

## **4. O olhar do design sobre a iconografia indígena**

### **4.1. Cruzamento de sistemas estéticos**

### **4.2. O olhar do design contemporâneo sobre representações e artefatos indígenas.**

Este último capítulo se ocupa primeiramente em discutir os cruzamentos entre o sistema estético hegemônico com sistemas estéticos ditos populares como o indígena, abordando para tanto as diferentes formas como cada um deles se apropria dos elementos estéticos do outro.

Serão apontados em um segundo momento alguns elementos do relacionamento do design com a iconografia indígena. Dois pontos são discutidos: a apropriação que o design faz desta iconografia e a intervenção do designer junto a comunidades indígenas.

#### 4.1. O cruzamento de sistemas estéticos

A crescente importância e prestígio que manifestações estéticas de sociedades populares ou “primitivas”<sup>42</sup> assumem em nossos dias nos leva a refletir o modo como se opera o cruzamento de linguagens tão heterogêneas.

Trata-se, de um fenômeno de duplo movimento de consumo, no campo a crescente substituição de objetos artesanais por produtos industrializados, e, nas grandes cidades uma crescente demanda por objetos artesanais, exóticos. Uma estrutura contraditória onde o artesanal e o industrial se implicam reciprocamente.

Este fenômeno foi descrito por Canclini<sup>43</sup> como processos de hibridação. Para este autor, trata-se de processos sócio-culturais onde estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas. A hibridação interessa tanto aos setores hegemônicos como aos populares que querem apropriar-se dos benefícios da modernidade. Desta forma, Canclini<sup>44</sup> parte do princípio que todas as culturas estão o tempo todo se relacionando, que todas as artes se desenvolvem em relação com as outras. As culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento.

Do lado popular, a transformação causada pelos processos globalizantes nos leva a refletir sobre a noção de identidades locais. Em um mundo tão fluidamente inter-conectado, o fluxo de diferentes elementos culturais, mensagens e imagens nos impede de pensar na existência de sociedades autocontidas ou isoladas da sociedade nacional ou global. Porém, as formas como os membros, de cada grupo, se apropriam dos repertórios heterogêneos de bens ou mensagens presentes no circuito global se manifestam de formas específicas para cada um deles.

---

<sup>42</sup> Estamos aqui utilizando os termos sociedades populares ou primitivas para nos referir às culturas das classes populares como resultado da apropriação desigual do capital cultural. Como colocada por Canclini em *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

<sup>43</sup> CANCLINI GARCIA, Nestor. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. pp. XIX

<sup>44</sup> CANCLINI GARCIA, Nestor. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. pp. XXII

Paralelamente, encontram-se ecos nas grandes cidades, de um fascínio pelo primitivo e pelo popular. Trata-se de uma certa busca pela unicidade, pela pureza, pela autenticidade, pelo selvagem.

Para se compreender as justificativas deste fenômeno seria necessário uma ampla discussão sobre as necessidades culturais de conferir um significado mais denso ao presente. Canclini<sup>45</sup> nos aponta alguns caminhos. Para este autor, a partir do fim do século passado, ocorre uma diminuição criativa da força inovadora: as obras plásticas, teatrais e cinematográficas, pois se remetem cada vez mais a obras passadas e incluímos aqui o design. Estas manifestações estéticas já não geram mais tendências, nem surpresas estilísticas como na primeira metade do século passado. A urbanização predominante nas sociedades contemporâneas se entrelaça com a serialização e o anonimato na produção. A própria estrutura da cidade fragmenta-se em processos cada vez mais difíceis de se totalizar.

Na cidade os interesses mercantis cruzam-se com os históricos, estéticos e comunicacionais. O mercado reorganiza o mundo público como palco do consumo e dramatização dos signos de status. A cultura urbana é dominada pelas tecnologias eletrônicas. A mídia é a grande condutora deste processo que acentua a mediatização social e a enfatiza o peso das encenações.

