

09.

Verónica Castro
DeCA, Universidade de Aveiro
veronicacastro@ua.pt

Álvaro Sousa
Professor Auxiliar
ID+, DeCA, Universidade de Aveiro
alvarosousa@ua.pt

Design para a preservação da memória iconográfica de um produto artesanal local: o caso das bonecas de massa

Design for the preservation of the iconographic memory of a local artisanal product: the case of the bonecas de massa

As Bonecas de Massa são figuras de maçapão identitárias da Ilha da Madeira mas que não alcançaram grande visibilidade, tanto a nível local como nacional. Atualmente, poucas são as artesãs que as fazem. Por não ser lucrativo, nenhuma faz deste artesanato uma ocupação a tempo inteiro. Propomo-nos perceber se o contributo do design ao transformar estas figuras de maçapão em biscoitos/ bolachas de iconografia semelhante, através da industrialização do processo de fabricação, estará a valorizar e preservar a identidade deste território e do respetivo património local. As Bilhardas, denominação atribuída às novas bolachas, pretendem comunicar esta história através da embalagem para reposicionarem-se no mercado, atualizando-se para novos públicos. A metodologia utilizada é qualitativa exploratória com recurso a casos de estudo de produtos gastronómicos identitários cuja tipologia, carácter estético e/ ou antropológico são demarcados e contribuem para que estes se distingam no seu território. Estes casos comunicam uma história e tradição que nos revela a cultura desses territórios através dos produtos. Pretende-se com o produto Bilhardas recuperar a memória de um produto artesanal, de visibilidade reduzida, transformando-o num produto contemporâneo.

Palavras-chave design e território, design e identidade, bonecas de massa, bilhardas.

Bonecas de Massa are identity marzipan images from Madeira Island but they have not achieved a huge visibility and recognition, both locally and nationally. Currently, few artisans make them. Because it is not lucrative, none of them make this craft a full-time job. We propose to understand if the contribution of design by transforming these marzipan figures into biscuits/ cookies of similar iconography, through the industrialization of the manufacturing process, will be valuing and preserving the territory's identity and the respective local heritage. Bilhardas, the name given to the new cookies, intend to communicate this story through the packaging to reposition themselves in the market, updating itself for new audiences. The methodology used is qualitative exploratory, with the use of case studies of identity gastronomic products whose typology, aesthetic and/ or anthropological character are demarcated and contribute to distinguishing them in their territory. These cases communicate a story and a tradition that reveal the culture of these territories through products. It is intended that Bilhardas show how it is possible to recover the memory of a handcrafted product, with reduced visibility, in a contemporary product.

Keywords design and territory, design and identity, bonecas de massa, bilhardas.



Figura 1. Dona Salomé a vender as suas Bonecas num arraial.
Foto: Coleção particular.



Figura 2. Boneca de Massa "rica" da artesã Salomé Teixeira.
Foto: Isabel Rodrigues Ornelas.

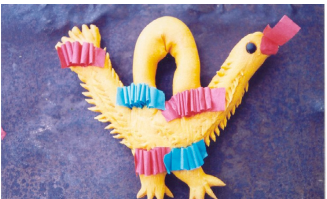


Figura 3. Galinho.
Foto: Isabel Rodrigues Ornelas.



Figura 4. Casal, da artesã Salomé Teixeira (figura feita nos anos 90).
Foto: Rui Carita.

1. Introdução

Na linha de uma série de tradições, as Bonecas de Massa são um produto artesanal de expressão localizada que se associam à Ilha da Madeira (Ferreira, 2019). Popularmente denominadas por “Bonecas de Massa” por enaltecerem a figura feminina, estas figuras amareladas de maçapão com cerca de um palmo de altura e fitas coloridas em azul e vermelho, apresentam diferentes iconografias (Câmara, 1986). Apesar da sua relevância identitária regional, a sua produção está a desaparecer. Pretende-se com este estudo contribuir para a preservação e valorização de um património¹ artesanal local em risco de extinção. O “saber-fazer”, o reconhecimento da sua qualidade e a sua importância para a identidade local, tornam crucial a reinvenção e ressignificação para o resgate de uma arte a desaparecer. Comunicar esta história é dar a conhecer elementos culturais e sociais do território, enquanto é criada uma imagem favorável do mesmo (Krucken, 2009).

