



## **DESIGN, IDENTIDADE E TERRITÓRIO: RELATO DE UMA AÇÃO EXTENSIONISTA EM COMUNIDADES REMANESCENTES QUILOMBOLAS**

Larissa Vargas Teixeira

Gabrielle Pinto Borges

Carolina Iuva de Mello

José Marcos Froehlich

Resumo: Na contemporaneidade, a maior parte dos bens não são produzidos no mesmo território em que são consumidos, nem carregam atributos que os vinculam a sua comunidade, pertencendo a um sistema sem território. No entanto, há uma carência no sujeito que busca estes produtos de conhecer e reconhecer a história por trás deles. Especialmente no caso da produção oriunda de grupos sociais com forte identificação cultural, como as comunidades remanescentes quilombolas, a valorização das identidades territoriais se torna fundamental para a afirmação do grupo e sua diferenciação nos mercados. Nesse cenário, o design surge como um facilitador, podendo auxiliar a sua promoção em campos de conhecimentos distintos, em consequência, promovendo novas possibilidades e novos caminhos. O presente artigo busca ressaltar a relevância da relação entre design e comunidades, dando ênfase aos grupos quilombolas. Dessa forma, apresenta-se o processo de valorização da identidade de comunidades, considerando um ação extensionista onde foram realizadas ações com o objetivo de afirmar uma imagem identitária coletiva para o território. Assim, o processo foi preparado com o intuito de torná-las reconhecíveis, desenvolvendo e ampliando os conhecimentos a fim de tornar estas referidas comunidades atrativas e independentes, melhorando, entre outros fatores, a sua condição social e econômica.

Palavra-chave: Design. Identidade. Território. Comunidade Remanescente Quilombola.

### **Introdução**



Na atualidade, o design está habitualmente inserido na sociedade como um produto de finalidade industrial ou promocional, pois a maioria dos profissionais da área se encontram executando trabalhos em grandes indústrias ou em escritórios de design gráfico, *e-commerce* e criação de conteúdo. No entanto, existe uma perspectiva de atuação que vem crescendo nos últimos anos, o design voltado para a inovação social.

As inovações sociais “são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais ‘de baixo para cima’ em vez de daqueles ‘de cima para baixo’” (MANZINI, 2008, p. 61). Nesse contexto, volta-se o olhar às especificidades culturais do território, sendo aqui compreendido como uma construção social, resultante da identificação e da mobilização dos atores sociais em um dado espaço geográfico.

Para tornar os territórios evidentes perante outras coletividades, busca-se a construção de imagens identitárias coletivas, cuja projeção se torna objetivo estratégico para o desenvolvimento dos territórios. A atuação do designer, em contextos de inovação social, é de um mediador, evidenciando as especificidades dos grupos sociais e as tornando reconhecíveis para a sociedade como um todo.

As comunidades remanescentes de quilombo merecem destaque nesse cenário, pois estão fortemente associadas à territorialidade, por se encontrarem vinculadas ao uso comum dos recursos locais que são transmitidos pelas relações familiares. As comunidades quilombolas são caracterizadas como “grupos com identidade cultural própria que se formaram por meio de um processo histórico que começou nos tempos da escravidão no Brasil” (MINISTÉRIO DA CIDADANIA, 2015).

Desse modo, ao apresentar o relato de ações extensionistas desenvolvidas junto às comunidades quilombolas de Júlio Borges e Linha Fão, ambas localizadas no território centro serra do Rio Grande do Sul, o artigo busca evidenciar possibilidades e atributos que o design é capaz de agregar para as comunidades, especialmente no sentido de contribuir para a valorização de sua imagem identitária, aspecto fundamental para a sua afirmação enquanto grupo social dotado de especificidades culturais e territoriais.