Dentro deste contexto, as manifestações estéticas populares ou primitivas, também estão passivas à encenação. Canclini<sup>46</sup> usa a expressão “A encenação do popular”, para se referir à forma como é feita a apropriação destes artefatos por nossa sociedade. Um reflexo deste fenômeno é visto no turismo, que utiliza este recurso como uma forma de chamar seus clientes a este tipo de consumo. O pitoresco e o primitivo seduzem o turista devido ao contraste com sua vida habitual. Desta forma, as manifestações estéticas de tais comunidades, como o artesanato, estabelecem relações simbólicas com um modo de vida mais simples, com uma natureza nostálgica.

É a idéia construída que associa o popular com a nostalgia de um passado relacionado à vida rural ou camponesa, a uma autonomia imaginada.

---

<sup>45</sup> CANCLINI GARCIA, Nestor. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006, pp. 64-65

<sup>46</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: editora brasiliense, 1983, pp. 88

Esta abordagem, no entanto, deixa escapar as atuais interações que comunidades mais isoladas dos grandes centros urbanos estabelecem com a cultura hegemônica. Canclini<sup>47</sup> constatou, em seu estudo junto a alguns povoados mexicanos localizados na zona tarasca do estado do Michoacán, entre 1977 e 1980, que o artesanato é hoje uma das principais fontes de renda que retém a população camponesa na região. O artesanato, muitas vezes, representa um recurso econômico complementar que torna possível manter a família unida e alimentada no povoado a que sempre pertenceram. Paralelamente, a situação precária do campo acaba por resultar em uma crescente migração de pessoas do campo em direção aos grandes centros urbanos.

Um exemplo é a situação de forte emigração que ocorre hoje no sul da Amazônia legal, principalmente no Sul do estado do Pará e ao longo da BR -163 que liga Cuiabá à Belém, área que engloba a região onde se localizam os índios Kayapó. Agricultores do sul do Brasil, que não conseguem mais se manter nas suas regiões de origem em consequência da diminuição progressiva de suas propriedades, ocupam cada vez mais, áreas do sul da Amazônia Legal. O conhecimento agro-técnico e a forma de agricultura praticada por estes imigrantes rurais traz como efeito vastos desmatamentos, compactação de solos e contaminação das águas com agrotóxicos. Fatores estes, que retiram da população local a base de sua sobrevivência na região.

O desenvolvimento progressivo desta região como também a recente descoberta de significantes recursos minerais atraem um grande número de pequenos agricultores, madeireiros e garimpeiros para a região, principalmente para as áreas indígenas, resultando em uma explosão de preços dos terrenos. Forçado por estes fatores a população local é obrigada a migrar. Uma parte para os grandes centros urbanos do país, outros preferem manter a sua forma de vida tradicional, onde em um grande número de casos, o artesanato representa resistência e sobrevivência.

Este exemplo demonstra como a função ideológica do artesanato está relacionada com os habitantes do lugar que o produz e com a realidade que os circunda.

---

<sup>47</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.pp. 92-94

Porém, esta não é necessariamente contrária ao sistema hegemônico quando percebemos seus inter-relacionamentos através do ciclo de produção, circulação e consumo.

Desta forma, podemos supor a importância de se estudar o artesanato e as manifestações estéticas de uma sociedade como processo, como produtos inseridos em relações sociais e não simplesmente como objetos voltados para si próprio. Como anuncia Canclini<sup>48</sup>, esses objetos abrangem e sintetizam uma variedade de fenômenos sociais.

A própria existência do objeto depende de certas condições sociais, desta forma a criação do objeto com todas suas características formais é tão importante quanto o seu próprio processo de produção.

O objeto então, é um signo marcado pela ambivalência, representa o ato simbolizador de uma civilização. Seu repertório totaliza as instâncias espaço-temporais que o possibilitam. E a produção destes “signos” repete e mantém a integração social assim como a própria identidade de uma determinada sociedade.

A experiência imaginária do espaço antecipa e possibilita futuras configurações para as experiências cotidianas. Trata-se de uma interação entre o imaginário e a realidade concreta e sensível, onde a sociedade aparece como o legítimo sujeito da experiência do espaço.

