos princípios da base do trabalho da Cooperativa, como agroecologia, diversidade, regionalidade e produção artesanal.

Referências estéticas da litografia e xilogravura, além de processos de impressão como serigrafia e utilização de materiais rústicos como papel *kraft* e reciclado foram explorados como recursos semânticos que representassem a tradição, rusticidade e humanização destes produtos. As embalagens seguiram o mesmo estilo, com utilização mais cores e adornos para maior atratividade. Sacos plásticos, *tags* e etiquetas com elementos da identidade visual e informações sobre os produtos e os produtores, permitiram a identificação e diferenciação dos mesmos. Para a comercialização, foi inaugurado, em 2012, o Empório dos Sertões, situado em um casarão do século XIX, em Montes Claros, um dos centros mais importantes da região norte do estado.

O projeto de design do Empório dos Sertões demandou áreas distintas do design como o gráfico, de produto e de ambientes. Contemplou um vasto material de identidade e comunicação como desenho de marca e elaboração de material de divulgação. Além disso, foram realizadas ações de promoção que incluíram criação de folder, site, painéis informativos para o ambiente interno, uniformes, cardápios, embalagens para a loja, frota para entregas, apresentação audiovisual das etapas de restauro do prédio, brindes promocionais, sinalização interna e externa, adaptação do espaço ao novo uso, principalmente o ponto comercial, com ambientação e desenho de mobiliário. Para ampliação do valor da marca e do consumo dos produtos da Cooperativa Grande Sertão, foram promovidos, ainda, eventos de culinária utilizando-se dos produtos típicos que promoveram a valorização da matéria-prima local e o modo de vida sustentável.

A Cooperativa Empório dos Sertões e as Quitadeiras de Congonhas possuem semelhanças, o que caracteriza algumas necessidades em comum no que se refere à comunicação e valorização de seus produtos. Por se tratar de produção artesanal e sustentável, os modos se diferenciam dos processos industriais, o que necessita de um entendimento entre as relações de produção e consumo. A utilização de ferramentas e métodos de design aplicado a territórios pode auxiliar na identificação, valorização e comunicação das tradições e no desenvolvimento de produtos e serviços que representem uma inovação social (Krucken, 2017). O design é capaz de contribuir para a valorização de recursos locais de várias maneiras:

a) como prestador de serviços, num modelo convencional de desenvolvimento de projeto (por exemplo, de uma embalagem); b) como estrategista, através do desenvolvimento de estratégias de intermediação e comunicação de produtos alimentícios com alto valor sociocultural; c) como artesão e produtor, na produção artesanal de produtos e utensílios relacionados à gastronomia; e d) como pesquisador, na condução de pesquisas acadêmicas e divulgação dos recursos do território. (MOL, 2017, pág. 107)

Levando em consideração os modelos de desenvolvimento de projetos, o design auxilia na composição e visualização dos cenários onde os produtos familiares são produzidos por meio de suas embalagens, códigos visuais e outros parâmetros estéticos que traduzam estas características. Se faz necessária a percepção do profissional sobre as qualidades do contexto local, os modos de produção, usos e valores culturais, além das relações entre a produção e o consumo. Para a construção de identidades gráficas e geração de conhecimento, são necessários o entendimento e uma aproximação direta do profissional com a realidade do cliente, que deve se sentir representado na mensagem a ser transmitida, conforme Luz (2017).

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ideias e exemplos apresentados neste trabalho pretendem contribuir para a reflexão sobre como o design pode atuar para a valorização de produtores artesanais e para o desenvolvimento sustentável das Quitadeiras de Congonhas, auxiliando na divulgação do nome da associação e de seus produtos, considerando o seu contexto carregado de valores históricos e culturais.

As considerações sobre o design aplicado a localidades que oferecem serviços e produtos originais reforçam a importância da utilização de ferramentas específicas que proporcionam o desenvolvimento local e sustentável. A utilização de ferramentas de design fornece o auxílio necessário para a criação de soluções para o favorecimento de recursos locais ao articular a cadeia do setor produtivo por meio da compreensão e planejamento de ações. Indo além do projeto, exerce, também, a função de traduzir valores simbólicos e culturais, por mediar o apoio à comunicação dos serviços e produtos produzidos por essas produtoras.

