



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”  
Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda**

**MARIA EDUARDA GREGGIO**

**A VALORIZAÇÃO DA CULTURA INDÍGENA NA MODA BRASILEIRA**

**AMERICANA, SP**

**2024**

**MARIA EDUARDA GREGGIO**

**A VALORIZAÇÃO DA CULTURA INDÍGENA NA MODA BRASILEIRA**

**Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia “Ministro Ralph Biasi”.**

**Área de concentração: Têxtil e moda**

**Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato**

**AMERICANA, SP**

**2024**

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana  
Ministro Ralph Biasi- CEETEPS Dados Internacionais de  
Catalogação-na-fonte**

GREGGIO, Maria Eduarda

A valorização da cultura indígena na moda brasileira. / Maria Eduarda Greggio – Americana, 2024.

43f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda)  
- - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi –  
Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato

1. Estamparia 2. Índios brasileiros – aspectos sociais 3. Moda.  
I. GREGGIO, Maria Eduarda II. ROMANATO, Daniella III. Centro  
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de  
Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 677.027.4

316.347(81)

687016

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de  
ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

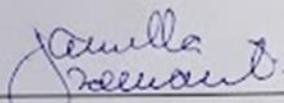
MARIA EDUARDA GREGGIO

A VALORIZAÇÃO DA CULTURA INDÍGENA NA MODA BRASILEIRA

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda em 2024 pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Data de aprovação: 05/12/2024

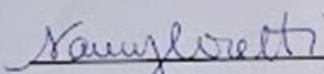
Banca Examinadora:



Daniella Romanato (Presidente)

Mestre

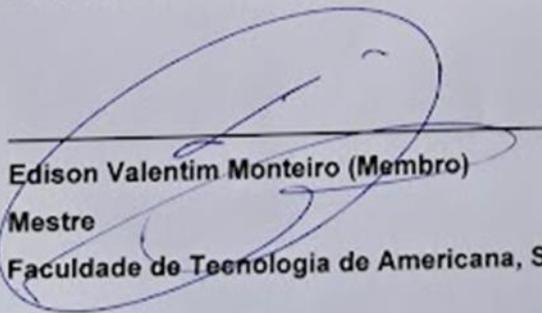
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Nancy de Palma Moretti (Membro)

Doutora

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Edison Valentim Monteiro (Membro)

Mestre

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho acadêmico principalmente a minha mãe, que sempre me incentivou e apoiou em minhas escolhas, e a todos que me auxiliaram nesse processo e me impulsionaram no meu crescimento intelectual, cultural e pessoal.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente a minha mãe, que sempre me apoiou e incentivou nas minhas escolhas e foi meu pilar e suporte.

Agradeço a minha orientadora, Daniella, por aceitar conduzir o meu trabalho de pesquisa, e me auxiliar em todos os processos.

Sou grata à minha família pelo apoio que sempre me deram durante toda a minha vida.

Também agradeço a todos os meus colegas de curso, pela oportunidade do convívio e pela cooperação mútua durante estes anos e por não me deixarem desistir.

## RESUMO

Este trabalho de conclusão do curso de têxtil e moda, tem como objetivo pesquisar como a moda pode desempenhar um importante papel na valorização das culturas nativas, aqui especificamente no contexto brasileiro, trazendo formas de integrar a herança estética e simbólica ao design, em que aqui será destacada as dos povos indígenas Yanomamis. No intuito de mostrar como a cultura indígena pode ser valorizada através da moda, propõe-se trabalhar com as referências culturais destes povos, aplicando-as em estampas sustentáveis feitas com corantes naturais, incentivando o fortalecimento e vínculo entre moda e sustentabilidade. Esta proposta pretende trazer o design social, juntamente com a moda sustentável, quando se propõe a criar estampas com grafismo de uma cultura indígena específica, fazendo o uso de corantes naturais, ou seja, é uma proposta social e sustentável. Além disso o uso responsável e colaborativo do design pode criar um espaço de respeito, inclusão e inovação, promovendo uma moda que celebra a diversidade cultural do Brasil enquanto estimula o consumo consciente e sustentável.