## **Design para a Inovação Social**



Ao analisar as características da sociedade contemporânea, é possível observar que ela está cada vez mais dependente economicamente da sua produção cultural e criativa. Desse modo, pode-se constatar que as identidades dos territórios se tornaram fontes cruciais de distinção e originalidade, dentro da linguagem e do contexto do mundo globalizado (GANEM, 2016 apud MACIEL; LACERDA; GUIMARÃES, 2017).

Nessa conjuntura, o design se configura como uma peça estratégica, uma vez que se transforma junto à sociedade. Devido a isto, foi possível observar grandes mudanças nos seus horizontes de atuação, assim como nos métodos e abordagens utilizados pelos profissionais e por aqueles que, de forma consciente ou não, o praticam (KRUCKEN, 2009, p. 13). Uma das áreas em que o design atua hoje é a inovação social, que se configura com uma nova perspectiva, baseada na premissa de reconhecer e estimular um determinado grupo, seu território e seus bens.

A importância de uma atuação em rede para o desenvolvimento e promoção da inovação social pelo design é a necessidade de refletir sobre o papel da prática profissional do designer, bem como seu quadro teórico, diante do reconhecimento do valor de soluções auto-organizadas pelos cidadãos que questionam os modos hegemônicos de produção e consumo. Tais soluções, consideradas promissoras na transição para a sustentabilidade, traziam no seu bojo o reconhecimento de uma criatividade difusa e, conseqüentemente, o reconhecimento das habilidades de design por não designers. Longe de questionar a necessidade e o papel dos designers profissionais, propunha-se, e propõe-se ainda hoje na rede DESIS, a repensar o papel destes em um grande processo de aprendizagem social e distribuída, reconhecendo a organização em rede e o emergir de um novo conhecimento em design capaz de interpretar e fomentar tais processos (CIPOLLA, 2017, p. 83).

Assim, o designer atua como um agente de mediação social, e se torna capaz de potencializar soluções às comunidades que acompanha. Isso ocorre porque ele não só atua no nível do projeto, mas no processo de constituição e evolução de um determinado contexto por meio de ações coletivas (DEL GAUDIO, 2017).

Geralmente, os casos onde o designer passa a desenvolver esta mediação nascem a partir de demandas, problemas da vida cotidiana contemporânea ou, ainda, oportunidades. Esses casos são fruto de um grupo de pessoas que foram capazes de dar vida a essas soluções inovadoras, e fizeram isso recombinação o que já existe, sem esperar mudança geral no sistema (MANZINI, 2008). Por isso, essas pessoas, capazes de reorganizar elementos já existentes em novas e significativas combinações, ao inventarem, aprimorarem



e gerenciarem soluções inovadoras para novos estilos de vida, são reconhecidas como comunidades criativas (MERONI, 2007).

Lia Krucken (2009, p. 10) disserta sobre o que se deve esperar dos designers desta nova era, neste ponto ela apresenta a primordialidade de uma capacidade de gestão, incorporando a complexidade que se estabeleceu e ainda permanece no cenário atual. Assim, ela destaca que o foco do design se ampliou de maneira a aproximá-lo de contornos e fronteiras anteriormente tidas como longínquas.

A busca por agregar valor a produtos, fortalecendo e estimulando a identidade local, é um forte impulsionador do investimento em design. Especialmente para economias emergentes, que anseiam posicionar-se de forma competitiva, o design representa um catalisador da inovação e da criação de uma imagem positiva ligada ao território, a seus produtos e serviços (KRUCKEN, 2009, p. 43).

Assim, segundo Moraes (2008 apud PEREIRA; ENGLER; MARTINS, 2015) o design deve ser capaz de contextualizar e globalizar, desenvolvendo soluções que relacionem favoravelmente ambos os grupos componentes. Deste modo, beneficiando os recursos e potencialidades locais, atendendo as determinadas necessidades em contextos específicos e, também, promovendo a integração das comunidades e das diversidades, incorporando benefícios e acionando diálogos e redes locais e globais.