Em outras palavras, é o caminho percorrido do abstrato ao concreto que constitui a totalidade do objeto, que o torna um sistema inteiramente coerente consigo mesmo, inteiramente unificado.

As representações humanas nunca se desvinculam das necessidades e condições propícias para sua existência, de seus produtores e principalmente dos modos de produzi-los. Pois qualquer processo de produção material inclui desde o começo ingredientes ideais ativos, bases sociais e econômicas que o determinam.

Este cruzamento entre sistemas estéticos faz parte da história da América Latina. A iconografia indígena sempre esteve presente como um dos principais ícones simbólicos das manifestações estéticas deste continente. Os processos sócio-culturais destas nações são o resultado do conflito entre várias forças, e o relacionamento entre elas é ainda hoje, muito complexo.

---

<sup>48</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983, pp. 50-56

Diante desta realidade, Canclini nos induz a um questionamento fundamental: *Que modificações estão acontecendo na estrutura interna dos povos indígenas e mestiços, na significação social de suas manifestações estéticas, e de que modo as estratégias de reprodução e de transformação do capitalismo influem na produção, na circulação e no consumo destes artefatos?*

Para este autor, ao se estudar tais comunidades que apresentam os aspectos econômicos e culturais tão entrelaçados, é necessário se entender o processo pelo qual elas se integram ao sistema hegemônico. Pois o deslocamento do sentido social pelo qual passam tais artefatos toda vez que o desenvolvimento capitalista os subordinam à sua lógica, confirma a necessidade de se superar o isolamento em que são submetidos nos estudos sobre cultura popular.

Esta trajetória social dos objetos é determinada pelos produtores, por seus intermediários e pelos seus consumidores. Para se analisar as manifestações populares no conjunto do processo de seu deslocamento de sentido social, é necessário perceber as mudanças de seus significados na passagem do produtor ao consumidor.

Pois para o produtor indígena, prevalece o valor de uso dentro de sua comunidade assim como a associação com o valor cultural que o desenho e a iconografia possuem para ele. Para o intermediário estes objetos possuem um valor de troca dentro do mercado e para o consumidor final, o valor cultural e estético prevalecem. Certamente, estes valores são bastante diferentes daqueles dentro do sistema simbólico de onde foram produzidos.

O que podemos aqui concluir é que todos os sistemas estéticos hoje estão reformulando seus capitais simbólicos. A realidade híbrida em que vivemos, através da velocidade de cruzamentos e intercâmbios, nos leva a circular constantemente em grupos cultos e populares, tradicionais e modernos. A afirmação do regional ou do nacional hoje é relacionada com uma multiplicidade de ofertas simbólicas cada uma com suas próprias posições.

Pois os artesãos continuam produzindo seus artefatos na sociedade industrial, assim como artistas e designers usam tecnologias avançadas e olham para o passado em busca de densidade histórica e estímulos para a criação.

Desta forma, pós-modernismo seria esta co-presença tumultuada de todos, onde arte e artesanato, tradição e novas tecnologias culturais, simbólico e efêmero cruzam entre si.

É exatamente por trazer uma multiplicidade de referências que Dijon De Moraes<sup>49</sup> aponta a pós-modernidade, como o mais heterogêneo, sincrético e popular dos movimentos que sucederam ao moderno. Este caráter visível e popular, segundo este autor, é consequência da presença de linguagens icônicas e semânticas de forte impacto e de grande poder de comunicação.

Entre a pluralidade de valores, a cultura pós-moderna, destaca-se a evidência de signos e estilos do passado assim como as referências regionais. Pois o fenômeno da globalização fez surgir novos modelos e práticas para a atividade do design, que englobam referências regionais múltiplas, sincréticas, híbridas, plurais e multiculturais, que enfatizam o lado sólido da cultura local em contraposição a efemeridade da cultura global.