**Palavras-chaves:** Cultura indígena; Moda social; Moda sustentável.

## ABSTRACT

This final project for the textile and fashion course aims to research how fashion can play an important role in valuing native cultures, specifically in the Brazilian context, by bringing ways to integrate aesthetic and symbolic heritage into design, highlighting the Yanomami indigenous peoples. In order to show how indigenous culture can be valued through fashion, we propose to work with the cultural references of these peoples, applying them to sustainable prints made with natural dyes, encouraging the strengthening and link between fashion and sustainability. This proposal aims to bring social design together with sustainable fashion, when it proposes to create prints with graphics from a specific indigenous culture, using natural dyes, that is, it is a social and sustainable proposal. In addition, the responsible and collaborative use of design can create a space for respect, inclusion and innovation, promoting fashion that celebrates Brazil's cultural diversity while encouraging conscious and sustainable consumption.

**Keywords:** Indigenous culture; Social fashion; Sustainable fashion.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Povos / etnias indígenas do Censo demográfico de 2010 .....	11
Figura 2 – Território Yanomami.....	12
Figura 3 – As línguas Yanomami .....	13
Figura 4 – Caminhos dos espíritos <i>xapiri</i> (desenho de Taniki, 1977).....	14
Figura 5 – Pintura rupestre da Caverna de Lascaux, na França (17.000 a.C.) e exemplos de corantes naturais.....	14
Figura 6 – Detalhe da Carta do Brasil do Atlas de Sebastião Lopes, 1565 e pintura do século XVI .....	15
Figura 7 – Ornamentos dos espíritos xamânicos <i>xapiri pë</i> e <i>urihi</i> (visão xamânica da floresta) (desenho de Davi Kopenawa, s/d.) .....	17
Figura 8 – Tinta de urucum e de jenipapo sendo aplicada na pintura corporal .....	17
Figura 9 – Pintura facial dos Yanomamis .....	18
Figura 10 – Pintura corporais dos Yanomamis.....	19
Figura 11 – Desenho <i>xaririwë</i> .....	20
Figura 12 – Desenhos <i>tipikiwë</i> .....	20
Figura 13 – Desenhos <i>õni ëyëkëwë</i> .....	21
Figura 14 – Desenhos <i>õni ëyëkewë</i> e <i>ximorewë</i> .....	21
Figura 15 – Design social.....	24
Figura 16 – Apropriação cultural .....	26
Figura 17 – Eco design e Design sustentável .....	27
Figura 18 – Economia Linear e Economia Circular .....	29
Figura 19 – Projeto Topomorfose de Heloísa Crocco .....	32
Figura 20 – Projeto Jalapa de Heloísa Crocco .....	32
Figura 21 – Projeto Cores Ancestrais.....	33
Figura 22 – Projeto Éwà Poranga .....	34
Figura 23 – Projeto Ocupação, Estamparia e Grafismos Kapinawá.....	35
Figura 24 – Painel de inspiração .....	36
Figura 25 – Estampa manual com carimbos feitos com batatas .....	36
Figura 26 – Avaliação dos critérios de valorização da cultura mencionada .....	37
Figura 27 – Estampa digital.....	38
Figura 28 – Avaliação dos critérios de valorização da cultura mencionada .....	38

## SUMÁRIO

1	Introdução .....	10
2	A cultura indígena .....	11
2.1	Povos Yanomamis.....	12
2.2	Os corantes naturais.....	14
2.3	As padronagens.....	17
3	O papel do design na valorização cultural .....	22
3.1	O design social .....	24
3.1.1	Apropriação cultural .....	25
3.2	A moda sustentável .....	26
4	A valorização da cultura indígena através do design de superfície.....	30
4.1	Design de superfície com referências Yanomami.....	35
5	Conclusão .....	39
	Referências .....	40

## 1 INTRODUÇÃO

É sabido que a moda se manifesta como um fenômeno que representa a cultura e os valores de uma sociedade. Desta forma, para este trabalho, objetiva-se mostrar como a moda desempenha este importante papel na valorização das culturas, aqui especificamente no contexto brasileiro, trazendo formas de integrar a herança estética e simbólica ao design, em que aqui será destacada as dos povos indígenas da tribo dos Yanomamis. Neste contexto, de forma que essa cultura seja respeitada e celebrada, surge a questão: como valorizar a cultura indígena na moda?