É deste ponto adiante que o curso do design se designa para a inovação social, agregando sua capacidade de criar novos modelos de referência e projetando novos estilos de vida com base na sua visão de valores (OLIVEIRA; MARQUES; GUEDES, 2016). Nesse cenário, Pereira, Engler e Martins (2015) acrescentam que sua transdisciplinaridade se configura como um meio capaz de contribuir para o estímulo e desenvolvimento econômico e sociocultural das comunidades, através de suas técnicas e o exercício da criatividade. O objetivo se torna “imaginar cenários e traduzi-los em visões desejáveis de produtos e serviços que se caracterizem pela relação com o território e com a sua comunidade e, desta forma, estimulem o reconhecimento de sua identidade” (KRUCKEN, 2009, p. 16).

Para Shea (2012 apud OLIVEIRA; MARQUES; GUEDES, 2016), a perspectiva do design para inovação social incorpora meios para corroborar na tarefa de intervir entre produção, consumo, tradição versus inovação, qualidade local e relação global. Para que os consumidores consigam reconhecer essas qualidades, é necessário comunicá-las com eficiência. “Esta é uma tarefa que envolve sensibilidade, responsabilidade e, é



extremamente importante, pois consiste no desenvolvimento de um ponto de entendimento entre produtores e consumidores” (OLIVEIRA; MARQUES; GUEDES, 2016, p. 3608). Nessa perspectiva, supõe-se que a melhoria da imagem de seus produtos, aliada a um projeto de design que ampliasse seu valor percebido, valorizando a identidade cultural do grupo e o seu conhecimento tradicional, qualificaria seus produtos para melhor concorrer no mercado (SILVA, 2012).

### **Comunidades Remanescentes Quilombolas**

A palavra quilombo, segundo Freitas et al. (2011), tem origem na etimologia bantu e significa acampamento guerreiro na floresta, referindo-se às unidades de apoio mútuo criadas pelos rebeldes ao sistema escravista e às suas reações, organizações e lutas pelo fim da escravidão no país. Os grupos quilombolas foram expulsos das regiões centrais e perseguidos pelo restante da sociedade, perpetuou-se uma consequente divisão territorial. Isto resultou na permanência destes grupos em centros rurais, muitas vezes nos territórios próximos de onde se encontravam desde a época da escravidão (CARRIL, 2006).

Os quilombolas se apropriaram dos recursos naturais existentes nos territórios onde permaneceram, praticando a agricultura de excedentes comercializáveis, mantendo relações comerciais com os mercados próximos e/ou com os comerciantes que passavam próximo aos territórios onde estavam localizados. Esse resultado da interação com o ambiente em que se encontraram, na medida em que muitas famílias se refugiaram em áreas de florestas e matas, a montante de cachoeiras ou em serras, resultou na configuração de grupos que utilizavam os recursos locais para garantir a sua subsistência (CARRIL, 2006). Ou seja, as formas de apropriação dos recursos naturais foram, na maioria das vezes, resultado da interação com o ambiente em que se encontraram.

Em certos ecossistemas, como os de floresta, os quilombolas tornaram-se extrativistas. Habitantes das margens de rios tornaram-se ribeirinhos e pescadores, além de agricultores, no interior das matas, à montante das cachoeiras e nas serras, lugares que serviram de abrigo e esconderijos, protegendo-os dos capitães do mato. As simbologias e representações sobre a natureza formuladas pelos quilombos originaram a base da identidade homem-meio. Memória, terra e etnia formaram uma simbiose que lhes permitiram um vínculo duradouro entre si e com o lugar (CARRIL, 2006, p. 161).