Dentro do campo do Design, o ponto fundamental e grande desafio, é a promoção de um diálogo harmônico e equilibrado entre sistemas simbólicos e estéticos tão diversos.

Desta forma é requerido do designer além de sua capacidade projetista, um aprofundamento intelectual que lhe possibilite, fazer associações entre elementos, códigos e conceitos de sentidos múltiplos, oriundos de modelos comportamentais diversos.

O Design, na pós-modernidade é o resultado híbrido de diferentes conceitos e valores, sejam simbólicos ou estéticos.

---

<sup>49</sup> DE MORAIS, Dijon. *Análise do Design brasileiro- entre mimese e mestiçagem*. pp. 149

#### **4.2. O olhar do design contemporâneo sobre representações e artefatos indígenas.**

Num momento em que as questões em torno da potência das imagens - como forma de conhecimento, pensamento e comunicação do outro e de si - tornam-se decisivos para se pensar a cultura contemporânea, a iconografia indígena passa a ocupar um lugar de destaque.

É uma certa experiência do vazio cultural e religioso e de todas as nossas formações de sentido. É necessário um despertar e uma retomada de consciência de símbolos e dos arquétipos arcaicos, despertar imagens para contemplá-las e assimilar suas mensagens, assim como seus novos conjuntos de significados. Pois as imagens têm o poder de mostrar tudo o que ficou refratário ao conceito.

No contexto tribal, mais que em qualquer outro, as manifestações estéticas funcionam como meio de comunicação. Disto emana a força, a autenticidade e o valor da estética tribal. Em nível do sensível, e do visual, esse meio de comunicação se apresenta por meio de um sistema extremamente elaborado. Os objetos destes índios guardam um valor que transita entre a beleza e o sentido. São formas sensíveis, mas todos os sentidos referem-se a significados que expressam a compreensão que estes índios possuem de sua cosmologia, estrutura social, da relação com a natureza e da construção da identidade e da alteridade.

No contexto indígena a produção da cultura material tem um caráter comunal, está aberta à participação de todos, assim como é produzida para todos.

A cultura material enquanto manifestação simbólica aponta para a reprodução social, são símbolos visíveis de identidade étnica. Percebe-se a presença de uma linguagem estética predominante em toda atividade produtiva por isso a necessidade do estudo das manifestações estéticas indígenas como sistemas de representação, que procuram explicar como a comunidade pensa a si própria e o mundo que a rodeia.

Estes povos apesar de todo o contato com o mundo civilizado, decidiram a continuar serem índios, e ainda criam e recriam importantes manifestações estéticas dotadas de notável especificidade histórica e cultural, introduzindo novos símbolos e novos sentidos.

Os saberes indígenas são respeitados e multiplicados na medida, em que são abordados a partir de sua permanente construção, de tal forma, que a tradição é vista como um processo criativo e adaptativo.

Nesse processo dinâmico, a construção de imagens na contemporaneidade requer uma seleção mais apurada de componentes culturais que a compõem. Trata-se de um trabalho que necessita de uma adaptação constante, pois a cultura não é feita só de tradições, mas existe como movimento.

Ao designer hoje fica a responsabilidade de se apropriar de uma maneira mais elaborada, consciente e criativa da iconografia indígena. Diluir uma certa abordagem estagnada e acomodada, que ao se apropriar destas expressões estéticas, geralmente tendem a associá-las a um estereótipo construído pelo ocidente sobre suas imagens e sobre suas representações.

As comunidades indígenas brasileiras são muito diferentes entre si e, normalmente, essas diferenças não podem ser explicadas apenas em decorrência de fatores ecológicos ou razões econômicas. A produção de variados objetos da cultura material como ferramentas, instrumentos, utensílios e ornamentos, com os quais um grupo humano busca facilitar sua sobrevivência, está ligada à escolha e utilização das matérias-primas disponíveis, ao desenvolvimento da técnica adequada de manufatura, às atividades envolvidas na exploração do ambiente e na adaptação ecológica e à utilidade e finalidade prática dos objetos e instrumentos produzidos. Estão presentes também, elementos de ordem simbólica, ligados às concepções religiosas, estéticas e cosmológicas do grupo.