Uma hipótese é trabalhar com as referências estéticas dos povos Yanomamis, aplicando-as em estampas sustentáveis feitas com corantes naturais, trazendo o fortalecimento e vínculo entre moda e sustentabilidade.

Muito se fala sobre sustentabilidade, mas é preciso mais ações que valorizem, também, as culturas nativas, como no Brasil, as indígenas. Para isso é importante valorizá-las, por exemplo, através do uso de corantes naturais e padronagens, em prol de um design de moda social.

Portanto, após esta pesquisa será necessário compreender o design social e a valorização na moda sustentável. Para formar esta associação é fundamental pesquisar a cultura indígena, especificamente a dos povos Yanomamis, trazendo seus corantes naturais e padronagens.

Este trabalho de conclusão de curso terá sua pesquisa baseada em livros, artigos, sites especializados no assunto.

## 2 A CULTURA INDÍGENA

O Brasil é o país com a maior população indígena da América do Sul, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com o apoio da Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI), os dados do Censo 2022 apontam que “a população indígena do país chegou a 1.693.535 pessoas, o que representa 0,83% do total de habitantes” (FUNAI, 2023). Neste levantamento de dados foi percebido um aumento de 88,82% na população indígena em relação a 2010.

A população indígena vem, cada vez mais, crescendo e se espalhando por todo o Brasil. De acordo com a FUNAI (2023):

Grande parte dos indígenas do país (44,48%) está concentrada no Norte. São 753.357 indígenas vivendo na região. Em seguida, com o segundo maior número, está o Nordeste, com 528,8 mil, concentrando 31,22% do total do país. Juntas, as duas regiões respondem por 75,71% desse total. As demais têm a seguinte distribuição: Centro-Oeste (11,80% ou 199.912 pessoas indígenas), Sudeste (7,28% ou 123.369) e Sul (5,20% ou 88.097).

