

O DESIGN COMO MEIO DE VALORIZAÇÃO DO ARTESANATO INDÍGENA GUARANI

DESIGN AS APPRECIATION MEANS OF GUARANI INDIGENOUS HANDICRAFT

Isadora de Sales Benassi, Designer, UFSC

isadorasbenassi@gmail.com

Ana Veronica Pazmino, Dra., UFSC

ana.veronica@ufsc.br

Resumo

O artigo mostra o resultado de um projeto de conclusão de curso de design UFSC. O objetivo foi desenvolver uma identidade visual para valorizar a cultura e tradição Guarani para ser utilizada na comercialização de artesanato de forma a sensibilizar a sociedade em relação à realidade indígena e sua cultura tradicional. O artigo apresenta uma contextualização da cultura guarani, a relação entre artesanato e design, a necessidade dos artesãos para a criação de uma identidade visual e finalmente apresenta um a aplicação do resultado do projeto.

Palavras-chave: Artesanato Guarani; Design Social; Identidade Visual

Abstract

The paper presents the results of a completion project in the design course at omitted. The goal was to develop a visual identity to enhance Guarani culture and tradition to be used in marketing of their handicraft and also to sensitize the society towards the indigenous reality and their traditional culture. The article presents a contextualization of Guarani culture, the relationship between craft and design, the need for craftsmen to create a visual identity and finally summarizes the design project and the implementation of the outcome.

Keywords: Guarani Handicraft; Social Design; Visual Identity

1. Introdução

Existem diversas iniciativas que buscam valorizar a cultura indígena, e na relação entre o design e o artesanato, sabe-se que o designer, enquanto realizador, possui um lugar estratégico, cabendo a ele a possibilidade de apropriar-se da iconografia indígena e possibilitar a criação de um processo de diálogo entre as práticas artesanais indígenas e a sociedade. Assim, o artigo destaca a importância de desenvolverem-se competências relacionadas ao design, à análise simbólica e ao estabelecimento de relações transversais com outras disciplinas e atores sociais, na busca pela valorização desta cultura.

O artigo apresenta como resultado a criação de uma identidade visual, que permitiu agregar valor à produção artesanal, explicitando os valores culturais Guaranis e sensibilizando o consumidor para um consumo consciente. O processo projetual aplicado foi do design thinking nas suas fases de imersão, ideação e prototipação.

O projeto em questão teve como foco uma família estabelecida na aldeia Amaral/*Tekoa Mymba Roka*, no bairro Sorocaba, no município de Biguaçu, Santa Catarina. Segundo Meliá (1990), *Tekoa* é a palavra em Guarani que denomina o espaço da aldeia, mas que vai muito mais além do espaço físico e envolvem diversos outros aspectos. A aldeia localiza-se à aproximadamente 30 km da cidade de Biguaçu e seu acesso se dá através da estrada do Amâncio. Foi adquirida em 2007 como medida mitigadora¹, a partir da qual algumas famílias da aldeia de Maciambu a povoaram.

O cacique da comunidade chama-se José Benites e é também professor da escola da aldeia, além de ter finalizado há pouco a graduação em Licenciatura Intercultural Indígena do Sul da Mata Atlântica, pela Universidade Federal de Santa Catarina. José é o filho mais velho da artesã com quem este trabalho foi desenvolvido, tendo contribuído e cooperado para que este pudesse vir a ser realizado.

O presente projeto delimitou-se à artesã Tereza Ortega, de nome guarani *Kerexu Mirim*, que significa “Pequena Guerreira”. Tereza é Guarani Mbyá e possui 60 anos. O projeto abrange indiretamente à sua família, que também participa da produção artesanal. Ao contrário das demais indígenas da aldeia, Tereza não frequenta o centro de cidades da região para a venda do artesanato. Segundo ela, não se sente bem nas ruas dos centros urbanos, e opta, há mais de dez anos, por expor suas produções nas feiras ecológicas de Florianópolis: a Ecofeira da Lagoa da Conceição, aos sábados, e a Ecofeira da UFSC, às quartas-feiras.

