

## DESIGN SISTÊMICO PARA VALORIZAÇÃO DA CULTURA GASTRONÔMICA: A CONSTRUÇÃO DO RELEVO HOLÍSTICO

### *SYSTEMIC PROJECT FOR VALUING GASTRONOMIC CULTURE: THE CONSTRUCTION OF HOLISTIC RELIEF*

Débora Regina Silva Campos<sup>1</sup>

Lívia Flávia de Albuquerque Campos<sup>2</sup>

Raquel Gomes Noronha<sup>3</sup>

#### Resumo

Este artigo visa aplicar o pensamento sistêmico em estudo realizado no Museu Gastronômico do Maranhão, contribuindo para um programa de economia na instituição. O objetivo é mostrar como o design pode valorizar esses produtos, criando conceitos que fortaleçam a identidade local. Inicialmente realizou-se um levantamento da literatura e na sequência foram utilizadas as etapas da abordagem sistêmica para a construção de mapas. A metodologia utilizada foi o design sistêmico, considerada inovadora e um novo modelo econômico e de desenvolvimento para sistemas de produção e para a sociedade, pois evita a exportação de matéria-prima e mão de obra e produz emprego e renda local. Além da valorização da cultura e do povo gerando melhorias na qualidade de vida das pessoas e do ambiente. Neste artigo obteve-se como resultado o relevo holístico, síntese visual das potencialidades de aproveitamento de duas frutas, a juçara e o cupuaçu, incluindo todas as suas partes como caule, fibras, sementes e frutos, por exemplo.

**Palavras-chave:** design sistêmico; identidade local; cultura; relevo holístico.

#### Abstract

This article aims to apply systemic thinking in a study carried out at the Gastronomic Museum of Maranhão, contributing to an economy program at the institution. The goal is to show how design can enhance these products, creating concepts that strengthen the local identity. Initially, a survey of the literature was carried out and, subsequently, the steps of the systemic approach for the construction of maps were used. The methodology used was systemic design, considered innovative and a new economic and development model for production systems and for society, as it avoids the export of raw materials and labor and produces jobs and local income. In addition to the appreciation of culture and people, generating improvements in the quality of life of people and the environment. In this article, the result was a holistic relief, a visual synthesis of the potential of using two fruits, juçara and cupuaçu, including all its parts such as stem, fibers, seeds and fruits, for example.

**Keywords:** systemic design; local identity; culture; holistic relief.

---

<sup>1</sup> Mestranda, UFMA, São Luís, MA, Brasil. [deborarscampos1@gmail.com](mailto:deborarscampos1@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-8574-3406>

<sup>2</sup> Professora Doutora, UFMA – Departamento de Desenho e Tecnologia, São Luís, MA, Brasil. [liviaflavia@gmail.com](mailto:liviaflavia@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-3753-5143>

<sup>3</sup> Professora Doutora, UFMA – Departamento de Desenho e Tecnologia, São Luís, MA, Brasil. [raquelnoronha79@gmail.com](mailto:raquelnoronha79@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-3753-5143>

## 1. Introdução

Em tempos de mudanças motivadas pelo avanço tecnológico e transformações no comportamento dos consumidores, o design vem expandindo a área em que atua não se limitando apenas na criação de um produto, mas também tem ocupado todas as etapas do processo de produção e comercialização.

Bertalanffy (2008) afirma que, para essa nova perspectiva do design foi possível compreender o processo como uma abordagem sistêmica, em que esta abrange todas as interdependências de um sistema, que são estudados tanto de forma isolada, quanto em uma unidade funcional maior, ao se agruparem.

Neste sentido, são exploradas abordagens em que o design se ocupa de estratégias para o desenvolvimento de soluções sustentáveis. Dentre elas encontram-se as abordagens sistêmicas para valorizar o território e os produtos e serviços gerados, através do design.

Dentre estes produtos e serviços encontram-se os produtos gastronômicos. Comer é uma construção sociocultural que espelha a sociedade da qual se origina. Logo, a comida é um signo pelo qual as identidades adquirem materialidade, em pratos, costumes, maneiras de preparo e de consumo. As comidas típicas são construídas da mistura entre recursos, ambiente e população no decorrer do tempo, gerando significados que lhes atribuem estima e reforçam a identidade local (COELHO NETO e BOULHOSA, 2013). Contudo, poucas vezes esses produtos locais são reconhecidos como deveriam ser, dado que os valores que estão ligados a história, a cultura e ao modo de produção não são passados ao consumidor.

Com isso, o objetivo do artigo é apresentar como o design pode valorizar esses produtos, criando conceitos que fortaleçam a identidade local, buscando-se como resultado o melhor aproveitamento dos produtos locais, gerando assim, melhorias na qualidade de vida e do ambiente.

Entende-se que é possível entender as características dos produtos locais que são ricos nas suas significações, e partilhá-los com a sociedade, que muitas vezes não os reconhecem. Desse modo, uma das colaborações essenciais do design para estimular os recursos do território e valorizar seu patrimônio imaterial, é conhecer e deixar perceptíveis valores e qualidades locais e também fazer o aproveitamento dos produtos de maneira sustentável. Tendo em vista, identificar possíveis contribuições do design na valorização do território, unindo produtos e serviços de vários setores, como gastronomia e turismo, e também o desenvolvimento de estratégias para incentivar e informar a sustentabilidade de produtos e serviços.

O design sempre teve ligação com a comida, como por exemplo, nos projetos de utensílios, de identidade visual de alimentos e nas embalagens, mas sempre voltados para as questões que a cercam. Todavia, deu pouca contribuição nos projetos dos alimentos em si. Parreira (2013) diz que um novo relacionamento do design com a alimentação surge a partir da participação cultural, capaz de refletir sobre o espírito e o estilo de vida de uma sociedade. Nesse contexto, o design pode colaborar para tornar visível à sociedade a história por trás dos produtos, permitindo uma apreciação mais abrangente e tornando mais próximos consumidores e produtores.