O que ocorre na prática, é que a produção material dos índios no Brasil se expressa de tantas formas quantos os povos que a produz, logo esta qualificação não pode ser considerada enquanto um meio de identificação geral e comum dos índios.

Canclini descreve este fenômeno de uma forma bastante interessante, para ele, mediante interesses mercantis, ocorre hoje uma dissolução do étnico no típico. O típico seria a abolição das diferenças, da subordinação a um tipo comum dos traços específicos de cada comunidade. É uma espécie de simplificação do real, que acaba por retratar um real bem menos interessante.

Em relação a esta realidade, ao designer, produtor de cultura material, sujeito pós-moderno, agente ativo de um processo tão enfático de hibridação cultural é imposto o desafio de buscar confrontar diferentes estéticas, sob

diferentes pontos de vista, de mostrar aos seus consumidores que aquele determinado produto é o resultado de diferentes maneiras de ver o mundo, de viver e de pensar.

O lugar do designer, enquanto realizador, é um lugar de poder, pois cabe a ele o papel de tradutor intercultural. Em outras palavras cabe ao designer hoje, ao se apropriar da iconografia indígena, construir um processo comunicativo no qual estejam inseridos práticas e sistemas de pensamento dos índios e assim os transmitir à sociedade hegemônica.

Em outras palavras, o seu grande desafio hoje, é preparar o mercado para este tipo de produto cultural, é informar ao grande público o valor e a riqueza cultural destes artefatos.

Para isto é fundamental estar consciente do capital imaterial destas comunidades. É a possibilidade do design, ao se apropriar da iconografia indígena, ser um instrumento de reconfiguração de forças, de produção de subjetividades, de compreensão, de explicação, e de interpretação do mundo, onde não só os índios, mas nós também podemos nos ver como alteridade.

O que acontece, na realidade, é que cada vez mais as pessoas são obrigadas a escolher entre costumes e valores antagônicos, cada vez mais as comunidades indígenas percebem que a lógica do sistema hegemônico converte suas tradições em espetáculo para a população urbana.

Toda a problemática que envolve as manifestações estéticas destas culturas, é que de um lado existe a tendência de se enxergar apenas o seu aspecto étnico, como sendo uma sobrevivência crepuscular de culturas em extinção, do outro lado, o rico de isolá-las e estudá-las como outro objeto qualquer, a partir da lógica mercantil.

Ponto fundamental aqui é intrínseca relação que se estabelece hoje entre a prática profissional do design e a iconografia indígena, especialmente em nosso país. Assim sendo, nos interessa refletir sobre as diversas formas em que se estruturam este relacionamento. Ao invés de tomar um posicionamento crítico, neste trabalho, apontamos as formas em que se estruturam esta relação.

Segundo Dijon de Moraes<sup>50</sup>, a pós-modernidade é um momento muito propício para o desenvolvimento do Design nacional. Segundo este autor, as características básicas deste momento, como a presença de signos híbridos, valores múltiplos e plurais, sempre fizeram parte da base formativa da experiência brasileira.

Este autor nos aponta para o fato de que após décadas de influência dos conceitos racionalistas-funcionalistas e dos modelos vindos do exterior, o Design no Brasil começa a tornar-se mais autônomo em relação a sua própria linguagem, assimilando variados aspectos de sua diversidade cultural. Em outras palavras, na pós-modernidade o design brasileiro renova-se em conceito e estética. Ao abandonar o vicioso processo de mimese, surgem os valores múltiplos do Brasil, sejam esses étnicos, éticos ou estéticos, como a própria referência para si mesmo.