Assim, pretendemos perceber como se pode transformar um produto regional artesanal de expressão localizada, num produto de consumo identificador da cultura local e capaz de ser oferecido em mercados tão distintos como o mercado da saudade². Estas lojas funcionam como uma extensão do tempo da estadia no território, principalmente para os turistas (Vasquez et al., 2019).

2. Estado da arte

As figuras de maçapão madeirenses, habitualmente conhecidas por Bonecas de Massa³ surgiram na freguesia do Caniço, concelho de Santa Cruz, na Ilha da Madeira. Segundo os populares, este artesanato data de finais do século XIX e começou, mais especificamente, no sítio da Mãe de Deus. Roquelino Ornelas⁴ garante que estas figuras terão sido introduzidas pelas mãos⁵ de Francisco Correia, residente naquela zona, que ensinou à mulher e aos seus filhos. No entanto, depois da sua morte e da sua mulher, quem deu continuidade foi o único filho homem, Alexandre Correia.

Salomé Teixeira, foi das artesãs mais reconhecidas desta arte devido à sua habilidade. A dona Salomé, como era conhecida, era frequentemente vista nos arraiais sentada à beira da estrada, com um grande cesto, a vender as suas Bonecas. Quando Salomé morreu, havia o risco deste artesanato acabar. Contudo, em 2005, Lúcia Góes Ferreira, diretora do Museu Etnográfico da Madeira, conseguiu impedi-lo ao convidar a ceramista Carmen Molina para executar as Bonecas. Carmen, venezuelana e residente na Madeira há mais de 30 anos, nunca tinha criado uma Boneca de Massa antes. Recorreu a fotos e à receita original de Salomé, disponibilizada por Lúcia. Quando aperfeiçoou a técnica, começou a dar formação a outras pessoas para que a tradição se mantivesse.

A maçapão de que são feitas as Bonecas é amassada à mão num alguidar onde se juntam todos os ingredientes: o fermento, a água, a farinha e o corante de ovo. Depois, cada uma das figuras é modelada manualmente. As morfologias destas figuras são a Boneca e o Boneco “pobre” e “rico”, o Casal, o Galinho, o Galo, a Pulseira ou Argola e o Cesto Encanastrado. Apresentam ornamentos em forma de “e” com a mesma massa e é-lhes aplicado papel de seda azul e vermelho e sementes de cebolinho ou bananeira, para fazer os olhos das figuras (Ferreira, 2019).

A nível simbólico, o Boneco e a Boneca traduzem a união, a fecundidade e a fertilidade. Por vezes, têm pequenos pássaros nas mãos, nos braços ou na saia, que remetem para a pomba, símbolo de paz, do Espírito Santo e da família. Também em tempos se fez o “Casal”. O Casal é a junção do Boneco e da Boneca que são entrelaçados pelo braço. Era uma figura oferecida pelos noivos às suas noivas (Câmara, 1986).

O Galo e o Galinho simbolizam a vigilância e atividade, o trabalho e a saúde. A Argola ou Pulseira em forma de “O” simboliza a eternidade e o retorno. O Cestinho Encanastrado era outra figura que também se deixou de produzir não havendo registos quanto à sua simbologia.

Por serem feitas da mesma massa do pão, as Bonecas de Massa são comestíveis. Não são feitas com essa finalidade, mas é possível comê-las, retirando as sementes e o papel de seda. Eram apelidadas de “guloseimas” das crianças pobres⁶, que as ansiavam comer.

Os romeiros mais animados compravam-nas para colocarem nos chapéus ou nos colares de rebuçados. Segundo Roquelino Ornelas, de um lado ponham um postal da santa preso à fita do chapéu e do outro uma Boneca de Massa (Ornelas, 2019). Portanto, há aqui uma conotação festiva e comemorativa.

¹ Património é “(...) o conjunto de bens considerados relevantes para a história e para a memória social, que são objeto de medidas de salvaguarda por parte dos organismos oficiais de preservação em âmbito municipal, estadual, federal e até mesmo mundial” (Braga et al., 2004).

² Neste contexto, por mercado da saudade entende-se lojas de souvenirs, as lojas de lembranças nos aeroportos e outras dedicadas a produtos com iconografia turística e/ ou regional, como por exemplo “A Vida Portuguesa”.

³ As outras denominações para estas figuras são “Bonecas”, “Bonecas do Caniço, Bonecas de Maçapão ou menos usualmente Bonecas de Milho.