Esta relação de pertencimento a uma comunidade e a sua terra é uma forma de expressão da identidade étnica e da territorialidade, construídas sempre em relação aos outros grupos com os quais se confrontam e se relacionam (SCHMITT; TURATTI; CARVALHO, 2002). Deve-se ressaltar, também, que a população quilombola ainda luta por igualdade de direitos, pela posse e regularização de suas terras, pela melhor atenção à saúde pública no nosso país, visto que, ainda hoje muitos destes grupos encontram-se em situações de vulnerabilidade (FREITAS et. al, 2011). No intuito de equiparar os direitos civis destas comunidades, em 2004, o Governo Federal instituiu que:

Consideram-se terras ocupadas por remanescentes das comunidades de quilombos toda a terra utilizada para a garantia de sua reprodução física, social, econômica e cultural, bem como as áreas detentoras de recursos ambientais necessários à preservação dos seus costumes, tradições, cultura e lazer, englobando os espaços de moradia e, inclusive, os espaços destinados aos cultos religiosos e os sítios que contenham reminiscências históricas dos antigos quilombos (INCRA, 2006).

Assim, atualmente é reconhecida a particular territorialidade quilombola, vinculada ao uso comum dos recursos e perpessada, especialmente, pelas relações familiares (CARVALHO; LIMA, 2013). “Em todos os casos, estamos diante de representações da realidade, na medida em que os seres humanos constroem símbolos e significados sobre si próprios e sobre o mundo” (BRANDÃO, 1986 apud CARRIL, 2006, p. 169).

### **Design e Comunidades Remanescentes Quilombolas: relato de uma ação extensionista**

Esta seção relata a aproximação entre acadêmicas do curso de Desenho Industrial da Universidade Federal de Santa Maria e atores sociais pertencentes às Comunidades Remanescentes Quilombolas de Júlio Borges (Salto do Jacuí, RS) e Linha Fão (Arroio do Tigre, RS), dada por meio de um projeto de extensão em parceria com o Núcleo de Pesquisa e Extensão em Desenvolvimento Territorial (NEDET<sup>1</sup>) Centro Serra.

---

<sup>1</sup> Os NEDETs são equipes técnicas formadas por professores e pesquisadores de instituições públicas de ensino superior que realizam, nos territórios rurais, ações de extensão e pesquisa, envolvendo o assessoramento, acompanhamento e monitoramento das políticas públicas de desenvolvimento rural e de inclusão produtiva (NEDET CENTRO SERRA, 2017).



O NEDET Centro Serra atua nessas comunidades desde 2017 e, em determinado momento, sua equipe reconheceu a necessidade de agregar ao corpo de atuação estudantes da área de design para mediar e desenvolver a criação de uma imagem identitária que tornassem reconhecíveis as produções das comunidades como sendo quilombolas, principalmente para diferenciar e valorizar os produtos em relação a similares.

A comunidade quilombola Linha Fão está localizada a 30 quilômetros do centro de Arroio do Tigre, em um terreno bastante íngreme e de solo pedregoso, próximo ao Rio Caixão, que faz divisa com o município de Salto de Jacuí. Neste local, residem 15 famílias que compartilham uma área de 11 hectares. A produção agrícola das famílias é de subsistência, com produtos como mandioca, feijão, verduras e legumes, plantio de fumo e outras culturas sazonais. Também há produção de artesanatos locais. Muitas pessoas da comunidade prestam serviços, atuando como peões nas lavouras de fumo vizinhas ou em outras atividades como carpintaria e trabalho doméstico.

Já a comunidade quilombola Júlio Borges, situada no município de Salto do Jacuí, constitui-se como uma agrovila formada pelos domicílios de 44 famílias quilombolas. Atualmente, vivem em uma área total de 210 hectares onde são cultivados principalmente mandioca, amendoim, milho, batata e feijão, mantendo a produção de alimentos tradicionais das comunidades quilombolas. As ações do NEDET buscam promover a qualificação e a diversificação das atividades produtivas dedicadas aos cultivos tradicionais, levando em conta os princípios da agroecologia, o planejamento de atividades voltadas à produção de panificados e o fomento do artesanato, com vistas à participação da comunidade quilombola em redes de economia solidária e mercados institucionais. A ideia é reforçar e ampliar a produção dos sistemas tradicionais para constituir uma cooperativa de comercialização dos produtos quilombolas (NEDET CENTRO SERRA, 2017).