Em relação ao artesanato, é autodidata e aprendeu a fazer cestos quando tinha 13 anos, observando sua tia confeccionando um. Desde então pratica o artesanato como fonte de renda, sendo uma hábil artesã. Confecciona desde trançados para cestos, balaios e peneiras, bem como colares e chocalhos (maracás). Também é uma das poucas indígenas que ainda pratica a agricultura para o consumo próprio, sendo que também cultiva e comercializa junto aos artesanatos mudas de orquídeas e pequenos ramos de macela.

Atualmente, além de comercializar sua própria produção, Tereza revende a produção artesanal de sua família. Ela compra os produtos de cada artesão na própria aldeia e os revende nas feiras, com um acréscimo de valor. Participam desta rede de produção seus

¹ Medida Mitigadora decorrente do projeto da Duplicação da BR 101 – trecho sul – Trata-se de uma medida compensatória de danos ao ambiente e / ou pessoas relacionadas em uma ação do poder público.

filhos Juraci (34), Jorge (32) e Márcia (19), bem como suas noras Verônica (28), esposa de Cláudio (28), e Luciana (29), esposa de José (37). Também participam da produção o genro Fabiano (34), esposo de Juraci e seu ex-marido (63).

A produção dos chocalhos, cestos e ornamentos restringem-se às mulheres, sendo que aos homens destinam-se a produção de bichinhos de madeira, o pau-de-chuva e arcos e flechas.

1.1 Cultura Material Guarani Mbyá

O recurso artesanal mais difundido entre os Mbyá, é a dos trançados. É através desta técnica que se constroem as cestarias, na forma de balaio, cestos e peneiras. A trama é trançada com fibras de taquara "takuapi" (*Bambusa taquara*), e atualmente é colorida através de tingimento artificial. Os objetos trançados, em seu contexto histórico, eram utilizados para o transporte da caça, da pesca, frutos silvestres, sementes e outros elementos de coleta de que se alimentavam. Faz parte também da cultura material Guarani, a domesticação da cuieira (*Crescentia Cujete*), denominada popularmente como cabaça, sendo utilizada como recipiente para guarda e transporte de bens, principalmente água e outros líquidos. Além da aplicação à cestaria, as técnicas de trançado (torcido, enlaçado) são empregadas também na construção da cobertura da casa, e na confecção de armadilhas para peixes e caça.

Já Silva (2001) considera a produção artesanal dos Mbyá Guarani como uma etnoarte, que aponta conceitos cosmológicos evidenciando em seus padrões gráficos os domínios da natureza e da sobrenatureza, através da representação de seres primordiais. Estes seres, reduzidos a alguns elementos anatômicos, relembram os tempos míticos, nos quais humanos e divinos habitavam a mesma terra.

Os grafismos desenhados nos objetos partem de uma visão relacionada à natureza, buscando manter as raízes tradicionais, passadas de geração em geração. Tratam-se, sobretudo, de uma maneira de registrar as memórias e conhecimentos dos mais velhos, mantendo viva a cultura Guarani através de símbolos que representam seu contexto histórico.

2. Design e Artesanato

Segundo a definição estabelecida pela UNESCO em 1997:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social.

Segundo MORALES (2008), o artesanato é um fenômeno complexo que vai muito além da aparente meta de produzir objetos com as mãos, considerando até mesmo um reducionismo qualificar como artesanal somente o que é realizado manualmente, pois atualmente é comum encontrar artesãos que utilizam diversos instrumentos e aparatos em sua produção, sem que isso implique na perda da essência da cultura artesanal. Ainda de

acordo com Morales, o artesanato não integra apenas o conhecimento cultural local ou étnico, mas também um conhecimento técnico de utilização dos recursos locais associados ao modo de expressão particular de cada artesão.

Na cultura Guarani o artesanato é uma atividade que foi incorporada há centenas de anos e implica em várias etapas de trabalho. De acordo com Ladeira (2001), o produto é um bem que pertence à família (nuclear) em todos os seus aspectos: criação, venda, valor, sendo de sua responsabilidade todo o processo de realização – coleta e corte de matéria-prima na época adequada (observando o calendário lunar), qualidade do material (natural e artificial) e da confecção, armazenamento, transporte, preço e venda. As tarefas, desde a produção à venda, são distribuídas entre os membros da família segundo critérios de idade, sexo e aptidão. Tal atividade também se insere na dinâmica de intercâmbios de matéria-prima e peças entre famílias.