Figura 1 – Povos / etnias indígenas do Censo demográfico de 2010

Macro-Jê	Tupi	Tupi cont.	Etnias pertencentes a outras famílias não classificadas em troncos	Etnias pertencentes a outras famílias não classificadas em troncos	Etnias pertencentes a outras famílias não classificadas em troncos cont.	Outras etnias cujas línguas não são classificadas nem em troncos e nem em famílias	Outras etnias cujas línguas não são classificadas nem em troncos e nem em famílias cont.
12941	156073		216480			179540	
Bororo 2795	Aikám 311	Ramatina 404	Araú 76094	Pano 19414	Maku (Nadahup) (continuação) 98	Aconé 90	Paikú 321
Bororo 2348	Karitana 311	Araza de Rondônia 369	Apuinã 6842	Araza do Acre 705	Dáe 98	Akaná 379	Panará 2074
Uruitina 447	Aweti 198	Unzú 35	Asthenika 883	Katãlã do Aze 481	Háda 1407	Amre (1) 146	Pankararé 1346
Guatú 313	Yatjá 758	Ajuru 172	Baniwa 5478	Kaxarari 520	Nadib 746	Anoré 182	Pankarari 11366
Guatú 313	Xipaya 482	Mikarãp 411	Kuripako 1290	Kainawá 7567	Nimbikwê 2237	Apelima - Arara 251	Pankarari - Karauá 616
M 93706	Misaké 13310	Tupari 472	Baré 11990	Korubo 142	Manduka 74	Aspin 210	Pankaru 117
Agnayé 1913	Sateré-Mawé 13310	Tupi-Guarani 120978	Enawené-Nawé 627	Kilina Páho 377	Makutu 154	Aspin 433	Papavó 1
Kanã 1521	Moná 4789	Amanayá 244	Karana 1225	Mariño 2200	Ktchadu 8	Arilin 3	Paumelenho 2
Kanã Apanikra 26	Araza do Ariguaní 252	Anambé 185	Krik'oiu 213	Mattó 1013	Wakaitera 8	Arilesé 7	Pai-Pai 2
Kanã Rantocamekra 1774	Anú 147	Aplaká 799	Marçhinat 825	Matsá 2455	Sawentetu 22	Atikum 7499	Pitiguari 3413
Garão Krikatjé 329	Antú 1871	Araweté 400	Mawayá 48	Máya 99	Alaketu 4	Baniú 16	Puri 675
Garão Parkatjé 406	Canta Larga 602	Asurini do Tocantins 471	Mehinika 281	Natini 701	Alantetu 85	Bosoi 377	Sapurá 8
Garão Rikotjé 745	Carão de Rondônia 602	Parakaná 939	Palkar 1228	Royaniwa 624	Hahantetu 152	Botoçuto 3159	Tobajara 2527
Kohó 2843	Zoró 677	Suzoi do Pará 1258	Parati 2015	Shanawá 547	Saracé 213	Catákin 953	Tapajós (1) 524
Kohó Kanã 39	Saramá 2	Suzoi do Xingu 146	Tariana 2435	Yambúwa 1402	Waikú 5	Chama 126	Tapajós (2) 524
Krenyê 15	Murikriá 1238	Ava-Canoero 50	Terena 28845	Yawanawá 581	Wasusu 28	Gálbi Marwémo 1862	Tapaba 2687
Krikatí 978	Murikriá 13487	Gajá 536	Wapikana 10572	Tukano 13509	Lakondé 2	Wánte 363	Tapirus 6
Kokuregatjé 3	Murikriá 13103	Guarani 7500	Warkana 595	Apáso 497	Latandé 23	Yánte 6	Tapuia 1224
Timbia 379	Kandayá 384	Guarani Káiwé 43401	Wajá 439	Basi 337	Nigandé 174	Jaritana 6	Tikina 46045
Kaingang 37470	Pantobá 160	Guarani Mbya 8026	Yawolupití 263	Bassina 48	Mamandé 280	Jedjandé 1879	Tingí-Bati 784
Kayapó 10357	Pomborá 160	Guarani Nhandeva 8596	Karib 43005	Deshina 2361	Tawandé 95	Kanté 135	Tremembé 2974
Paná 913		Ka'apor 1541	Apalá 402	Karipú 74	Sabaná 262	Kahyana 21	Truká 4392
Kudjé 468		Kamayurá 662	Arara do Pará 571	Kubo 537	Nambikwára 618	Kaimbé 1016	Tumá 186
Tapiyana 135		Amendáwa 123	Karib (continuação) 3880	Makina 287	Tapakura 3880	Kalabaga 56	Tumbalá 1157
Xocobá 9221		Dháó 135	Bakari 1055	Siriano 67	Kujúim 128	Kalanó 273	Tapua 329
Xorante 19259		Juma 12	Galbí do Chapoá 110	Tukano 6151	Miguelino 105	Kamaká 14	Tapuá 1224
Xokling 1820		Kaipuna 22	Hokayána 849	Tuyúca 849	Ora Wén 129	Kamba 21	Tikina 46045
Karajé 6123		Kawitb 1	Ipaná 504	Yuruti 10	Pakua Níwa 3104	Kambiwé 3688	Tupinambá 5851
Karajé 4326		Paritirim 477	Inparikó 1509	Pitapuyá 1401	Yanomani 25084	Kampé-Pipá 1445	Tapuá 329
Jawé 1542		Tenharim 525	Kalapalo 546	Mittitupia 524	Ninán 726	Kampé 68	Tapuá 329
Xombóá 255		Uru-Yu-Wáru-Wáru 184	Kukuro 579	Arará 8634	Sansú 2334	Kanindé 385	Tapuá 329
Krenák 594		Kaiabi 1814	Matjpu 159	Barawa 193	Yanomani 21982	Kanoké 251	Tapuá 329
Krenák 594		Kokama 11274	Nahukú 130	Deni 1279	Yanomani 21982	Kantauré 398	Tapuá 329
Mesakali 19079		Kambába 744	Naravote 2	Janamadi 622	Bóso 1350	Kapinawé 1951	Tapuá 329
Mesakali 1935		Tapitapé 1000	Kaxuyra 418	Juwélio 244	Bóso 1	Karapoto 616	Tapuá 329
Ratáu 13588		Tenutahara 24428	Makú 28912	Karamarí 6	Karipá do Amapá 120	Karipó (1) 64	Tapuá 329
Ratáu Há-Há-Há 3556		Tembé 1844	Kapón Patamhá 187	Kulma Madjá 4848	Mirínha 1349	Karipó (2) 287	Tapuá 329
Okayé 72		Temoio (1) 82	Taupiláng 751	Panamatí 1427	Gwakúru 1592	Katí - Xooó 2073	Tapuá 329
Okayé 72		Turuká 12	Biyo 1440	Zuruhá 15	Kadwáru 1575	Kaxadó 210	Tapuá 329
Rikbaktsa 1411		Walápy 945	Wai Wai 2290	Katubina 5276	Guakúru 17	Kayastá 15	Tapuá 329
Rikbaktsa 1411		Xetá 68	Kosofayana 3	Karamari 4040	Múra 13219	Kiri 3079	Tapuá 329
Yatá 5278		Zoró 259	Katsena 123	Katãlã 1169	Múra 12479	Koiqarká 330	Tapuá 329
Sulhó 5278			Tunayana 107	Katawá 67	Parahá 740	Konanáwa 138	Tapuá 329
			Xenu 92	Makú (Nadahup) 2605	Sinhá 6	Kowá 52	Tapuá 329
			Yaplyana 4	Makú 354	Chumatóko 6	Láimá 4	Tapuá 329
			Waimi Atroari 1448		Chiquitá 324	Máraso 4	Tapuá 329
			Wayano 308		Jabuti 229	Marhá 22	Tapuá 329
			Y'ekuana 579		Anikápo 42	Majtápu 105	Tapuá 329
					D'jooorimbi - Jabuti 187	Muzurim 68	Tapuá 329
					Witoto 22	Mysky 109	Tapuá 329
					Náwa 241	Náwa 241	Tapuá 329