Com base nestas informações, e com as estudantes já integradas à equipe do NEDET, deu-se início a fase de contato com as comunidades e a elaboração de um planejamento das fases de mediação, visando a criação das imagens identitárias de forma conjunta entre estudantes e comunidade. Como a abordagem requerida pelo design para a inovação social é a participativa, a atuação se deu mais no sentido de facilitar a comunidade no processo de busca de soluções para seus problemas, envolvendo-os no processo de criação e levando em consideração seus conhecimentos, capacidades e necessidades.



As ações de valorização de identidades territoriais devem sempre promover o diálogo com os agentes locais para que os resultados alcançados sejam eficientes e coerentes com a realidade dos grupos sociais envolvidos (MELLO, et al., 2011). O diálogo, portanto, configura-se como o método de relação entre os sujeitos, as diversas partes se encontram em permanente interação (FREIRE, 1987), tendo neste caso grande relevância, levando em conta que estas comunidades tradicionais têm a oralidade como principal forma de se expressar e comunicar seus saberes.

Do ponto de vista metodológico, o planejamento da mediação desenvolvida foi uma pesquisa-ação, pois visava “desvendar um leque aberto composto de possibilidades de ação progressivamente descobertas, formuladas ou escolhidas pelos grupos que participam ativamente no processo” (THIOLLENT, 1997, p. 25). Segundo Thiollent (1997), uma pesquisa-ação envolve as seguintes fases: fase exploratória (diagnóstico para identificar um problema); fase principal (planejamento da ação, considerando as ações como alternativas para resolver o problema); fase de ação (execução das ações, com seleção de um roteiro de ações); fase de avaliação (avaliação das consequências da ação).

A ação desenvolvida com as comunidades quilombolas se pautou pelas fases da pesquisa-ação citadas acima, acrescidas de considerações a respeito do design para a inovação social e valorização territorial. A seguir, serão apresentados os objetivos de cada fase, com suas respectivas experiências e os resultados alcançados.

Na fase exploratória, o objetivo foi reconhecer as qualidades do produto (KRUCKEN, 2009), ou seja, compreender o espaço onde nascem os produtos, sua história e suas qualidades, associadas ao território e à comunidade de origem quilombola. Para isso, foram realizadas visitas às comunidades, nas quais a equipe foi recebida em algumas casas, apresentada aos membros às famílias, onde pôde partilhar um pouco da sua rotina e ter o primeiro contato com as produções artesanais locais. Também se teve contato com os alimentos tradicionais, com a natureza do local, e com as formas de se relacionar em grupo, entendeu-se melhor como se davam as inter-relações e as ligações familiares entre as duas comunidades, bem como os dias e horários mais propícios para realizar atividades.

A fase principal foi composta por duas ações: uma roda de conversa/exposição e o planejamento conjunto da ação da próxima fase. A roda de conversa foi organizada pela equipe do NEDET com o intuito de expor os artesanatos das artesãs e artesãos do território, realizando uma troca de saberes das técnicas e, também, por meio do diálogo, instigar nos



participantes a percepção da importância do artesanato como representante da imagem identitária coletiva. A partir deste encontro foram recolhidas uma riqueza de informações, como a possibilidade de construir um vasto banco de fotos dos artesanatos, imagens que narram a identidade cultural da comunidade. Também foi possível entender a proveniência das matérias-primas, quase todas do próprio território, bem como, por meio das falas das anciãs, compreender como as técnicas artesanais foram passadas de geração em geração dentro da comunidade, conhecimento hoje guardado pelas filhas e netas.