Segundo este autor, o fenômeno de multiculturalismo e mestiçagem presente no Brasil, traz para a prática do Design, elementos paradoxais, de proveniências distintas, realidades contrastantes e conflituosas, que, interagindo entre si, possibilitam a construção de uma linguagem de caráter e sentidos múltiplos para o design local. O interessante é ser exatamente esta mesma lógica aquela que rege o cenário global atual no âmbito do Design, onde a complexidade da presença da pluralidade e tensões entre diferentes versões do mundo passa a ser componente intrínseco do projeto.

Dentro do campo da joalheria no Brasil, por exemplo, a iconografia indígena tem sido um tema bastante recorrente, seja na indústria ou no trabalho desenvolvido por designers autônomos. Este segmento em específico revela a influência que a cultura material indígena possui dentro de nossa sociedade.

---

<sup>50</sup> DE MORAIS, Dijon. *Análise do Design brasileiro - entre mimese e mestiçagem*. pp. 179



**Figura 25 –Braceletes da empresa Eko Jóias.** A Eko Jóias, do Acre, usa desenhos das tribos Kaxinawá e Yawanawa na maior parte de suas peças.

Dentro deste campo, destacamos o trabalho desenvolvido pela artesã Verônica Xingu, descendente da etnia Kayapó, cujas peças misturam materiais naturais brasileiros tais como: casca de coco, sementes, dentes, pedras, penas e madeiras; todos esses materiais recolhidos em viagens pelo Brasil, alguns materiais conseguidos em tribos indígenas no Pará e no Amazonas.



**Figura 26 - Gargantilha.** Designer: Verônica Xingu/ descendente do grupo Kayapó.



**Figura 27 - Brinco.** Designer: Verônica Xingu/ descendente do grupo Kayapó.

Em 1994, a empresa H. Stern lançou uma coleção de jóias com pedras preciosas, a coleção *Purãngaw* - inspirada nos grafismos e nas formas de adornos usados pelos índios brasileiros. São 57 peças inspiradas na arte plumária, pinturas corporais, cestaria e cerâmica dos índios Bororo, Kadiweu, Kayapó, Kaingang e outros.



**Figura 28 - Colar inspirado nos chocalhos indígenas usados durante cerimoniais, acompanham música e dança. Coleção Parãngaw/ H.Stern, 1994.**



**Figura 29 - Pulseira inspirada na arte plumária dos índios brasileiros. Coleção Parãngaw/H.Stern, 1994.**



**Figura 30 - Colar inspirado na arte plumária dos índios Txucarramãe (PA).**  
Coleção Parãngaw/ H.Stern, 1994.



**Figura 31 - Pulseira inspirada na arte plumária dos índios Txucarramãe (PA).**  
Coleção Parãngaw/ H.Stern, 1994.



**Figura 32 - Anel inspirado na pintura corporal dos índios Kayapó. Coleção Parãngaw/ H.Stern, 1994.**



**Figura 33 - Colar inspirado na pintura corporal dos índios Kayapó Xikrin. Designer: Taisa Rodrigues/2005.**

Outro ponto fundamental dentro desta discussão é a inserção do designer junto a comunidades indígenas. Pensar sobre a questão da legitimidade de levar aos índios um instrumental técnico e ideológico do mundo ocidental, e até que ponto isto não significa corromper suas formas tradicionais de vida.

Para uma grande maioria das pessoas, os índios ainda são uma ficção na qual ela projeta os ideais de sabedoria e equilíbrio, harmonia com a natureza, de coletividade, etc. A ideologia que permeia grande parte de nossa sociedade é que este éden deveria permanecer intacto, que as mudanças nestas sociedades fossem retardadas ao máximo. Toda a política indigenista oficial do Brasil compactua com este tipo de concepção e por isso o governo está sempre tentando distinguir os índios “autênticos”, “puros”, dos índios civilizados.

O caráter contraditório desta questão é como conciliar o fato de não corromper os índios com nossas tecnologias e concepções estéticas quando queremos que eles nos mostrem aquilo que imaginamos ser a essência deles.

É como se tudo pudéssemos deles copiar enquanto aos índios estivesse reservado o lugar da repetição daquilo que sempre foram ou, pior, daquilo que sempre imaginamos que foram.