A exemplo da Cooperativa Grande Sertão, é importante o desenvolvimento de um projeto que represente as qualidades e valores das Quitadeiras, ressaltando as características originais de seus produtos e serviços. O design pode ser forte aliado em projetos de valorização de produtos locais por facilitar processos de inovação e representar importante fator para o desenvolvimento econômico, social e cultural auxiliando o reconhecimento de valores que representam a riqueza cultural do nosso país.

Portanto, a abordagem do design para o território, aplicada ao contexto das Quitadeiras de Congonhas, poderá fortalecer as ações de desenvolvimento da associação na construção de um futuro sustentável economicamente, além de uma atuação mais presente no cotidiano turístico da cidade. O planejamento e execução de ações relacionadas ao design poderá valorizar as tradições do território a longo prazo e de maneira permanente, beneficiando tanto os

produtores quanto os consumidores, além de manter e divulgar as tradições e histórias representadas, com muito orgulho, por essas mulheres.

## REFERÊNCIAS

- BONOMO, Juliana. **O que é que a quitandeira tem?** Um estudo sobre a memória e a identidade das quitadeiras de Minas Gerais. Rio de Janeiro: UERJ, 2014.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Blucher, 2004.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6a edição. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOMES, F. S. & SOARES, C. E. L. **Dizem as quitadeiras...** Ocupações urbanas e identidades étnicas em uma cidade escravista: Rio de Janeiro, século XIX. *Acervo*. Rio de Janeiro, v. 15, nº 2, p. 3-16, jul/dez 2002.
- GUIMARÃES, Manoel Luiz Salgado. História, Memória e Patrimônio. *In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional IPHAN*. Brasília, n. 34. 2012.
- GRUSZYNSKI, Ana Claudia. **Design gráfico, tecnologia e mediação.** 2007 Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/533>. Acesso em 14 ago. 2021.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** Trad: Laurent Léon Schaffter. São Paulo: Ed. Revistas dos Tribunais Ltda, 1990.
- KRUCKEN, Lia. **Design e Território.** Valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- \_\_\_\_\_. Como tornar visível a cultura gastronômica e artesanal de um território? O mapeamento colaborativo como estratégia de pesquisa em design. *In: KRUCKEN, Lia; MOL, André; LUZ, Daniela. Territórios Criativos – Design para Valorização da Cultura Gastronômica e Artesanal.* Belo Horizonte: Editoria Atáfona, 2017.
- LUZ, Daniela. O designer como mediador: estratégias e desafios para comunicar e valorizar produtos regionais da agricultura familiar. *In: KRUCKEN, Lia; MOL, André; LUZ, Daniela. Territórios Criativos – Design para Valorização da Cultura Gastronômica e Artesanal.* Belo Horizonte: Editoria Atáfona, 2017.
- MOL, André. A importância do design para promover a economia criativa: possibilidades de atuação do designer na valorização de recursos locais. *In: KRUCKEN, Lia; MOL, André; LUZ, Daniela. Territórios Criativos – Design para Valorização da Cultura Gastronômica e Artesanal.* Belo Horizonte: Editoria Atáfona, 2017.
- MORAES, Dijon de. Design e complexidade. *In: KRUCKEN, Lia; MORAES, Dijon de; (org). Coleção: Cadernos de estudos avançados em design - Transversalidade.* Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.
- \_\_\_\_\_. Design e identidade local: o território como referência projetual em APLs moveleiros. *In: KRUCKEN, Lia; MORAES, Dijon de; REYES, Paulo; (org). Coleção: Cadernos de Estudos Avançados em Design - Identidade.* Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.
- NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design.** Rio de Janeiro: 2AB, 2013.
- NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares.** Projeto História. São Paulo: PUC-SP. N° 10, p. 12. 1993.
- REYES, Paulo. Identidade x identidades: uma visão pelo design. *In: KRUCKEN, Lia; MORAES, Dijon de; REYES, Paulo; (org). Coleção: Cadernos de Estudos Avançados em Design - Identidade.* Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.
- SILVA, Geordane. Entrevista. Congonhas: 2021. 1 arquivo de áudio em MP3 (59:59). Entrevista concedida a Denilson Gomes Cardoso.
- TROCCHIANESI, Raffaella. Estruturas narrativas orientadas para o design e metalinguagens para a fruição do patrimônio cultural. **Tafter Journal**. Experiência e instrumento para a cultura e para o território. 2009. <https://www.tafterjournal.it/2008/12/22/strutture-narrative-e-metalinguaggi-design-oriented-per-la-fruizione-del-patrimonio-culturale/>. Acesso em 12 set. 2020.