⁴ Coordenador do Núcleo Museológico do Caniço e antigo jornalista da RTP Madeira. A investigação que realizou, enquanto jornalista, sobre as Bonecas de Massa culminou numa reportagem intitulada “Bonecas com História”, transmitida na RTP Madeira a 18 de julho de 2012.

⁵ Este desejo que o Homem tem de criar/innovar dando origem a novas formas de cultura é apresentado por Flusser: “Desde que os seres humanos são seres humanos que se relacionam com o mundo-ambiente que os rodeia, modificando-o. É a mão com o polegar, em oposição aos outros dedos, que caracteriza a existência humana no mundo” (Flusser, 2010).

⁶ Estas figuras, além de guloseimas, eram brinquedos para as crianças. Os pais compravam e ofereciam aos filhos como se de um brinquedo se tratasse. Tal acontecia porque, neste contexto regional, entre 1890 e 1900, as pessoas não tinham poder económico e também não havia brinquedos.

Figura 5. Romeiros com Bonecas de Massa nos chapéus.
Foto: Arquivo Regional e Biblioteca Pública da Madeira.



Figura 6. Argola, da artesã Salomé Teixeira.
Foto: Isabel Rodrigues Ornelas.



Figura 7. Cesto Encanastrado, da artesã Carmen Molina.
Fonte: <https://www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida/photos/a.455018501201194/455018594534518>



Figura 8. Gingerbread cookies.
Foto: Akhila.



Figura 9. Torun Gingerbread cookies.
Foto: Trip Advisor.



Figura 7. Ovos Moles.
Foto: Maria João Gala.



Também era comum serem transportadas nos bolsos das camisas ou na mão, tanto por crianças como por adultos (Ferreira, 2019). Símbolo de festividade, as Bonecas de Massa tornaram-se numa das formas mais interessantes de utilizar o trigo que se produzia na Madeira (Ferreira, 2019). Manzini afirma que a criatividade nas comunidades é algo que contribui para a rutura de modelos dominantes de pensar e fazer. Estas comunidades conseguem, dentro dos seus contextos locais, inovar de forma sustentável (Manzini, 2008). Os casos de estudo apresentados de seguida são exemplos da criatividade de outras culturas, que surgiram em determinado tempo e local, e que se materializam em produtos identitários desses territórios:

a. Gingerbread cookies

Os Bonecos de Gengibre, mais conhecidos por “Gingerbread cookies”, são umas bolachas cuja forma mais comum é a de um boneco antropomórfico. O surgimento do primeiro boneco de gengibre data do século XVI e estará associado à rainha Elizabeth I, de Inglaterra. A monarca pediu ao seu fabricante de pão de mel real que fizesse bonecos que se parecessem com os convidados que participavam nos banquetes que promovia. Este biscoito tornou-se popular nas feiras e, quando oferecido, era símbolo de amor. Denota-se também o surgimento da figura feminina que acompanha a masculina. Após saírem dos moldes, a figura feminina e a masculina já se distinguem porque o molde da primeira simula uma saia na parte inferior. Por último, são decorados manualmente com o auxílio de sacos de pasteleiro. São adicionados pormenores em glacé colorido nomeadamente botões, laços, cabelo e outras linhas ondulantes.

b. Torun Gingerbread cookies

A cidade de Torun é conhecida pelos seus pães de gengibre, que deram origem ao Muzeum Piernika, espaço museológico dedicado a esta especialidade. Os biscoitos ainda hoje são feitos segundo receitas antigas, sem conservantes. Piernik, pão de gengibre em polaco advém de “pierny” que é pimenta. A denominação pão de mel só aparece entre os séculos XV e XVI. A massa de Piernik possui especiarias adicionadas à farinha de massa de mel, além da pimenta. Mais tarde, o pão de gengibre com figuras tornou-se comum. Estes são prensados em moldes de madeira muito detalhados. Por esse motivo, estes pães ficaram conhecidos por serem artigos luxuosos, um símbolo de riqueza de quem os comprava, principalmente porque as especiarias usadas encareciam o produto. Era comum a representação de pessoas como governantes, damas e cavaleiros, militares e figuras alegóricas e religiosas e outras figuras importantes para o país. Outras representações recorrentes eram as de animais. O galo, o javali, o veado, o peixe e a cegonha assim como outros elementos tais como corações, frutas, casas e o brasão de Torun foram amplamente difundidos.