## 2. Design Sistêmico: Design na Valorização do Território

Na abordagem sistêmica os objetos dão lugar aos sistemas e quando aplicado ao processo de

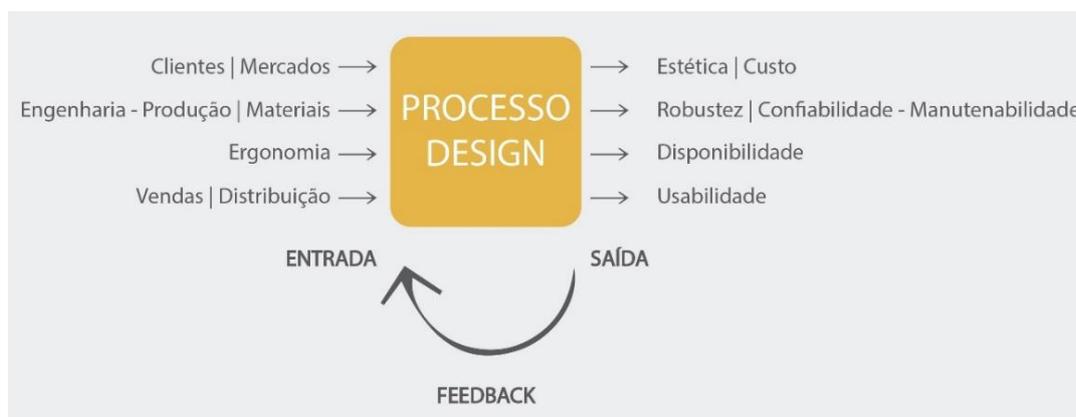
design direciona como deve ser o ciclo referente à produção de um artefato, compreendendo que existem sistemas menores dentro de um sistema maior. Como assegura Morin (2005) que “[...] a complexidade é um tecido (complexus: o que é tecido junto) de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados [...]” e que, efetivamente, ela é “[...] o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico” (MORIN, 2005, p. 13). Cada parte possui sua importância e deve estar presente dentro de um sistema maior. E de acordo com Bertalanffy (2008), cada um dos elementos, ao serem reunidos para construir uma unidade funcional maior, desenvolvem qualidades que não se encontram em seus componentes isolados.

Dessa forma, o/a designer age com um novo comportamento, deslocando o foco da atividade do projeto para a cultura do projeto, da tecnologia para a cultura tecnológica e da produção para a cultura produtiva, desenvolvendo-se rumo a um pensamento sistêmico (KRUCKEN, 2009). Assumindo o pensamento sistêmico, o design busca resolver mazelas sociais complexas com soluções simples.

Segundo Bonsiepe (2011), o design procura a produção de coerência e possui como parâmetro de sucesso a satisfação da sociedade. Dessa forma seus resultados podem se caracterizar como uma "inovação sociocultural" (...) é a percepção sistêmica que particulariza e incentiva ao exercício do design na contemporaneidade (KRUCKEN, 2009). De tal modo, as mudanças motivadas pela melhoria das tecnologias objetivam entender como cada parte de um sistema pode se inter-relacionar de maneira separada dentro de um sistema holístico, com o intuito de alterar as maneiras de pensar nos projetos que devem ser flexíveis e integrar o usuário como participante ativo.

Logo, o design é uma ferramenta linguística de comunicação que influencia no meio social com seus projetos com foco no melhoramento da qualidade de vida da sociedade, procurando transmitir uma informação por meio de um produto ou serviço. Portanto, Santos (2000) apresenta uma abordagem em que o design é visto como um sistema processador de informações (Figura 1).

**Figura 1: Design como um sistema processador de informações.**



Fonte: Adaptado de Santos (2000, p. 24).

A Figura 1 mostra as informações de entrada e, ao serem processadas, originam os dados de saída, que são processados pelo usuário e apresentam as informações de *feedback* que de acordo com Vasconcellos (2013, p. 115), “volta à entrada do sistema como

informação”, reiniciando o ciclo completo. Assim, os efeitos desse processo são dados “que irão identificar determinado produto ou empresa no mercado, posicionando-o com relação a concorrentes e consumidores” (SANTOS, 2000, p. 23).

Bistagnino (2009) afirma que o design se limita ao notar somente os valores que o nosso sistema social, cultural e econômico examina primeiro, em que a centralização está no produto, como mostra a Figura 2 abaixo.

**Figura 2: Esquema dos valores com o foco no produto.**



Fonte: Adaptado de Bistagnino (2009).

Para Vezzoli (2010), o aumento de possibilidades do produto trata da inovação do sistema informado por meio de uma mistura integrada de produtos e serviços. E de acordo com Bistagnino (2009), a funcionalidade dos modelos contemporâneos, ocasiona uma grande quantidade de descarte, em que o foco está no produto. Sob esse olhar do design sistêmico, o autor faz um enfoque aos valores que estão interligados ao homem e ao ponto em que este vive no ecossistema, assim, a produção precisa ser pensada como uma maneira de sustentação da sociedade, baseado na abordagem da “emissão zero”.

“O designer precisa aprender a desenvolver produtos e serviços ambientalmente sustentáveis” (VEZZOLI, 2010, p. 39). Ou seja, devem aprender a gerar novas interações e parcerias entre os atores distintos, com o objetivo de achar soluções novas aptas a concentrar interesses econômicos e ambientais. Para finalizar, a necessidade de obter a capacidade de facilitar e operar um processo de design participativo entre usuários, empreendedores, dentre outros, em um determinado território.