Até o momento, os Guaranis mantêm a autonomia e controle da mesma, o que garantiu a sua inserção e incorporação no conjunto de suas práticas tradicionais. Cabe registrar que os artefatos de uso doméstico, ritual e corporal não se confundem com os produzidos para a venda, o que mostra que existe uma produção artesanal exclusiva para o comércio. De acordo com Ladeira (2001), de um modo geral, os Guaranis poucas vezes trabalham fora da comunidade e quando o fazem é sempre de forma temporária. Sendo assim, o comércio do artesanato é ainda a principal fonte de renda.

Atualmente, é possível observar uma tendência de aproximação entre designers e artesãos, um fenômeno consideravelmente importante, não só pelo seu impacto social, mas pelo seu significado cultural. Segundo Borges (2011), essa troca de saberes está mudando a feição do artesanato brasileiro e ampliando seu alcance, com ganhos tanto para os designers quanto para os artesãos envolvidos. É importante considerar que o papel do design deve buscar promover a autonomia das comunidades artesãs e não usá-las como simples fonte de inspiração para modismos efêmeros, ou ainda, valer-se desses grupos como mão de obra barata e qualificada para produção de objetos exclusivos. Um dos valores que o designer deve possuir é a alteridade, a qual pressupõe a disposição de respeitar outras culturas projetuais com seus valores inerentes, e não vê-la com o olhar de exploradores em busca da próxima moda de curta duração (BONSIEPE, 2011, p.38).

O designer pode atuar de diversas maneiras na interação com os artesãos e sua produção, abrangendo desde áreas como a gestão do design até o design gráfico. Dentre os diversos caminhos possíveis a serem seguidos, Borges (2011) sugere algumas opções que o designer pode utilizar na busca pela valorização do artesanato: a melhoria e adequação das condições técnicas; a observação das potencialidades das matérias-primas locais disponíveis; o deslocamento do papel dos artesãos como fornecedores; ações combinadas com programas sociais; a construção de marcas e identidades visuais; dentre outros.

Para a real valorização do artefato artesanal é importante que este possa comunicar seus atributos intangíveis, seu valor simbólico e cultural. Quando comercializado, é de extrema importância que esteja acompanhado de sua história, sua origem e a tradição que está embutida em sua produção. Segundo Borges (2011), o design gráfico pode atuar nesta dimensão comunicativa através da criação de uma Identidade Visual, envolvendo desde a criação de uma marca, até a aplicação desta em etiquetas e embalagens, além da criação de catálogos, displays para pontos de venda, a elaboração de sites e diversos outros, de acordo com as necessidades de cada realidade. Como forma de agregar valor ao produto,

a língua Guarani continua sendo transmitida como língua materna, sendo uma importante característica de fortalecimento da identidade diante da alta influência que sofrem seus costumes diante da sociedade hegemônica. É interessante perceber que em seu próprio país, sua língua materna os equipara à estrangeiros, tendo que utilizar o português, uma segunda língua para se comunicar com o restante da sociedade.

3.1 Análises Sincrônica e de Similares.

Segundo Bonsiepe (1986), a análise sincrônica tem como objetivo sintetizar dados de produtos contemporâneos à pesquisa que está sendo realizada. Ela busca trazer referências de produtos semelhantes que já existem no mercado, apresentando e evidenciando características que podem ou não ser aplicadas no projeto. Assim, é possível se adquirir uma visão clara da realidade e tendências do mercado, além de possibilitar a identificação de oportunidades de diferenciação e possíveis inovações.

Como este projeto tem foco no desenvolvimento de uma identidade visual, foi realizada uma ampla pesquisa a respeito de marcas relacionadas ao artesanato indígena, e então, a partir deste levantamento, foi escolhido quatro marcas para a análise. Optou-se pela escolha de marcas relacionadas ao artesanato indígena Guarani, considerando também marcas que englobam artesanatos indígenas de outras etnias. Os artefatos comercializados por estas marcas englobam semelhante padrão de técnicas utilizadas pela família de artesãos que são o foco deste projeto, assim como o perfil dos próprios artefatos artesanais são semelhantes, modificando-se apenas o estilo/acabamento, cores e alguns artefatos diferenciados.