c. Ovos Moles

Os Ovos Moles de Aveiro nasceram no Convento de Jesus, no século XVI. As claras de ovo eram utilizadas para engomar os hábitos das freiras. As gemas eram desperdiçadas, até que as freiras doceiras começaram a utilizá-las. Com açúcar e um pouco de água adicionada à gema de ovo, nasceram os tão apreciados Ovos Moles. Típicos da região de Aveiro, estes doces são compostos por uma massa amarelada à base de gema de ovo, envolta por folha de hóstia, com formas alusivas à ria e aos elementos marítimos desta cidade piscatória. Há pelo menos 13 formas distintas: a Barrica, a Amêijoia, o Berbigão Pequeno, a Boia, o Búzio, o Búzio Pequeno, a Castanha, a Concha, o Mexilhão, a Navalheira, a

Nóz, o Peixão e o Peixe. O doce amarelo dos Ovos Moles também pode ser apreciado em barricas de madeira ou porcelana que apresentam pinturas das paisagens da Ria e seus moliceiros, das salinas ou do Farol da Barra.

Os Ovos Moles adquirem a sua forma devido ao auxílio de moldes. Estes são constituídos por duas peças iguais que fecham uma sobre a outra (semelhante a um livro) e que têm gravados os motivos marinhos. Sobre cada molde é colocada uma folha de hóstia, aplicado o recheio de Ovos Moles com o auxílio de um saco de pasteleiro e depois os moldes são fechados um sobre o outro. Por último, são retiradas as duas folhas de hóstia que agora estão unidas e têm o recheio dentro e, recortadas as figuras com uma tesoura.

3. Metodologia

Utilizou-se uma metodologia qualitativa exploratória com recurso a casos de estudo que permitiu fazer o cruzamento entre as áreas de design e território e design e identidade, com a finalidade de analisar como diferentes territórios são representados através de produtos distintivos. Selecionaram-se três produtos para análise os Gingerbread Cookies, de Inglaterra, os Torun Gingerbread Cookies, da Polónia e os Ovos Moles, de Aveiro.

Com isto, torna-se possível perceber como é que estes produtos gastronómicos se posicionam no mercado e o que a sua tipologia e morfologia comunica. Porventura, se tiver uma marca, embalagens e restante comunicação visual planeada de forma consistente torna-se facilmente reconhecível e diferenciado pelo cliente.

Tendo em conta que o projeto pretende transformar um artefacto madeirense num produto atual e industrializado, pretende-se ressignificar e adaptar um produto tradicional aos métodos de produção atuais.

4. Desenvolvimento da argumentação/projeto

Os casos de estudo apresentados esclarecem como a criatividade pode originar produtos distintos que se tornam identitários da região que os produz e que, simultaneamente contam a história do local e da sua população.

Os Gingerbread Cookies e os Ovos Moles são produzidos a partir de moldes industriais. Apesar de que os primeiros têm moldes individuais que dão o contorno desejado à massa e os Ovos Moles, pelo contrário são duas placas com várias formas diferentes que permitem obter os relevos característicos das figuras.

Os Torun Gingerbread Cookies são feitos através de moldes individuais, executados artesanalmente e em madeira.

A utilização de moldes permite a sistematização de processos, que facilita a execução destes produtos e, que de outra forma, não seria possível garantir uma produção em quantidade.

Ambos os casos de estudo identificam produtos locais que são reconhecidos como manifestações culturais relacionadas com o território, mas também com a comunidade que os criou (Krucken, 2009).

No que toca às Bonecas de Massa, as problemáticas identificadas que levaram à criação de uma nova proposta foram:

- Não são um produto totalmente comestível devido às sementes e ao papel de seda;
- Têm um sabor insonso, isto porque os ingredientes base são água, farinha e fermento e às vezes sal⁷;
- Eram utilizadas apenas como elementos decorativos pelos romeiros, nos chapéus, pelas crianças, ao pescoço, como se fosse um colar (durante o arraial) ou nos lares como elemento decorativo e recordação (depois do arraial);
- Eram essencialmente comercializadas nos arraiais mas atualmente são apenas feitas por encomenda às artesãs;
- A maior parte dos artesãos já morreram e as novas gerações não têm interesse em aprender este artesanato por não ser lucrativo e ser demorado;
- É uma tradição quase esquecida e que está em vias de extinção. Os mais jovens não conhecem este artesanato;
- As Bonecas de Massa têm uma proporção (cerca de um palmo de altura) e uma espessura (cerca de 2 cm) muito grande, o que dificulta a sua ingestão;
- Não possuem embalagem que as acondicione aquando da sua compra;
- Não há controle de higiene na confeção.