Posteriormente, foram discutidas possibilidades para o planejamento das ações futuras, que visaram a criação de imagens identitárias que pudessem ser utilizadas pelas comunidades em suas produções artesanais. Nas visitas, pode-se notar a importância da criação destas imagens identitárias, já que na dimensão cultural e o conhecimento embutidos na criação de artefatos muitas vezes não são comunicados de forma explícita nos produtos. Informar sobre o “modo de fazer tradicional”, por exemplo, é importante para a recuperação e a perpetuação da tradição e da história dos produtos, distinguindo e exaltando as comunidades que os produzem e as regiões de origem, e assim garantir o fortalecimento das associações comunitárias e a identificação do artesanato quilombola perante aos demais atores, clientes e sociedade em geral.

A fase de ação foi marcada pela mediação de oficinas criativas e a elaboração das alternativas de imagens identitárias para as comunidades. Foi ministrada uma oficina de experimentação gráfica em cada comunidade, com o intuito de estimular a criatividade dos atores sociais e, ao mesmo tempo, compreender as palavras, imagens e simbolismos que representam a comunidade para as pessoas que ali moram. Ambas oficinas tiveram em média 15 participantes, todas mulheres, de diferentes faixas etárias.

Durante as oficinas foram sendo compartilhadas memórias das anciãs presentes, que aproveitaram o momento de trocas para relatarem suas vidas e experiências no território. Aqui vale ressaltar o caráter matriarcal das comunidades quilombolas, sendo as mulheres as principais agentes de comunicação da identidade quilombola perante a sociedade. Assim, foi possível notar a potencialidade das oficinas também na construção de espaços e vivências que oportunizam um momento de troca de saberes entre as pessoas da comunidade, possibilitando, mesmo que indiretamente, a prática ancestral do compartilhar por meio da oralidade.



Além disso, solicitou-se que as artesãs das comunidades levassem para as oficinas seus trabalhos manuais. Desta forma, foi possível conhecer algumas das peças produzidas (grande parte confeccionada em palha de milho), obter mais referências visuais e, principalmente, possibilitar a troca de saberes entre design e artesanato. Nesse contexto, notou-se a importância dos trabalhos artesanais para autoestima das mulheres quilombolas, entendendo-se que, ao colaborar com a valorização das suas produções artesanais, contribui-se também para a valorização da mulher artesã.

As oficinas iniciaram reforçando a importância de se ter uma imagem identitária para identificar as produções das comunidades como sendo quilombolas. Foram apresentados exemplos de marcas quilombolas já existentes e discutidos seus elementos e simbolismos, trazendo a reflexão da importância da expressão da identidade cultural perante a sociedade, de forma valorosa e reconhecível. Após, usou-se a técnica de “*brainstorming*”, frequentemente usada para desenvolver novas ideias, unir informações e fomentar o pensamento criativo, de modo a estimular as participantes a definirem palavras que remetessem às Comunidades. As principais palavras citadas foram: família, seus valores (amor, proteção, núcleo) e os sujeitos da comunidade, a mulher e o homem quilombola (trabalhadores), as crianças (esperança), jovens (mudança) e os idosos (sabedoria); o trabalho (dignidade) e suas ferramentas, em especial a enxada; o plantio e produtos da terra, ervas, legumes e o valor do seus alimentos e, por fim, os diferentes tipos de artesanato (passados de geração em geração). Após conhecidos os principais eixos da expressão da comunidade, foram feitos vários desenhos pelas participantes, expressando essas palavras não só oralmente, mas também visualmente (Figura 1).



importância de também se representar o homem quilombola. Dessa forma, a terceira imagem representa a importância do núcleo familiar para a Comunidade, a identidade da mulher e do homem quilombola, os elementos da natureza do território e das suas ferramentas de trabalho<sup>2</sup>.