Essa abordagem de território se fundamenta na valorização ligada aos recursos da biodiversidade, do patrimônio material e imaterial produzido no decorrer do tempo e que são nativos de um determinado território. Um produto precisa ter uma boa qualidade e também precisa que suas características sejam notadas de maneira positiva. Pois, ao optar por um produto, as pessoas procuram informações que permitam buscar e identificar seus atributos.

Assim, o design pode colaborar de forma significativa, buscando maneiras para tornar perceptível à sociedade a história por trás dos produtos, ou seja, comunicar componentes da história, da cultura e da sociedade associados, proporcionando ao consumidor analisar e contemplar o produto por completo. Dessa forma, beneficia o território de origem e preserva os valores dos saberes tradicionais, contribuindo para o uso e valorização de hábitos sustentáveis na produção, na comercialização e no próprio consumo (Figura 3).

**Figura 3: A qualidade ampliada envolve o produto, o território e as relações entre produtores e consumidores.**



Fonte: adaptado de Lia Krucken (2009).

A abordagem do design que referencia-se no território busca beneficiar ao mesmo tempo produtores e consumidores locais, localizados em certa região geográfica (KRUCKEN, 2009). Isto é, os planejamentos e as ações sugeridas para valorização dos capitais social e territorial, precisam estar colocados num ponto de vista sustentável em longo prazo, em que diversas oportunidades podem aparecer, seja de um produtor para um grupo de produtores ou de uma empresa para um conjunto de empresas. Assim, é preciso que exista o trabalho em grupo, o olhar sobre os recursos do território com o objetivo de valorizá-los, a orientação de ações de modo sistêmico e a organização das redes adequadas ao desenvolvimento local.

### **3. Relações entre Design e Gastronomia na Contemporaneidade**

O design e a gastronomia têm questões em comum. Hoje, a estetização das tarefas do cotidiano levou *chefs* e cozinheiros a terem uma preocupação com os aspectos visual e estético dos seus trabalhos, ao ponto que design e gastronomia interconectam-se em seus domínios (PARREIRA, 2014). Mas, o design não se associa com a gastronomia somente através da estética, mas também na idealização, no processo, nos materiais, nos objetos, tecnologias usadas dentre outros.

Segundo Margolin (2013), design e alimento são questões que estão presentes desde sempre na história da humanidade. O design nasceu com as atividades de caça e pesca e desde então, tornou-se essencial para a alimentação do homem.

Projetar alimentos constitui processar grãos, frutas e carnes para manter, transportar

e transformá-los em comestíveis e apetitosos, que através da criatividade e da experimentação, possuía a finalidade de ajustar os ingredientes da natureza para atenderem as necessidades do homem (STUMMERER E HABLESREITER, 2010).

A comida e a bebida ampliaram suas fronteiras, confluindo com o campo da arquitetura, engenharia e design, unindo seus conhecimentos em um mesmo projeto como forma de manifestação interdisciplinar (PARREIRA, 2014). Portanto, se estabelece como uma das direções da atualidade, a interação entre gastronomia e design (RAYMOND, 2008; MOURA, 2015b). Ambas as disciplinas combinam aspectos artísticos, científicos e tecnológicos em seus processos, buscando favorecer o indivíduo (RAYMOND, 2008; JOÃO, FERREIRA E DUARTE, 2012).

Hoje, existe uma variedade de opções de alimentos disponíveis no mercado, mas, inovar e ter aceitação no mercado não é fácil, além da vasta quantidade de concorrentes. Diante disso, alguns profissionais reconhecem o benefício do design no campo da gastronomia, admitindo que o trabalho do designer pode tornar também, a identidade visual e corporativa mais adequada e concorrente, fazendo com que o setor alimentício alcance a inovação em produto, qualidade e serviço (BUREAUX e CAU, 2011; MARGOLIN, 2013).

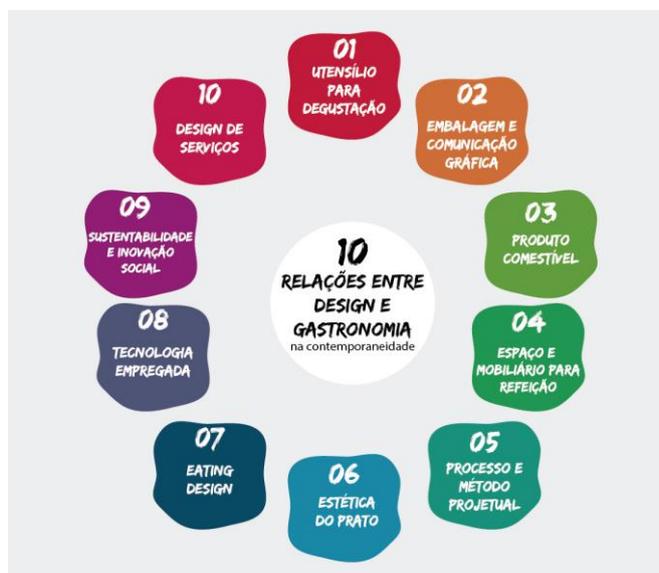
De acordo com Parreira (2014), design e gastronomia ligam-se em quatro níveis:

- 1) nas ferramentas criadas para o preparar, transformar e preservar os alimentos;
- 2) nos utensílios utilizados à mesa;
- 3) na determinação do simbolismo no decorrer do ritual da alimentação; e
- 4) no desenvolvimento do próprio alimento.

A gastronomia proporciona território de oportunidades nos quais o design pode agir, mas também se apropria de saberes e processos característicos do design.

Pode-se dizer que pelo menos dez segmentos entre design e gastronomia se relacionam (PARREIRA, 2014).