Projetar as Bilhardas⁸ surge da necessidade de dar resposta aos problemas enunciados. As Bilhardas são bolachas premium que pretendem dar visibilidade às Bonecas, contando a sua história através da embalagem. Foram projetadas para que tivessem formas simplificadas possíveis de obter através de moldes simples industrializados. As figuras escolhidas para reinterpretar foram a Boneca, o Boneco e o Galinho.

⁷ Por terem a mesma massa do pão, as Bonecas também endurecem e criam bolor. Uma vez postas em lugares arejados e pouco húmidos podem manter-se preservadas durante anos. Caso contrário, aparece o bolor ou o gorgulho, um insecto que faz pequenos furos na massa.

⁸ Bilhardas é uma termo regionalista madeirense que remete para os elementos do tapassol colocado nas janelas. Pode também usar-se o termo bilhardeira. A zona das bilhardas corresponde a cinco ou seis ripas de madeira ligeiramente inclinadas e parcialmente fixas através de um aro de madeira. Essa zona permite uma movimentação vertical que possibilita a entrada de mais ou menos luz e ar. É através destas ripas que se observa sem se ser visto.



Figura 8. Tapassol de madeira com bilhardas. Foto da autora.

Pretende-se que quando produzidas, as bolachas adquiram uma coloração amarelada (semelhante ao aspeto de uma bolacha cozida). Depois, aplicado três riscas de doce colorido (vermelho-azul-vermelho) por associação às decorações características das figuras de maçapão. Quanto aos Galinhos, optámos por pôr três círculos coloridos (vermelho-azul-vermelho e vice-versa) com o propósito de representar o feminino e o masculino (galo e galinha). Os três círculos simbolizam os ovos da galinha.

A organização das bolachas na embalagem respeita uma disposição circular e contém trinta e seis bolachas, distribuídas em dois andares e organizadas em três círculos. No primeiro (o interior) os Galinhos, no círculo seguinte encontram-se os Bonecos e Bonecas que são alternados com o propósito de fazer pares, isto é homem mulher, como nas danças folclóricas da Madeira. Nestas danças, o grupo organiza-se em círculo aos pares (homem com mulher). O terceiro círculo (o de fora) reúne vários Galinhos que contribuem para o ritmo e sentido festivo da composição. Os Galinhos alteram entre si a ordem dos círculos coloridos.

A ilustração da embalagem representa as saias listadas do folclore madeirense. A representação deste padrão tem um carácter identitário que relaciona as riscas coloridas com o território e com o folclore da ilha. A embalagem é octogonal e bilingue (português e inglês) para estar em concordância com o público-alvo.

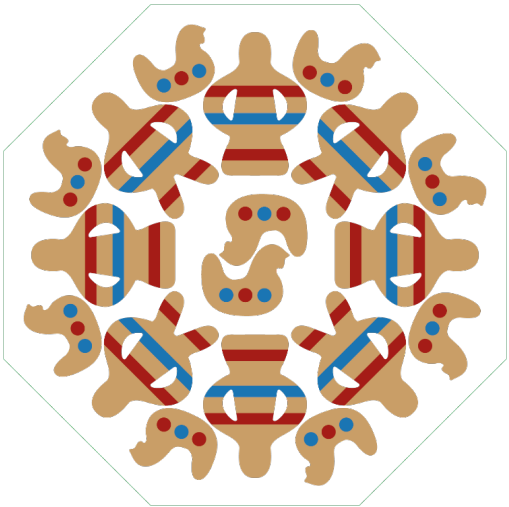


Figura 9. Organização das bolachas Bilhardas na embalagem. Ilustração da autora.

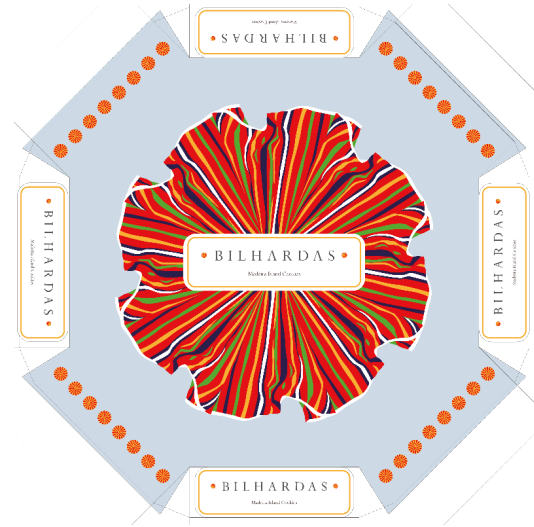


Figura 10. Ilustração da tampa da embalagem das Bilhardas com referência ao folclore madeirense. Ilustração da autora.