Fonte: Adaptado de FUNAI, 2021, p. 18.

## 2.1 Povos Yanomamis

O povo Yanomami é uma sociedade de caçadores-coletores e agricultores de coivara (itinerantes), que, segundo Davi Kopenawa (2022, p. 44), tem a maior terra indígena do Brasil, localizada nos estados do Amazonas e Roraima, sendo “aproximadamente 230 mil quilômetros quadrados, nas duas vertentes da serra Parima, divisor de águas entre o alto Orinoco (no sul da Venezuela) e a margem esquerda do rio Negro (no norte do Brasil)”.

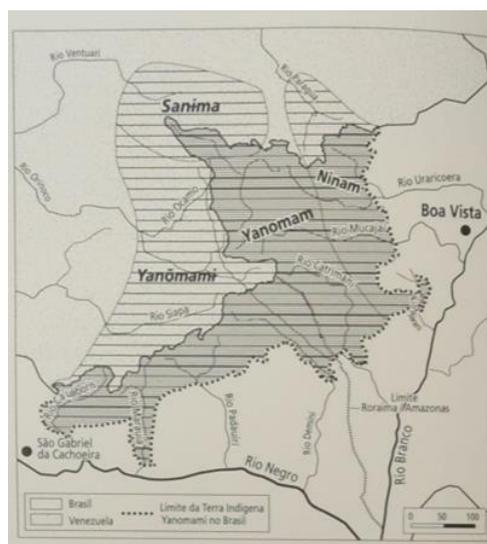
Figura 2 – Território Yanomami



Fonte: KOPENAWA; ALBERT, 2022, p. 27.