A análise de similares, por sua vez, não se restringiu a pesquisa por marcas relacionadas estritamente ao artesanato indígena. Buscou-se englobar nesta análise, marcas relacionadas à área de design e artesanato, com foco na área sustentabilidade, eco design e mercado eco solidário, temas pertinentes ao projeto em questão e que podem servir como base conceitual para a elaboração de alternativas, enriquecendo o valor simbólico da marca.

A partir das análises realizadas, foram estabelecidas tabelas comparativas entre as marcas selecionadas, evidenciando suas principais características. As tabelas foram elaboradas com base nos itens: Cor predominante, referindo-se à cor que mais se evidencia na marca; A composição gráfica, referindo-se aos ícones gráficos presentes na marca; As formas predominantes, referindo-se às formas que compõem os ícones gráficos; A aplicação, referindo-se à qualidade e facilidade de aplicação da marca em embalagens, etiquetas, entre outros; A tipografia, referindo-se à qualidade das fontes utilizadas na marca; A legibilidade, referindo-se à legibilidade do nome da marca, bem como à facilidade de entendimento do texto; e por fim o significado percebido, analisando o conteúdo simbólico percebido em cada marca. Os itens de Aplicação e Legibilidade foram analisados a partir de notas numéricas, sendo que quanto melhor a qualidade do item, maior o número dedicado a este.

A Figura 2 refere-se à análise sincrônica e a Figura 3 refere-se à análise de similares.

Nome e Imagem da Marca				
Características				
Cor Predominante	 C:24 M:96 K:98 Y:19	 C:100 M:100 K:100 Y:100	 C:67 M:35 K:89 Y:19 C:40 M:75 K:65 Y:40	 C:100 M:100 K:100 Y:100 C:5 M:5 K:9 Y:0
Forma Predominante	Círculo, linhas retas/diagonais	Traços desiguais	Retângulos, triângulos	Linhas diagonais
Composição Gráfica	Raios, seta Sol, flecha	Grafismo Indígena, ondas, traços desiguais	Grafismo indígena	Traçado artesanal
Tipografia	Caixa alta, sem serifa, arredondada	Caixa alta e baixa, sem serifa, fonte própria: padrão irregular	Caixa baixa, sem serifa, arredondada	Caixa baixa, sem serifa, angulada
Leiturabilidade	2	3	1	4
Aplicação	1	2	2	3
Significado Percebido	Temas indígenas	Tema artesanal e indígena	Tema indígena e sustentabilidade	Tema artesanal

Figura 2: Análise sincrônica. Fonte: Benassi (2015)

Nome e Imagem da Marca			
Características			
Cor Predominante	 C:34 M:82 K:98 Y:46 C:5 M:5 K:9 Y:0	 C:45 M:80 K:82 Y:69 C:1 M:95 K:94 Y:0 C:5 M:6 K:17 Y:0	 C:19 M:80 K:100 Y:8
Forma Predominante	Retângulo, losango e círculo	Losango e triângulo	Formas orgânicas, abstrato
Composição Gráfica	Analogia bandeira do Brasil, trama/trançado	Grafismo Indígena, formas geométricas	Coração, mão
Tipografia	Caixa alta, sem serifa, fonte própria, irregular	Caixa alta, sem serifa, geométrica, angulada	Caixa alta sem serifa, angulada
Leiturabilidade	2	2	2
Aplicação	3	3	2
Significado Percebido	Artesanato Brasileiro	Artístico, Criativo	"Feito com amor"

Figura 3: Análise de similares. Fonte: Benassi (2105)

Percebe-se que uma quantidade considerável apresentou como composição gráfica elementos ligados à cultura indígena, os quais são percebidos pela sua forma geométrica e escolha de cores, convergindo para um entendimento simbólico em comum. O artesanato e seu valor simbólico também ficaram evidenciados a partir da análise, o que permitiu ampliar a visão para além do conteúdo exclusivamente indígena. Esta análise sugeriu a possibilidade de estabelecer a mesma importância tanto para o tema do artesanato como

para o tema indígena, indicando que ambos podem estar correlacionados e serem aplicados da mesma maneira no estabelecimento dos requisitos.