De facto, as bolachas que se produzem na ilha da Madeira carecem de elementos identitários e diferenciadores. São muito semelhantes às bolachas que se produzem em território continental, como por exemplo a Bolacha Maria, e nunca foram projetadas para estarem associadas ao território.

Figura 11. Grupo folclórico madeirense em atuação no Funchal, sendo possível observar as saias listadas que serviram de mote à ilustração da embalagem. Fonte: <https://www.dnoticias.pt/2020/8/17/70940-ps-aplaude-passagem-do-bailinho-da-madeira-a-semi-final-das-7-maravilhas>



5. Considerações finais

Os produtos gastronómicos locais permitem que as pessoas que nunca visitaram um determinado território, passem a conhecer a sua gastronomia através de uma mistura de sabores, um certo modo de fazer, ou até mesmo uma iconografia que é caraterística do lugar. Como foi exposto, os produtos que se inspiram no próprio território contam a história do local. É essa história que os turistas procuram conhecer e, que os faz comprar os produtos como recordação ou como experiência gastronómica típica. Isto não significa que todos estes produtos tenham sido pensados para serem identitários do território, como é o caso dos Gingerbread Cookies. No entanto, com a adesão e a passagem de geração em geração, estes acabam por permanecer no mercado. Pretende-se que o projeto desenvolvido seja produzido por uma fábrica regional ou, não sendo possível, por uma fábrica nacional. Tendo em conta que este projeto surgiu de uma ambição pessoal e não de uma encomenda, os moldes que darão origem às bolachas terão de ser adaptados à fábrica que as pretenda produzir, tendo em conta a sua maquinaria. Do mesmo modo, será discutido o sabor das bolachas para que estas valorizem produtos cultivados na Madeira. Para trabalho futuro, há a possibilidade de trabalhar outras configurações das figuras de maçapão, associando-as sempre ao ambiente festivo do arraial.

6. REFERÊNCIAS

BRAGA, C., MORELLI, G., & LAGES, V. N. (Eds.). (2004). *Territórios em movimento: Cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva* (1ª edição). Sebrae. <https://docplayer.com.br/33662960-Territorios-em-movimento-cultura-e-identidade-como-estrategia-de-insercao-competitiva.html>

CÂMARA, T. B. (1986). *Bonecos comestíveis de «maçapão»*. *Atlantico: Revista de Temas Culturais*, 7, 218–226.

FERREIRA, L. G. (2019). *Bonecas de “maçapão.”* In *Cadernos de Campo: Festas e romarias* (Museu Etnográfico, Vol. 3, pp. 40–46).

FLUSSER, V. (2010). *Uma filosofia do design: A forma das coisas*. Relógio D'Água.

KRUCKEN, L. (2009). *Design e território: Valorização de identidades e produtos locais*. Studio Nobel.

MANZINI, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. E-papers. https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=8rCjFEFG8AcC&oi=fnd&pg=PA5&dq=Design+para+a+inovação+social+e+sustentabilidade.+Comunidades+criativas,+organizações+colaborativas+e+novas+redes+projetuais.&ots=t6gH04OquK&sig=vyiMZwrf_

MARTINS, A. C., & GONÇALVES, T. (2002, January). *Salomé das Bonecas*. *Mais Diário de Notícias*, 16–19.

ORNELAS, R. (2019). *Caniço de campo a cidade, um álbum com legendas* (R. Ornelas (ed.)).

PEREIRA, E. (1989). *Ilhas de Zargo*. Vol. I (4a edição). Gráfica Maiadouro - Maia.

SANTOS, T., & ANDRADE, C. (2001, July). *Saia listada*. *Folclore*, 11, 19. https://revistafolclore.files.wordpress.com/2017/09/2001_19.pdf

VASQUEZ, J. J. C., CELASCHI, F., IÑIGUEZ FLORES, R., MORÁN, R. M. L., & TRIANA, N. Y. R. (2019). *Design & Territories: Emergencies and Conflicts at the Time of the Anthropocene*. *Strategic Design Research Journal*, 12(2), 138–154. <https://doi.org/10.4013/sdrj.2019.122.02.dealing>.