Estima-se que sua população total tenha “mais de 33 mil pessoas repartidas em cerca de 640 comunidades”, formando um “vasto conjunto linguístico e cultural isolado, subdividido em várias línguas e dialetos aparentados”, sendo, de acordo com Menez (2020), estas línguas as: yanomami, sanöma, ninam, yanomam, ãaroamë, yãnoma, em que “um estudo sobre as línguas da família linguística Yanomami revelou que quase todas as crianças Yanomami (99%) começam a aprender as suas línguas antes do português”, porém, devido a convivência com os não indígenas, línguas como o ninam, ãaroamë e yãnoma, estão ameaçadas. “As línguas Yanomami mais ameaçadas são aquelas faladas por indígenas que vivem muito próximos de vilas, projetos de assentamentos e acampamentos de garimpeiros”.

Figura 3 – As línguas Yanomami



Fonte: KOPENAWA; ALBERT, 2010, p. 552.

A base da cultura Yanomami é adquirida do conhecimento ancestral, passado de geração a geração. Isso reflete na sua visão do mundo, e em suas vidas no cotidiano, desde o preparo da comida até os conhecimentos adquiridos sobre a floresta e o que eles sabem da vida. Segundo Davi Kopenawa (2010, p. 65):

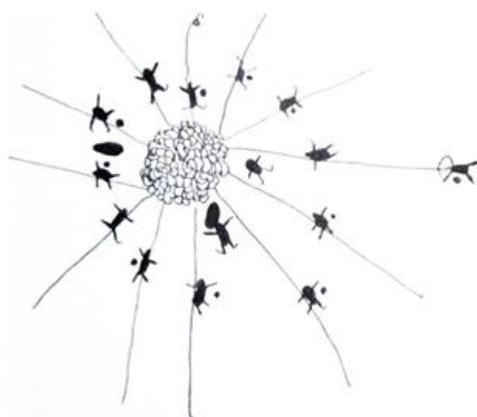
Eu não tenho velhos livros como eles, nos quais estão desenhadas as histórias dos meus antepassados. As palavras dos *xapiri* estão gravadas no meu pensamento, no mais fundo de mim. São as palavras de *Omama*. São muito antigas, mas os xamãs as renovam o tempo todo. Desde sempre, elas vêm protegendo a floresta e seus habitantes. Agora é minha vez de possuí-las. Mais tarde, elas entrarão na mente de meus filhos e genros, e depois, na dos filhos e genros deles. Então será a vez deles de fazê-las novas. Isso vai continuar pelos tempos afora, para sempre. Dessa forma, elas jamais desaparecerão.

Eles acreditam na existência de um mundo habitado por espíritos, e os xamãs exercem a função fundamental de mediação entre o mundo espiritual e o humano, eles se conectam com os *xaipiri*<sup>1</sup>, e através deles eles conseguem conhecimentos de cura, orientação e proteção. Suas crenças estão centradas em um universo onde os seres humanos, os espíritos e a natureza coexistem. No livro “A queda do céu” (2010, p. 613), em notas, consta a explicação de como funciona a compreensão dos Yanomami:

<sup>1</sup> *Xapiri* são os “espíritos auxiliares” dos xamãs. Esses seres-imagens (“espíritos”) primordiais são descritos como “humanoides minúsculos paramentados com ornamentos e pinturas corporais extremamente luminosos e coloridos”. Praticar o xamanismo é *xapirimuu*, “agir em espírito”, tornar-se xamã e *xapiripruu*, “tornar-se espírito”. O transe xamânico, conseqüentemente, põe em cena uma identificação do xamã com os “espíritos auxiliares” por ele convocados. (KOPENAWA; ALBERT, 2010, p. 610)

A mitologia Yanomami compreende dois conjuntos principais de narrativas. O primeiro descreve a socialidade anômica dos ancestrais humanos/animais (*yarori*) da primeira humanidade, que provocou sua metamorfose em caça (*yaro*) e a de suas 'imagens' (*utupë*) em espíritos xamânicos (*xapiri*). O outro desenvolve a gesta do demiurgo *Omama* e de seu irmão, o enganador *Yoasi*, criadores do mundo e da sociedade humana atuais.

Figura 4 – Caminhos dos espíritos *xapiri* (desenho de Taniki, 1977)



Fonte: KOPENAWA; ALBERT 2022, p. 89.