De modo análogo, foram desenvolvidas três alternativas de imagens identitárias para a Comunidade Quilombola Linha Fã, apresentadas na figura 3:

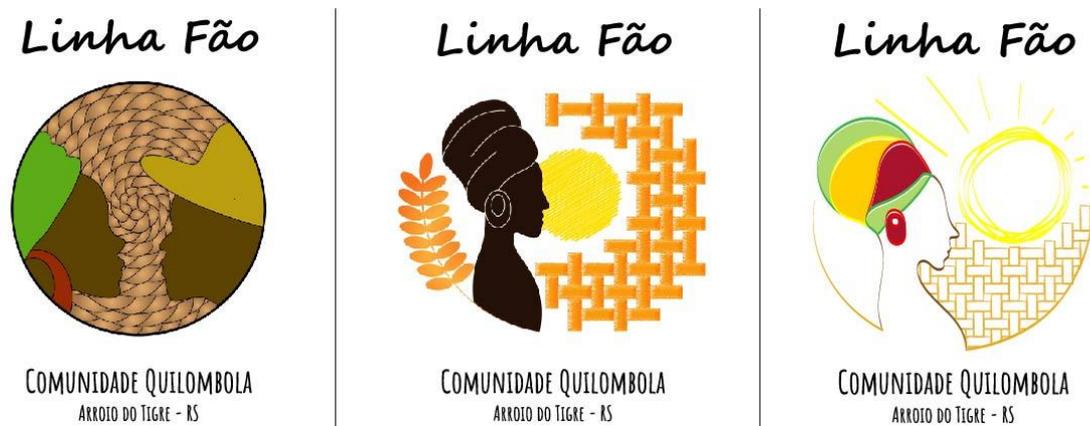


Figura 3 - Alternativas de imagens identitárias para a comunidade Linha Fã.

Durante o processo criativo, priorizou-se a representação do trançado de milho, característica forte do artesanato da comunidade, bem como a representação da mulher quilombola. Da primeira à última imagem, procurou-se reduzir e simplificar os elementos utilizados, aproximando-se de um desenho minimalista. As alternativas ainda não foram apresentadas à comunidade de Linha Fã por conta da pandemia do COVID-19. Assim que for possível retornar presencialmente à Comunidade, com segurança para todos os envolvidos, dar-se-á continuidade ao desenvolvimento da imagem identitária.

Por fim, a fase de avaliação tem como objetivo a realização de encontros com as comunidades para que os moradores possam acompanhar e opinar sobre o processo de criação das imagens identitárias, tornando o processo participativo, permitindo o diálogo e facilitando a apropriação das imagens pelos atores sociais. Dado o contexto pandêmico, por

<sup>2</sup> Para mais informações sobre o processo de criação das imagens identitárias propostas para a Comunidade Remanescente Quilombola Júlio Borges, ver Borges, Mello e Froehlich (2019).



ora, houve apenas um encontro avaliativo com a comunidade de Júlio Borges. Assim que for possível, pretende-se dar continuidade às ações extensionistas em ambas comunidades.

### **Considerações finais**

Como previamente ressaltado, a valorização de especificidades territoriais é fundamental para a afirmação dos grupos sociais frente à alteridade. As comunidades remanescentes quilombolas possuem forte identificação cultural, que muitas vezes não é traduzida para os consumidores. Nesse cenário, em um contexto de inovação social, o designer pode atuar como um mediador, auxiliando no reconhecimento da comunidade quilombola, de seu território e de suas produções.

As ações extensionistas realizadas junto às comunidades de Júlio Borges e Linha Fão foram desenvolvidas com foco na mediação e diálogo entre estudantes e comunidades, ou seja, processos de trocas de conhecimentos que possibilitaram o fortalecimento das experiências locais em um contexto de inovação social. As ações impactaram de forma positiva a experiência acadêmica dos envolvidos, abrindo um leque interdisciplinar, integrativo e que amplia a visão desses futuros profissionais para os âmbitos cultural, territorial e social.

Para as comunidades, a aproximação com a área do design também foi positiva, uma vez que a criação de imagens identitárias coletivas que valorize suas especificidades culturais e territoriais, torna-as reconhecíveis perante outros grupos, atraindo novos consumidores para os seus produtos e reforçando a autonomia e autoestima de seus membros. Infelizmente, devido ao contexto pandêmico vivido ao longo do ano de 2020, as ações extensionistas precisaram ser suspensas. Assim que for possível, pretende-se dar continuidade ao processo de mediação e finalização das imagens identitárias coletivas.