Hoje, é comum encontrarmos instituições com fontes mistas de aportes financeiros, trabalhando junto a comunidades indígenas com o objetivo de incentivar o comércio de suas mercadorias.

A cestaria, entre os produtos produzidos por comunidades indígenas, é um dos que mais se encontram comercializadas com a sociedade nacional. A produção da cestaria baniwa, por exemplo, hoje é amparada pelo projeto Arte Baniwa<sup>51</sup> da OIBI - Organização Indígena da Bacia do Içana e das organizações indígenas do Rio negro que articulam a produção sustentável e o comércio por encomenda destas mercadorias.

---

<sup>51</sup> O projeto ARTE BANIWA é uma parceria entre a OIBI (Organização Indígena da Bacia do Içana), a FOIRN (Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro) e o ISA (Instituto Socioambiental). Após vários testes de mercado, o ISA identificou a empresa Tok&Stok, do segmento de móveis e objetos de decoração para consumidores específicos de classe média dos grandes centros urbanos brasileiros, e construiu uma parceria comercial que acolheu a história da arte baniwa e flexibilizou alguns procedimentos padronizados para os fornecedores, com bons resultados.



**Figura 34 - Cestaria Baniwa vendida nas lojas Tok & Stock.**

Fonte: [www.tok & stock.com.br](http://www.tok & stock.com.br)

Um experiência semelhante foi desenvolvida por outro projeto junto a comunidade indígena Grupo dos Apurinã<sup>52</sup> da área 45, situada no km 45 da BR317 entre Boca do Acre / AM e Rio Branco-AC. Em 1999 eles começaram sua produção de jóias de sementes da floresta. A principal matéria-prima, o caroço do Tucumã é colhido através de um plano de manejo, desenvolvido junto com a ONG PESACRE. Além do apoio do PESACRE, a comunidade também conta com o apoio do Fundo Nacional do Meio Ambiente - FNMA/MMA. Uma parceria com Amazonlink.org foi estabelecida com o objetivo de divulgar os trabalhos e produtos da comunidade. Um primeiro negócio bem-sucedido foi realizado com a Greenpeace-Austria, que ofereceu uma pulseira dos Apurinã como brinde para seus doadores.

A reprodução dos objetos de adorno corporal indígena é algo bastante presente em nossa sociedade. A grande maioria das peças de bijouterias produzida e consumida hoje nos grandes centros urbanos se remetem aos colares de sementes indígena. Hoje, cada vez mais, peças de joalheria buscam também na iconografia indígena, os motivos para sua criação.

---

<sup>52</sup> Projeto de produção de jóias de sementes com manejo florestal - projeto desenvolvido por um grupo de índios Apurinã e a ONG Pesacre no sudoeste do Amazonas.



**Figura 35 – Pulseira confeccionada a partir do caroço de Tucumã/ Grupo Apurinã.** Fonte: [www.amazonlink.org](http://www.amazonlink.org)

Outro exemplo, publicado pelo SEBRAE em 2004<sup>53</sup>, é o trabalho artesanal das mulheres do grupo indígena Ticuna. Esta comunidade pertence ao município de Benjamim Constant. Este município se destacou pela iniciativa de inserção de populações indígenas em atividades econômicas sob a égide do desenvolvimento sustentável.

Em 1999 foi criada a Associação de Mulheres Artesãs Ticunas de Bom Caminho (Amatu), organização não governamental que assumiu a responsabilidade pelo desenvolvimento do artesanato indígena da comunidade Bom Caminho. Em 2000, o SEBRAE/AM, introduziu ações de revitalização do produto artesanal desta comunidade com o objetivo de potencializar o aspecto competitivo destas mercadorias. As ações foram focadas nas em três áreas: associativismo, design e organização. A intervenção do designer foi feita de uma forma indireta, ou seja, a autoria das peças continuou sobre o domínio das índias, cabendo ao designer agregar técnicas e conhecimento para que fosse possível fazer uma atualização e adequação dos produtos para as novas necessidades apresentadas pelos novos mercados. Os produtos Amati, a partir desta intervenção passaram a ter uma identidade visual, embalagens e etiquetas contendo informações sobre o produto e as artesãs.