**Figura 4: Relações entre design e gastronomia na contemporaneidade.**



Fonte: adaptado de Brito, 2018.

A Figura 4 tem o intuito de facilitar o entendimento do tema, aumentando o conhecimento das várias questões em que o design e a gastronomia relacionam-se na contemporaneidade. Todavia, essa abordagem não é permanente, devido aos campos em que atuam cada área, que ainda estão sendo traçados.

Petrini (2015) afirma que um sistema pensado para reduzir a diversidade, aumentar a produtividade e distribuir a partir de estrutura muito centralizadas e de maneira eficiente na realidade “perdeu alimento” em todos os níveis. E ainda segundo o autor uma diversidade que não se refere somente às tradições e biodiversidade a salvar, mas também àquilo que de novo e de bom, limpo e justo nasce quando a troca cultural se torna um modo de repensar os territórios próprios, para criar aquilo que não existia. Desta forma, a abordagem aqui proposta potencializa a relação entre design e alimentação, e proporciona uma abordagem de tangibilizar, visualmente, a potencialidade do território e de suas frutas, como apresenta-se a seguir.

#### 4. Infografia

Existem diversas maneiras de definir a infografia, todavia, o conceito principal parte do próprio significado da palavra. De acordo com Ribeiro (2008) a palavra vem do termo em inglês *infographic*, uma redução de *information graphic*, que significa informação gráfica. Já em português, o termo “grafia” expressa escrita ou registro e “info” significa informação. Assim, infográfico é a junção de “informação + gráfico”, que normalmente é representado de um texto acompanhado de uma imagem. E também, deve-se notar que o teor do conteúdo informado é considerável para uma caracterização.

Produzir a representação visual da informação não é apenas uma tradução daquilo que pode ser lido para aquilo que pode ser visto. Requer filtrar as informações, instituir relações, diferenciar padrões e apresenta-los de uma maneira que possibilite ao leitor entender que determinada informação estabelece algo com significado (RAJAMANICKAM, 2005).

A infografia é um campo multidisciplinar que harmoniza com vários tipos de conhecimentos em um só artefato. De acordo com Moraes (2013, p. 20) “a superfície dos infográficos revela, enfim, que eles se encontram na intersecção de três campos diferentes: Design, Informação e Ilustração”.

Ainda segundo Moraes (2013), a infografia corresponde ao registro gráfico da informação, pela associação da linguagem verbal e iconográfica, com certa predominância desta última. Para Lima (2009), a iconografia é uma peça gráfica voltada à explicação de algum fenômeno.

Sobre a terminologia, infográfico denota tanto a representação gráfico visual da informação quanto para aplicação da informática para a criação de representações gráficas (CORREIA, 1999, p. 193).

Uma das principais características que definem a infografia é o uso de uma linguagem visual esquemática com o intuito de informar. E é isso que o relevo holístico traz, um modelo visual de representação e síntese de informações que relacionam dados escritos e pictóricos, com o objetivo de explicar um certo fenômeno, seja este físico ou abstrato.

O relevo holístico que resultou desta investigação pode, portanto, ser considerado um infográfico, que precisa ser construído de tal forma que atraia o olhar do leitor e faça com que ele entenda a mensagem sem precisar depender de outros suportes para explicá-la. Essa

habilidade é consequência do trabalho da adequação da informação textual junto aos ícones, à tipografia e à estética, de maneira que a informação que se deseja passar esteja clara e precisa – neste caso apresentar as relações e potencialidades de duas frutas presentes das receitas e valorizadas no Museu Gastronômico do Maranhão: o cupuaçu e a juçara

## 5. Museu Gastronômico do Maranhão

O Museu Gastronômico do Maranhão foi inaugurado no dia 13 de junho de 2019. Funcionando de segunda à sexta-feira, das 8h às 19h, e aos sábados, das 8h às 12h, o museu apresenta exposições sobre a história da culinária maranhense, além de possuir um espaço oferecido para a prática de oficinas de capacitação na área da gastronomia.

Instalado em um prédio do período colonial, localizado na rua da Estrela, no Centro Histórico de São Luís, o local reúne bebidas, pratos tradicionais e representações da culinária maranhense. A instituição é uma parceria do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico (IPHAN), Ministério do Turismo e da Prefeitura de São Luís.

Entre os pratos apresentados, estão tortas de caranguejo e camarão, arroz de cuxá, doce de buriti, ainda bebidas e licores de frutas típicas do estado como o cupuaçu, murici e juçara, além da cachaça tiquira e o tradicional Guaraná Jesus. O museu também destinou um espaço para as sobremesas maranhenses, como o picolé e sorvete de coco, que são consumidos diariamente por turistas e maranhenses (CENTRAL DE NOTÍCIAS, 2019).

As especiarias e o artesanato também são alguns dos destaques do museu, além da diversidade de produtos como temperos, farinhas, castanhas, dentre outros. O Museu da Gastronomia possui também uma área apenas para contar histórias da culinária no estado, por meio de objetos e utensílios que são utilizados na preparação dos pratos típicos. O objetivo do museu é proporcionar aos visitantes uma experiência memorável pelos sabores da culinária maranhense, apresentando a todos as tradições do estado e seus hábitos alimentares.

O Museu Gastronômico valoriza ainda mais a gastronomia local como um elemento forte da nossa identidade cultural.

**Figura 5: Exposições sobre a história da culinária maranhense.**



Fonte: Débora Campos, 2020.

Figura 6: Variedade de grãos, ingredientes e bebidas maranhenses.



Fonte: Débora Campos, 2020.

Como cidade patrimônio cultural da humanidade, São Luís tem um grande valor cultural e seus pratos típicos compõem esse conjunto de elementos que tornam a capital maranhense singular nesse aspecto.