### **Referências**

BORGES, G. P.; MELLO, C. I. de; FROELICH, J. M. Design para a inovação social: ações de valorização da identidade territorial e cultural de comunidades remanescentes quilombolas. 7º Simpósio Design Sustentável, Recife, 2019.



- CARRIL, L. F. B.. Quilombo, território e geografia. **Agrária**, São Paulo, n° 3, p. 156-171, 2006.
- CARVALHO, R. M. A.; LIMA, G. F. da C.. Comunidades quilombolas, territorialidade e a legislação do Brasil: uma análise histórica. **Revista de ciência sociais**, n. 39, p. 329-346, Outubro, 2013.
- CIPOLLA, C.. Ecovisões sobre Design para a Inovação Social. In: Alfredo Jefferson de Oliveira; Carlo Franzato; Chiara Del Gaudio. (Org.). **Ecovisões Projetuais. Pesquisas em Design e Sustentabilidade no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Blucher, 2017, v. 1, p. 83-86.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- FREITAS, D. A.; et al. Saúde e comunidades quilombolas: uma revisão da literatura. **Revista CEFAC**, Minas Gerais, 13, 5, p. 937-943, Set-Out, 2011.
- INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. Instrução Normativa N° 16 de 24 de março de 2004. **Governo Federal**, 2004. Disponível em: [https://www.normasbrasil.com.br/norma/instrucao-normativa-16-2004\\_75285.html](https://www.normasbrasil.com.br/norma/instrucao-normativa-16-2004_75285.html). Acesso em: 03 mar. 2021.
- KRUCKEN, L. **Design e território: Valorização de identidades e produtos locais**. 1ª Edição. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- MACIEL, R. C., LACERDA, A. C. G.; GUIMARÃES, L. H.. Design, Identidade e Território: uma proposta de ensino. **Colóquio Internacional de Design**, Minas Gerais, 2017.
- MANZINI, E. **Design para a Inovação Social e Sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- MERONI, A.. **Creative Communities. People Inventing Sustainable Ways of Living**. Milan: Edizioni Polidesign, 2007.
- MELLO, C. I. de. et al. Projeto Design Social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato. **Inclusão Social**, v. 5, n. 1, 2011.
- MINISTÉRIO DA CIDADANIA. Comunidades Quilombolas. 2015. Disponível em: <http://mds.gov.br/assuntos/seguranca-alimentar/direito-a-alimentacao/povos-e-comunidades-tradicionais/comunidades-quilombolas>. Acesso em: 01/03/2021
- NEDET CENTRO SERRA. O que são. Universidade Federal de Santa Maria. 2017. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/centroserra/index.php/2015-08-17-13-06-33/o-que-sao>. Acesso em 04/03/2021.



OLIVEIRA, I. C. M.; MARQUES, A. M. D. R.; GUEDES, M. G. P. R.. Design social para valorização de uma identidade local - design de sistemas sociais. **3º Congresso Internacional de Moda e Design**, Buenos Aires, 2016.

PEREIRA, C. M.; ENGLER, R. C.; MARTINS, D. M.. Design, inovação social e sustentabilidade: o conceito de comunidades criativas em Nova Lima - MG. **Janus**, Lorena, nº 21, p. 34-47, jan-jun, 2015.

SCHMITT, A.; TURATTI, M. C. M.; CARVALHO, M. C. P.. A atualização do conceito de quilombo: identidade e território nas definições teóricas. **Ambiente & Sociedade**, Ano V, nº 10, p. 1-6, 1º semestre, 2002.

SILVA, S. B.. O design participativo como elemento de valorização da produção cultural da associação ver-a-ervas, em Belém-PA. **Revista Movendo Ideias**, Rio de Janeiro, 17, nº 1, p. 102-114, 2012.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-Ação nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 1997