Em um contexto específico, foi possível selecionar a marca que melhor se adequou às condições analisadas pelos itens propostos. Assim, estabeleceu-se como a principal referência entre os similares expostos a marca “ARTE BANIWA”.

3.1.1 Lista de Verificação

A partir do estabelecimento da marca “ARTE BANIWA” como principal referência entre os similares, elegeu-se uma lista de verificação, a fim de fazer uma análise mais refinada a respeito de seus pontos positivos e negativos. Esta análise pode ser observada na Figura 4.

Pontos Positivos	Pontos Negativos
<p>Diversidade de aplicação: Preto em branco; Branco em preto; Marrom em branco;</p> <p>O ícone da marca (trama) remete à principal técnica utilizada na produção artesanal;</p> <p>Fonte Geométrica condiz com os desenhos geométricos elaborados através da trama da palha;</p> <p>Na cor preta, a aplicação sobre papel reciclado fica boa;</p> <p>Proporção entre Fonte e o Símbolo está adequada;</p> <p>Simple, de fácil aplicação e reprodução;</p>	<p>Nas cores branco/cinza sobre preto, não há coesão com o tema do artesanato.</p> <p>Tipografia em caixa alta, associada às cores pode dar a sensação de “requintado”, mas não remete à algo artesanal;</p> <p>O ícone não necessariamente é reconhecido e associado à trama;</p> <p>O nome “Baniwa” não necessariamente é associado à uma etnia indígena.</p>

Figura 4: Lista de verificação. Fonte: Benassi (2015)

Apesar desta característica, a marca possui uma elaboração simples e eficaz no que diz respeito à expressão da cultura artesanal em questão, que associada à palavra “Arte” já sugere do que se trata. Ainda assim, “Baniwa” não é um nome disseminado e conhecido, e, portanto, nem sempre é associado a uma etnia indígena. Apesar de existir a possibilidade de em um primeiro momento não se reconhecer o ícone gráfico como uma trama indígena, este fica evidente quando se conhece a produção artesanal desenvolvida pela marca. A simplicidade, bem como a pequena quantidade de elementos presentes na marca facilita sua aplicação em diferentes meios, o que é um ponto importante e fundamental a se ter como base para a definição dos requisitos e desenvolvimento das alternativas.

3.2 Definição das Necessidades

Baseando-se nas pesquisas realizadas, foi possível estabelecer uma lista de requisitos que serviram de base para a geração de uma identidade visual.

- A marca e identidade visual devem atingir diferentes públicos, englobando homens e mulheres, desde o público infantil e idosos.
- Deve ser simples e de fácil compreensão;
- A marca deve remeter ao valor simbólico do Artesanato Guarani; (Figuras de trançado da taquara).
- A marca deve remeter ao valor da produção artesanal;
- As cores da marca devem ser condizentes à cultura tradicional Guarani;
- O significado da marca deve remeter à cultura Guarani;
- As cores devem ser adequadas para a aplicação em papel reciclado/papel pardo, ou outro tipo de papel artesanal e/ou ecológico.

3.3 Ideação e Prototipação

Nesta fase foram montados painéis semânticos do artesanato para servir de inspiração para os sketches da marca. A Figura 5 mostra um painel semântico e a Figura 6 os sketches resultantes do *insight*.



Figura 5: Painel do trançado nos cestos e balaios. Fonte: Benassi (2015)

A partir da seleção dos grafismos desenvolveu-se uma geração de alternativas, as quais permitiram um estudo mais aprofundado do significado simbólico dos mesmos.