## 6. Metodologia

Para Capra (1982) os problemas atuais são sistêmicos, pois estão intimamente ligados e são interdependentes. O pensamento sistêmico oferece uma visão holística, diferente do pensamento mecanicista que é linear.

A metodologia do Design Sistêmico tem como base, cinco linhas guias: os *outputs/input* (os *outputs* de um sistema se convertem em *inputs* para outro sistema – os *outputs* são considerados descartes e os *inputs* recursos); as relações (em que as relações criam o próprio sistema); a auto geração (*autopoiesis* – se reproduzem de forma autônoma e de forma recíproca); agir localmente (no território onde é realizado); e o homem no centro do projeto (o homem associado a todos os contextos ambiental, social, cultural e ético).

A aplicação das linhas guias foi feita por meio da elaboração do Relevo Holístico, que é uma das fases de aplicação para se obter o resultado no design sistêmico, e é considerado como uma ferramenta de síntese. O Relevo Holístico faz referência ao quadro atual do território de que se trata; para compreendê-lo (CARVALHAES PÊGO e DE OLIVEIRA, 2014). Abrange o entendimento do seu conjunto em toda sua totalidade, desde questões históricas até questões produtivas. E o que faz o território ser singular é esse conjunto de características.

Logo depois, são apresentadas as atividades produtivas que existem no território, ou seja, averiguação de todos os *outputs* e *inputs* implicados em cada sistema. A quantidade dos *outputs* nos oferece dados para calcular sua distribuição entre outros sistemas produtivos, como também para formatar a forma de distribuição, através de um serviço, produto ou processo.

É possível notar que esse princípio beneficia toda a comunidade, pois evita-se a importação de matéria-prima e mão de obra, produzindo emprego e renda dentro do próprio local, reduzindo impactos e custos de logística. Os novos processos, produtos e serviços são

produzidos a partir dos *outputs* do sistema existente.

De maneira ideal, a produção deve usar os recursos do próprio território, com a finalidade de atender todas as necessidades do mesmo e a economia deve ser autossuficiente.

De acordo com Bistagnino (2011), o que se pode destacar de inovador nessa abordagem é que ela pode ser considerada como um novo modelo econômico e de desenvolvimento, não apenas no sistema de produção, mas em toda a sociedade, e não se limitado somente à questão ambiental.

### **6.1. Resultados: Pesquisa Sobre os Produtos Alimentícios Tradicionais**

Segundo DaMatta (1999), as sociedades se expressam por meio de diversos idiomas. No Brasil especificamente, o código da comida é com certeza um dos mais significativos. Ainda de acordo com o autor, a comida pode ser compreendida como uma realização social que permite leituras do dia-a-dia (DAMATTA, 1985).

Cabral (2014) afirma que comer consiste em uma relação entre o corpo, sensações, cultura e o alimento, abarcando os processos de produção, colheita, transporte, venda, preparo, apreciação, entre outros. O ato de comer é importante dentro da sua situação econômica e de toda a sua representatividade regional, superando a gastronomia e a nutrição. Sendo reconhecido caracterizado como um espelho cultural apto para refletir identidade coletiva, caráter, valores e crenças de uma sociedade (PARREIRA, 2013).

A comida é uma construção sociocultural ligada às histórias pessoais e em grupos, as tradições e o artesanato. Os hábitos alimentares também influenciam no nosso cotidiano, determinam a maneira como nos relacionamos com os outros e como observamos e sentimos os territórios. Assim, a comida se manifesta como um meio excelente para o entendimento da cultura imaterial e um apoio para o reconhecimento da identidade local (COELHO NETO e BOULHOSA, 2013).

Os conhecimentos sobre gastronomia fazem parte dos chamados novos patrimônios, sendo assim, bens culturais suscetíveis de registro e proteção. Moraes (2011) comenta que o entendimento da comida como bem cultural prático inalcançável procede da sua compreensão enquanto signo por meio do qual as necessidades adquirem materialidade.

Os alimentos típicos ou tradicionais denotam pratos estabelecidos como caracterizadores de certa região e cultura, pela matéria-prima da região, pela sua maneira de fazer, até de como consumir esses alimentos, definidos como habituais a um grupo social. Possui uma particularidade cultural, histórico e familiar inseparável, remetendo-se ao passado do local e ao processo de passagem do conhecimento no decorrer do tempo ao longo das gerações.

O entendimento do típico decorre dos elementos compartilhados por pobres e ricos de uma mesma região, possui um caráter de identificação que atravessa as diferenças internas (ABDALA, 2006). As tradições gastronômicas se constroem por meio da interação entre a sociedade, o ambiente e os recursos característicos que estão à disposição, em que esses não podem ser transferidos facilmente para outros lugares sem mudar as características e os significados que lhes dão valor.

Por essa razão, a comida é vista como um atrativo de grande importância para o turismo, pois possui uma forte ligação com o território e fortalece a imagem e notoriedade do lugar. De tal modo, o proveito dessa relação, entre comida e seus significados, vem sendo

bastante usado na construção da imagem de territórios e aumento de peculiaridade comparando com outros locais (COELHO NETO e BOULHOSA, 2013).

### 6.1.1. *Theobroma Grandiflorum*

A árvore do *Theobroma grandiflorum* é encontrado facilmente no Pará – parte sul, leste e sudoeste –, no Estado do Amazonas e na pré-Amazônia maranhense (DUCKE, 1953). O cupuaçuzeiro se manifesta de forma silvestre nas florestas tropicais úmidas da terra firme (CUATRECASAS, 1964; CALZAVARA et al., 1984). Hoje, o cupuaçu está espalhado por toda a bacia amazônica e norte do estado do Maranhão, alastrando-se pelo país, chegando a alcançar o Estado de São Paulo.