## 2.2 Os corantes naturais

Sobre o uso de corantes naturais, Vanuchi e Braibante (2021, p. 55) lembram que “o uso de materiais naturais e colorantes acompanha a humanidade desde o seu surgimento”, sendo as pinturas rupestres seus maiores exemplo.

Figura 5 – Pintura rupestre da Caverna de Lascaux, na França (17.000 a.C.) e exemplos de corantes naturais



Fonte: HIGA, S/d; PINTEREST, 2024.

Neste contexto, Vanuchi e Braibante (2021, p. 55) destacam “a importância histórica dos corantes naturais utilizados pelos povos indígenas do Brasil”. “O pau-brasil, por exemplo, é um dos corantes oriundos do saber indígena que foi muito explorado pelos portugueses durante e após o período colonial, tornando-o um dos corantes naturais mais comercializados no mundo”, como se vê nas figuras a seguir sendo a primeira um detalhe da Carta do Brasil do Atlas de Sebastião Lopes em 1565 em que indígenas cortam árvores de pau-brasil (a palavra “brasil” vem de “brasa”) e pintura do século XVI mostrando tintureiros franceses tingindo tecidos com este pigmento.

Figura 6 – Detalhe da Carta do Brasil do Atlas de Sebastião Lopes, 1565 e pintura do século XVI



Fonte: PINTEREST, 2024.

Ainda de acordo com Pinto (1995 apud Vanuchi; Braibante, 2021, p. 55), afirmam que, no contexto histórico brasileiro, não foi só o pau-brasil a ser explorado pelos colonizadores. Além deste, os colonizadores conheceram, “por meio dos indígenas, a andiroba, a copaíba, o urucum, entre outros produtos naturais”. Apesar disso, Vanuchi e Braibante (2021, p. 56), destacam que:

Embora o conhecimento indígena a respeito da extração e uso de pigmentos vegetais e minerais seja muito vasto, a utilização de corantes naturais não é uma especificidade de todos os povos indígenas, dado que as tradições culturais indígenas são distintas entre si e que cada etnia indígena brasileira possui suas particularidades em relação a sua cultura.

Vanuchi e Braibante (2021, p. 56) explicam que “os corantes naturais podem ser extraídos de plantas (folhas, caules, raízes e frutos), animais, minerais e microrganismos”. Para processar e extrair estes corantes, os solventes e veículos utilizados podem ser: “água, açúcar, álcool etílico, amido, cloreto de sódio, dextrina, gelatina, glicerol, óleos e gorduras comestíveis”.

Quanto ao uso e aplicação destes corantes naturais pelas diferentes comunidades indígenas, Vanuchi e Braibante (2021, p. 56) citam que:

- Na produção de cerâmicas, por exemplo, são utilizados pigmentos de origem mineral, tais como argilas, barros e pedras.
- Na pintura do corpo, é preferível o uso de corantes de origem vegetal, tais como urucum (usada para cobrir áreas maiores) e jenipapo (usada para representações mais delicadas).
- Por sua vez, no tingimento de tecidos, é recorrente o uso de açafraão, cascas de mogno, de pau-brasil, de pau-santo, entre outros.