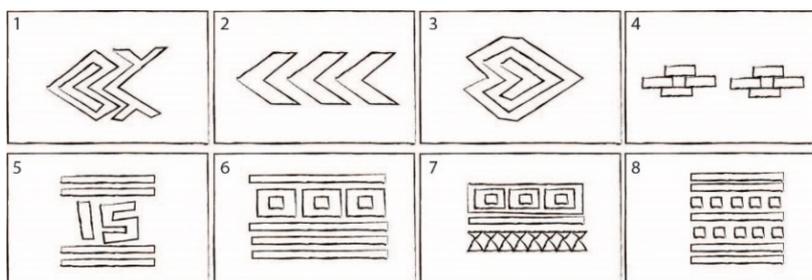


Figura 6: Alternativas. Fonte: Benassi (2015)

Os grafismos que tiveram seu significado encontrado foram o grafismo 2, denominado Padrão Vida Longa, que em Guarani é chamado de *Teko Puku*, que significa o desejo de vida longa e próspera. Na tradição, o artesanato com este grafismo é ofertado a alguém com votos de que a pessoa que o receba tenha uma vida longa. O grafismo 3 é o Padrão Coração (*Pya Tytya*), sendo que o símbolo só significa “coração”, enquanto o seu padrão remete aos batimentos cardíacos. Os grafismos 6,7, e 8 são denominados *Ypará Korá*, e englobam desenhos fechados e quadrados, significando que a casa e as portas de quem fez

o artesanato estão sempre abertas para os parentes de outras aldeias que vem visitar ou em busca de cura para a enfermidade.

Além dos padrões que se destacaram na produção de Tereza, foram encontrados outros padrões comumente utilizados no artesanato. Evidenciaram-se os padrões zig-zague, que buscam imitar o movimento das cobras e que é denominado pelos M'byá com *Yapará Ixy* ou *Yapará Rysy*. Mas em alguns casos eles chamam apenas de “cobra”. As formas do losango ou quadrado também aparecem frequentemente, sendo identificada basicamente como “cobra”. Dentro de um entendimento mais específico a forma em losango, ou quadrado é a representação da cobra jararaca (*Mboi Para*) ou da cobra caninana (*Nhakã Nina*) com alguns poucos detalhes que as diferenciam.

Quando o desenho se apresenta em linhas retas, os M'byás chamam de *Yapará Jaxá*. A combinação de várias formas geométricas encontradas nas malhas do corpo das cobras é chamada de *Ypará Korá*. É interessante perceber que a cobra tem uma presença simbólica forte no universo cosmológico dos Guaranis. A cestaria de um modo geral é utilizada para levar fruta, o milho sagrado, o pão sagrado nos rituais realizados na casa de reza (*Opy*). A cobra representada em torno do cesto protege os alimentos ali contidos.

Em relação ao nome da marca, foram listadas várias palavras e em contato com o cacique da aldeia foi escolhido o nome de Raiz Cultural: *Apyta*. Segundo o cacique algumas palavras realmente existem no dicionário Guarani, porém não são utilizadas e conhecidas na aldeia.

A Figura 7 mostra a marca que é composta pelo grafismo *Pyta Tytya* completo (grafismo 3 da figura 6), inclusive contendo as bordas externas presente no trançado. Inserido neste grafismo, está também o grafismo *Teko Puku*, o padrão da vida longa. A escolha da representação do símbolo fundamenta-se no significado de que os batimentos cardíacos estão sincronizados em uma vida longa, fortalecendo assim as raízes ancestrais da cultura Guarani. Foi definido que o símbolo e o nome “*apyta*” seriam desenhados com traços e pincéis de rascunho/giz, com a intenção de passar a sensação de algo artesanal, e utilizar uma fonte condizente com a proposta. A ordem dos elementos da marca estaria disposta verticalmente em três seções, sendo que na primeira, estaria localizado o símbolo do grafismo, no meio o nome “*apyta*” e abaixo deste a frase “Artesanato Guarani”.



Figura 7 Marca *apyta*. Fonte: Benassi (2015)

A frase escolhida para acompanhar a marca foi:

A marca *Apyta* significa “raiz cultural” e é fruto de um projeto que visa promover a valorização da cultura Guarani Mbyá.
Os produtos são 100% artesanais e desenvolvidos pelos próprios indígenas.
Ao adquirir qualquer um deles, você está contribuindo para a preservação de suas tradições milenares, fortalecendo suas raízes e identidade.

Ha'evete!
Gratidão.

A marca foi aplicada em tags que estão colocados nos objetos artesanais. Também em cartão de visitas com o nome da artesã. A Figura 8 mostra o tag e o mesmo nos produtos.