Seu cultivo está presente nas regiões que apresentam temperaturas médias ao ano superiores a 22° C, pluviosidade superior a 1500 mm, e umidade relativa superior a 75%. E os solos mais indicados são os areno-argilosos, profundos e com boa drenagem (VENTURIERI, 1993).

O fruto do cupuaçu é o que tem maior tamanho, dentro do gênero *Theobroma*, dentre os frutos amazônicos, é o que agrupa melhores condições de aproveitamento industrial e sua polpa tem várias possibilidades de uso na indústria de alimentos (RIBEIRO, 1996). Os produtos que podem ser feitos com a polpa do cupuaçu são sucos, picolés, sorvetes, geleias, doces, iogurtes, tortas, licores, biscoitos, xarope, bombom, compotas e outros produtos lácteos. Na culinária doméstica, a polpa tem larga utilização, abrangendo mais de 60 modalidades de consumo, destacando-se os cremes, pudins, tortas, bolos e pizzas (CALZAVARA et al., 1984). Com as amêndoas, pode-se produzir o cupulate, que possui características nutritivas e organolépticas parecidas com a do chocolate e uma gordura fina parecida à manteiga de cacau. O óleo oriundo das sementes, também é utilizado na indústria de produtos de beleza (VILLACHICA et al., 1996).

Calzavara (1987) afirma que os estudos realizados com a polpa do cupuaçu, mostram ótimas características e além teores médios de fósforo e de vitamina C maiores a diversas outras polpas de frutas. Das espécies do gênero *Theobroma*, é uma das frutas de maior importância no que se refere a aspectos sociais e econômicos. O cupuaçu é tipicamente cultivado com maior periodicidade, em pequenas propriedades, empregando mão-de-obra familiar e resultando numa melhor qualidade de vida para os pequenos produtores.

### 6.1.2. *Euterpe Edulis*

Devido às suas características ecológicas e econômicas, a palmeira juçara (*Euterpe edulis Martius*) é vista como uma espécie importante para a Floresta Atlântica (GALLETI et al. 1999; REIS e KAGEYAMA, 2000). Além das características pertinentes à manipulação sustentável (REIS et al, 2000), pode proporcionar vários produtos além do palmito, como por exemplo, o estipe (caule) maduro para ripas para construção, as folhas são utilizadas para coberturas de casas, os frutos proporcionam um “vinho” (PIO CORRÊA, 1969).

A juçareira se destaca, entre os vários recursos vegetais, pela sua fartura e por produzir importante alimento para as populações locais. Dos frutos da juçareira é extraído o vinho, polpa ou somente juçara, como é conhecida na região. A juçara é comumente consumida com farinha de mandioca, camarão seco ou peixe. Com o fruto são produzidos sorvetes, doces, licores, geleias, podendo ser utilizado, também, para a extração de corantes. A semente é usada na produção de cosméticos, artesanato, panificação, na torrefação de café,

óleo comestível, fitoterápicos, adubo orgânico e ração animal. As fibras podem ser usadas para fabricação de móveis, indústria automobilística, compensados, entre outros (TINOCO, 2005).

No Maranhão, a produção está concentrada no noroeste do estado, e a extração de juçara aumentou nos últimos cinco anos, sendo reconhecido como um dos maiores produtores do fruto. Hoje, o estado está em terceiro lugar no *ranking* no país de em relação a juçara, também, alimento típico da culinária local (O IMPARCIAL, 2018).