Atualmente a Amatu comercializa diretamente coma a Yaquinô (Associação de Produção e Cultura Indígena), sediada na cidade de Manaus e beneficia diretamente seus associados e indiretamente cerca de 61 famílias na própria comunidade e cinco famílias da comunidade de Porto Espiritual, totalizando 486 pessoas.

---

<sup>53</sup> Histórias de Sucesso: experiências empreendedoras / Organizado: Renata Barbosa de Araújo Duarte. Brasília: Sebrae, 2004.



**Figura 36** – Cunhantã usando colares produzidos pelas índias Ticuna.

Fonte: Sebrae: 2004.

Os Pataxós, comunidade indígena que vive aos entornos da chamada Costa do Descobrimento, que compreende os municípios de Porto Seguro, Santa Cruz de Cabrália e Belmonte, possuem um estilo de vida bastante urbano e a cultura indígena mistura-se aos costumes do extremo sul baiano. A situação econômica da comunidade é bastante precária, o artesanato constitui a principal fonte de renda da comunidade, porém o comércio destas mercadorias é marcado pela concorrência acirrada com outros membros da população local, que muitas vezes passam por índios para explorar a atividade. O artesanato pataxó é composto basicamente por colares, pulseiras e brincos feitos de semente, madeira e penas.

Em 1999, em meio aos preparativos para as comemorações dos 500 anos do descobrimento do Brasil, o programa SEBRAE de Artesanato<sup>54</sup>, batizado de Bahiarte com o apoio do Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, criaram uma variedade de medidas com o objetivo de incentivar o artesanato pataxó. Criaram um carimbo com o símbolo de cada aldeia, assegurando ao turista a genuidade do produto. Este período foi marcado também pelas oficinas de resgate do grafismo e de símbolos culturais e pela editoração de um catálogo com as principais peças e suas características. Em 2000, o SEBRAE criou, em Porto Seguro, um espaço

---

<sup>54</sup> Histórias de Sucesso: experiências empreendedoras / Organizado: Renata Barbosa de Araújo Duarte. Brasília: Sebrae, 2004.

para exposição do artesanato pataxó. Apoiou também a participação destas comunidades em um circuito de feiras e exposições.

Outro ponto abrangido por esta intervenção foi a exploração sustentável da atividade do artesanato. Pois a degradação da Mata Atlântica colocou em risco a oferta de sementes utilizadas na confecção de colares. Desta forma surgiu o projeto de implantar um viveiro de mudas nativas.

Desta forma, o projeto de artesanato pataxó representa uma forma de geração de renda de forma sustentável, abrangendo inclusão social e resgate cultural.



**Figura 37 – Índios Pataxó.**

Fonte: [www.marcelomin.com.br](http://www.marcelomin.com.br)

Diante destes exemplos de intervenção do designer junto a comunidades indígenas nos colocamos a pensar que o que é relevante dentro desta questão não é simplesmente a incorporação de novos objetos ou novos costumes. Mas sim como assimilá-los. Desta forma passamos a questionar a própria capacitação do designer para fazer esta interferência.

Ao designer, cabe a função de encontrar um caminho de diálogo, onde seja possível que o índio possa se expressar espontaneamente a partir de sua própria linguagem, ao mesmo passo que encontrar caminhos para redefinir sua própria identidade em relação a outros. É conseguir perceber os limites de suas demandas

internas de intervenção para então introduzir técnicas que sejam úteis aos seus projetos.

Dentro deste processo dinâmico de intercâmbio cultural, os índios não são simples vítimas passivas dentro deste processo, hoje percebemos, que em grande parte das comunidades indígenas brasileiras, existe toda uma discussão e dinâmica interna em andamento entre gerações, incorporando algumas coisas de fora, rejeitando outras, preservando tradições e abandonando outras.