Figura 8 Tag e Produtos. Fonte: Benassi (2015)

O desenvolvimento projetual da marca *Apyta* permitiu que os artefatos pudessem vir a ser acompanhados de um pouco da sua história, transmitindo seu significado e agregando valor ao mesmo. O uso da artesã do material desenvolvido foi muito bem aceito e, dessa forma, os frutos deste plantio puderam ser colhidos.

É válido citar que o projeto não proporcionou apenas uma nova etiqueta e um cartão de visitas à Tereza, mas, ao sentir seu trabalho valorizado, foi notável a transformação e evolução do artesanato praticado, bem como a motivação e a autovalorização da artesã. Um novo caminho abriu-se, e hoje a artesã já produz inclusive produtos diferenciados, possuindo um maior interesse em evoluir e ampliar a qualidade e variedade dos artefatos produzidos.

4. Conclusão

A introdução de novos produtos e/ou técnicas é um dos possíveis futuros trabalhos que podem vir a ser realizados junto à cultura indígena, no qual o design pode contribuir para valorizar e mostrar o artesanato como uma ação social do design. A partir deste, notou-se também a oportunidade de diversos novos estudos, envolvendo diferentes áreas e atuações. Dentre eles, cabe citar:

- A possibilidade de um trabalho realizado junto aos artesãos, com foco na produção sustentável e a reinserção de técnicas de tingimento natural;

- O estudo de áreas ligadas à agroecologia, na busca pela recuperação das terras, incentivo ao retorno das práticas de agricultura e o manejo sustentável da taquara;
- O estudo etno-antropológico a respeito do processo histórico da simbologia presente no artesanato Guarani;

Entre estes, muitos outros estão abertos a novas descobertas, sendo que para isso só é necessário um primeiro interesse pela recuperação e valorização de nossa cultura ancestral. Espera-se que este trabalho, além de contribuir para valorização da cultura Guarani, possa também incentivar novas maneiras de contribuição para este universo tão rico e necessitado. E em uma maneira mais direta, espera-se que seja possível que a artesã Tereza possa aumentar sua geração de renda. Uma forma de contribuir com o campo do design em ações sociais e ambientais.

Referências

- BENASSI, Isadora. O design como meio de valorização do artesanato indígena guarani. Projeto de Conclusão de Design do Curso de Expressão Gráfica, Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015.
- BONSIEPE, Gui e outros. Metodologia Experimental: Desenho Industrial. Brasília: CNPq/ Coordenação Editorial, 1986.
- BONSIEPE, Gui. Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher, 2011.
- BORGES, Adélia. Design + artesanato: o caminho brasileiro. São Paulo: Terceiro Nome, 2011. 239 p. ISBN 9788578160821
- GUIMARÃES, Giovanna Maria; HENKES, Jairo Afonso. GESTÃO AMBIENTAL EM TERRA INDÍGENA: PLANEJAMENTO AMBIENTAL PARA A ALDEIA GUARANI MBIGUAÇU. Estudo de Caso R. Gestão Sustentável Ambiental, v. 1, n. 2, p. 257 - 281, out. 2012/mar.2013, Florianópolis.
- LADEIRA, Maria Elisa, AZANHA Gilberto, Diagnóstico sócio-econômico e avaliação de impactos nas terras indígenas Krahô, Krikati e Apinajé, situadas na área de influência do corredor de transporte multimodal centro-norte, 1998. MELIÀ, Bartomeu. A experiência religiosa Guarani. In: MARZAL, Manuel M. O rosto índio de Deus. Petrópolis: Vozes, 1989, p. 336
- MORALES, F. S. Diseño e artesanía. In: FERNÁNDEZ, S. & BONSIEPE, G. Historia del diseño en América Latina y el Caribe: Industrialización y comunicación visual para la autonomía. Editora Blücher. São Paulo, 2008
- SILVA, Sérgio Baptista da. Etnoarqueologia dos grafismos Kaingang: um modelo para a compreensão das sociedades Proto-Jê Meridionais. Tese de Doutorado, USP, 2001.
- UNESCO. La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera. Simposio Unesco/CCI. Manila, Filipinas, 1997. pp 35