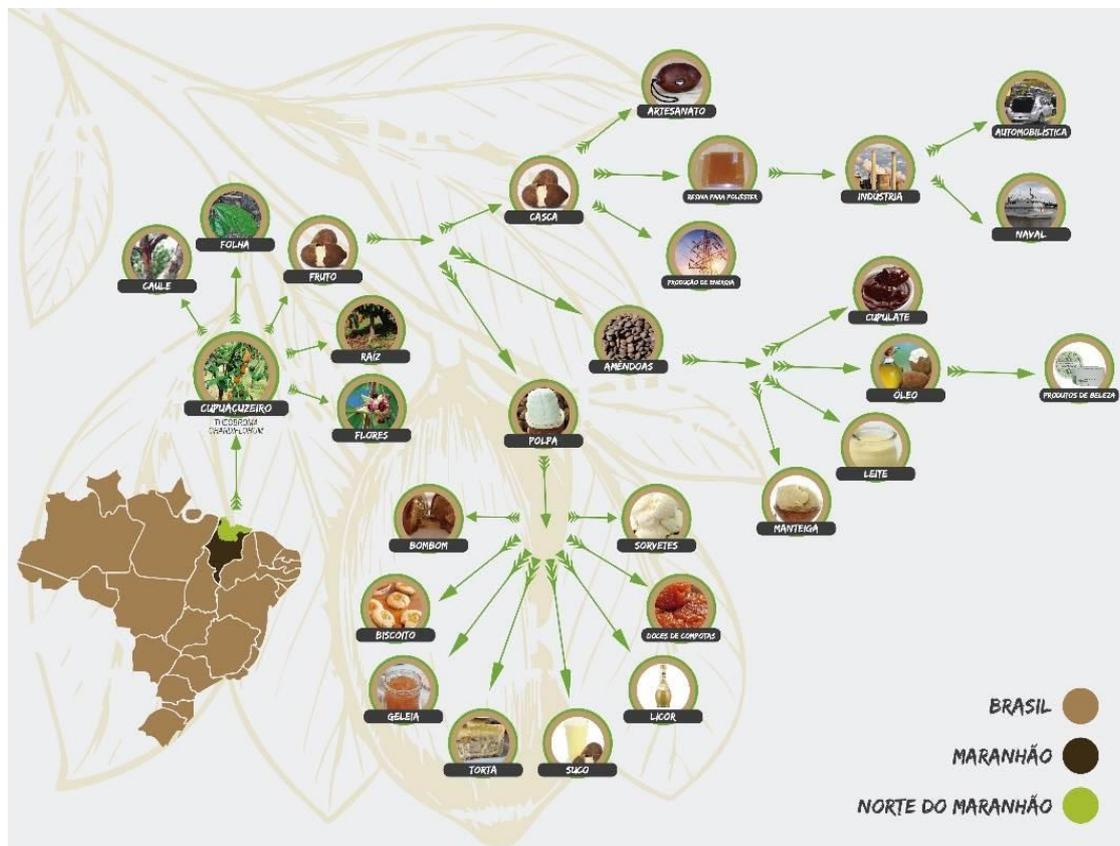
## 6.2. Resultados: Relevô Holístico

O Relevô Holístico é uma representação gráfica que se refere ao panorama atual do espaço e dos produtos em questão, que abrange o entendimento de todo o seu contexto, como a história do lugar, seus recursos e suas atividades – social, cultural e produtiva, o modo e o ritmo de vida do lugar, assim como sua estrutura. O conjunto dessas peculiaridades é que torna o território singular.

### 6.2.1. Cupuaçu

A Figura 7 mostra o relevô holístico do que pode ser feito com o cupuaçu. O aproveitamento de todas as suas partes como casca, polpa e amêndoas.

Figura 7: Relevô holístico do que pode ser feito com o cupuaçu.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.



Os resultados apresentados nos infográficos evidenciam como esta abordagem abarca possíveis caminhos que visam ampliar a forma como as frutas são comercializadas, gerando novos produtos e, como tais produtos podem ser desenvolvidos tendo como ponto de partida o aproveitamento integral das próprias frutas. Esta visão sistêmica colabora tanto para o fortalecimento da economia, uma vez que abre um leque para novas possibilidades de trabalho, ampliando a cadeia de produção e criando novos hábitos de consumo, como também enaltece a cultura, por meio da criação de produtos típicos ligados à tradição e a história local.

Assim, compreende-se que, com a visão sistêmica, o Museu Gastronômico do Maranhão poderá resguardar suas tradições e desenvolver novas economias baseados em seus serviços e produtos, além de mostrar as características da região relacionadas às questões culturais, ambientais e territoriais.

Este estudo teve como finalidade contribuir para a valorização da cultura e do melhor aproveitamento dos produtos locais, apresentando alternativas para as sobras dos produtos usados no Museu – material que comumente é descartado – como novas possibilidades de produção de produtos, que se revertem em renda para a população local.

Vale evidenciar que esta pesquisa é o início de um estudo que pretende entender e mostrar como os produtos regionais utilizados no Museu Gastronômico podem ser aproveitados e utilizados das mais diversas formas, gerando novos produtos, novos serviços, novas relações e tendo retorno econômico. Inicialmente foram sistematizados apenas dois produtos usados no Museu, o cupuaçu e a juçara, mas para estudos futuros, esta pesquisa pode ser estendida para os outros produtos. O artigo também pode ser usado para orientar designers, estudantes e pesquisadores interessados sobre estas questões.

## Referências

- ABDALA, M. C. **Sabores da tradição**. Revista do Arquivo Público Mineiro, Ano XLII - N º 2 - Julho-Dezembro de 2006.
- BERTALANFFY, L V. **Teoria geral dos sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BISTAGNINO, L. Design Sistêmico: uma abordagem interdisciplinar para a inovação. p.13-30. In: MORAES, D. de; KRUCKEN, L. **Cadernos de estudos avançados em design: Sustentabilidade II**. Barbacena: EdUEMG, 2009.
- BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BRITO, B. R. **Relações entre design e gastronomia no cenário contemporâneo**. Dissertação (Mestrado) - UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”, Bauru, 2018.
- BUREAUX, S.; CAU, C. **Design culinaire**. Saint-Germain: Eyrolles, 2011.
- CABRAL, M. Que comida queremos? Revista: **Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)**. Edição 81, pág. 22, dez 2013/fev 2014.
- CALZAVARA, B.B.G.; MULLER, C.H.; KAHWAGE, O.N.N. **Fruticultura Tropical: o cupuaçuzeiro – cultivo, beneficiamento e utilização do fruto**. EMBRAPA-CPATU: Belém, p. 101, 1984.
- CALZAVARA, B.B.G. **Cupuaçuzeiro**. EMBRAPA/CPATU: Belém, p. 5, 1987.

- CARVALHAES PÊGO, K. A.; DE OLIVEIRA, P. M. **Design Sistêmico**: relações entre território, cultura e ambiente no âmbito da Estrada Real. *Strategic Design Research Journal*, 2014, 7.3.
- CASCUDO, L. D. A. **História da alimentação do Brasil**. Belo Horizonte / Itatiaia/ EDUSP, 1993.
- COELHO NETO, E; BOULHOSA, R. de F. **Comunicação, comida e território**: a capacidade distintiva da gastronomia na reputação de cidades brasileiras. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 521-539, maio/agosto 2013.
- CORREIA, M. B. F. **Design da informação e Infografia**. In: *Infográficos: Uma abordagem ergonômica*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2009.
- CUATRECASAS, J. **Cacao and its allied**: A taxonomic of the genus Theobroma. *Contributions U. S. of the Natural Herbarium*, v.35, n.6, p.379-614, 1964.
- DA MATTA, R. **A casa e a rua**. São Paulo, Editora Brasilense, 1985.
- DA MATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro, Rocco, 1999.
- DUCKE, A. **As espécies brasileiras do gênero Theobroma L**. Belém: Instituto Agronômico do Norte, p. 89, 1953.
- GALETTI, M.; ZIPARRO, V.; MORELLATO, L.P. **Fruiting phenology and frugivory on the palm Euterpe edulis in a lowland Atlantic forest of Brazil**. *Ecotropica* 5: 115-122, 1999.
- JOÃO, R.; FERREIRA, P.; DUARTE, F. **Fabrico Próprio**: O design da pastelaria semi-industrial portuguesa. 2 ed. Lisboa: Pedrita, 2012.
- KRUCKEN, L. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- LIMA, R. C. **Análise da infografia jornalística**. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Escola Superior de Desenho Industrial. Rio de Janeiro, 2009.
- LOCATELLI, M. et al. **Estudo do comportamento produtivo do cupuaçuzeiro em sistemas agroflorestais**. In: *WORKSHOP SOBRE AS CULTURAS DE CUPUAÇU E PUPUNHA NA AMAZÔNIA*, 1, 1996, Manaus. Anais... Manaus: EMBRAPA/CPAA, p. 160, 1996.
- Maranhão está em 3 lugar na produção de Juçara do Brasil. **O imparcial**, 2018. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/noticias/2018/04/maranhao-esta-em-3-lugar-na-producao-de-juicara-do-brasil/>>. Acesso em: 27 de nov. de 2019.
- MARGOLIN, V. **Design Studies and Food Studies**: Parallels and Intersections. *Design and Culture*, v. 5, n. 3, p. 375-392, 2013.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E ABASTECIMENTO. Decreto nº 2314 de 04 de setembro de 1997.
- MORAIS, L. P. **Comida, patrimônio**: articulações possíveis. *História: Questões & Debates*, Curitiba, n. 54, p. 227-254, jan/jun. Editora UFPR, 2011.
- MORAES, A. **Infografia: história e projeto**. São Paulo: Blucher, 2013.
- MORIN, E. **O método 1**: a natureza da natureza. Tradução de Ilana Heineberg. Porto Alegre: Sulina, 2005.

- MOURA, M. **Singularidade e Diversidade do Design Brasileiro Contemporâneo**. In: 11 th International European Academy of Design Conference (EAD), Paris, França. Anais. Paris: The Value of Design Research, 2015b.
- Museu da Gastronomia do Maranhão é inaugurado em São Luís. Central de notícias, 2019. Disponível em: <https://centraldenoticias.radio.br/museu-da-gastronomia-do-maranhao-e-inaugurado-em-sao-luis/>. Acesso em: 21 de nov. de 2019.
- PARREIRA, S. I. M. Alimentação, comida e design. In: **Design, crise e depois**. Editora: Faculdade de Belas Artes, Lisboa, p. 116-121, 2013.
- PARREIRA, S. I. M. **Design en place**: Processo de design e processo criativo na alta cozinha. Tese (Doutorado em Design de Comunicação) Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal, 2014.
- PETRINI, C. **Comida e liberdade**: Slow food – histórias de gastronomia para a libertação. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2015.
- PIO CORRÊA, M. **Dicionário de plantas úteis do Brasil, cultivadas exóticas**. v. IV. Rio de Janeiro, Ministério da Agricultura, p.543, 1969.
- RAJAMANICKAM, V. **Infographics Seminar Handout**. Bombay: National Institute of Design Ahmedabad, 11 oct, 2005.
- RAYMOND, M. (Ed.). **CrEATe.**: Eating, design and future food. Berlin: Gestalten, 2008.
- REIS, A.; KAGEYAMA, P.Y. Dispersão de sementes do palmito (Euterpe edulis Martius – Palmae). In: Reis, M.S. & Reis, A. (eds). **Euterpe edulis Martius (Palmito)**: biologia, conservação e manejo. Herbário Barbosa Rodrigues. Sellowia, 45-48: 60-92, 2000.
- RIBEIRO, S. A. **Infografia de Imprensa**: História e análise ibérica comparada. Minerva Coimbra, 2008.
- SANTOS, F. A. **O design como diferencial competitivo**: o processo de design desenvolvido sob o enfoque da qualidade e da gestão estratégica. 2. ed. Itajaí: Univali, 2000.
- STUMMERER, S.; HABLESREITER, M. **Food design XL**. New York: Springer, 2010.
- TINOCO, A. C. **Açaí amazônico**: novas perspectivas de negócio. Belém, PA: Embrapa Amazônia Oriental, 2005.
- VASCONCELLOS, M. J. E. **Pensamento sistêmico**: o novo paradigma da ciência. 10. ed. Campinas: Papirus, 2013.
- VENTURIERI, G.A. **Cupuaçu**: a espécie, sua cultura, usos e processamentos. Belém: Clube do Cupu, p. 108, 1993.
- VENTURINI FILHO, W. G.; MENDES, B. do P. **Fermentação alcoólica de raízes tropicais**. In: CEREDA, M. P.; VILPOUX, O. F. (Cord). Tecnologia, usos e potencialidades de tuberosas amiláceas sul americanas. São Paulo: Fundação Cargill, v. 3, Cap. 19, p. 530-575, 2003.
- VEZZOLI, C. **Design de Sistemas para a Sustentabilidade**: teorias, métodos e ferramentas para o design sustentável de “sistemas de satisfação”. Salvador: EDUFBA, 2010.
- VILLACHICA, H. **Copoasu**: Theobroma grandiflorum (Willd. ex Spreng.) Schum. FAO. Tratado de cooperacion amazônica: Frutales x hortalizas promisorios de la Amazonia. Lima, p. 104 – 112, 1996.