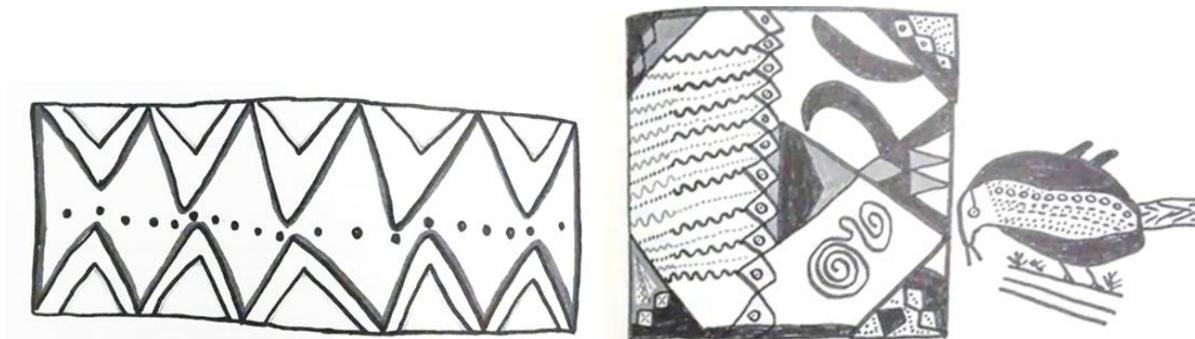
Segundo Albert e Milliken (2009, p. 110), especificamente “as pinturas corporais Yanomami são feitas do vermelho de urucum (*Bixa orellana*, *nara xihî*), do preto da polpa do fruto verde do jenipapo (*Genipa americana*, *hoo maxihî*) e do roxo das folhas de *Picramnia spruceana* (*koe axihî* ou *hapaka axihî*)”.

Tintas de coloração azul escuro e roxa dos frutos maduros de *Oenocarpus bataua* e *Euterpe precatoria* são também ocasionalmente usadas pelos Yanomami para pinturas corporais (Anderson, 1978). Fuentes (1980) menciona, entre os Yanomami da Venezuela, o uso de *Genipa spruceana* para tinta preta (da mesma forma que *G. americana*) e dos frutos de *Corynostylis arborea* para tinta roxa. Alès (1987a) registra, por sua vez, o uso de frutos de *Hieronyma* como corante violáceo, enquanto Mattei-Muller (2007) menciona o uso de frutos de *Smilax maypurensis* para obter essa cor. Cocco (1987) descreve também uma tinta azulada tirada dos frutos de *Renealmia* sp., enquanto Prance (1972) observou, entre os Yanomami do Alto Uraricoera, uma tinta roxa feita com *Pourouma* sp. Enfim, segundo Lizot (1984), os Yanomami da Venezuela usam as folhas de *Picramnia macrostachya* da mesma forma como utilizam *P. spruceana*, e aproveitam a resina de *Protium* sp. para produzir um tinta vermelha. (ALBERT; MILLIKEN, 2009, p. 111)

Os corantes naturais desempenham um papel fundamental na cultura indígena, sendo usados não apenas para coloração, mas também como expressões de identidade e ritualidade, trazendo sua crença na vida para o cotidiano, como cita o Yanomami Davi Kopenawa (2010, p. 29):

Temos palavras para contar como *Omama* a criou nossa terra-floresta. Quando ele chegou à existência, desejou que ela aparecesse junto com ele. Primeiro, a desenhou com a tintura vermelha do urucum dos espíritos *xapiri pë*, como os desenhos de palavras de vocês numa pele de papel.

Figura 7 – Ornamentos dos espíritos xamânicos *xapiri pë* e *urihi* (visão xamânica da floresta)  
(desenho de Davi Kopenawa, s/d.)



Fonte: KOPENAWA; ALBERT 2010, p. 82.

Sobre a pintura corporal, no site da FUNAI (2022) afirma que “a mulher geralmente tem a responsabilidade de executar a pintura, principalmente nos corpos dos filhos e marido, aplicando a tintura com as mãos, pontas de palha, riscadores de madeira, chumaços de algodão, pincéis variados e até cachimbos”. Existe uma perfeição na execução.

Figura 8 – Tinta de urucum e de jenipapo sendo aplicada na pintura corporal



Fonte: FUNAI, 2022; VANUCHI; BRAIBANTE, 2021, p. 56; FUNAI, 2022.

### 2.3 As padronagens

Segundo o site da FUNAI (2022), “cada traço possui um significado característico. O conceito depende de cada etnia, sendo que uma mesma pintura pode ter sentidos variados de acordo com a comunidade e circunstância”. “Além da relevância estética, as pinturas traduzem usos, costumes, saberes e tradições ancestrais, obedecendo a preceitos simbólicos e ritualísticos passados de geração em geração”.

Para os povos indígenas, segundo Piucco (2014 apud Engel; Cezar, 2017, p. 4) as pinturas corporais têm “uma importância significativa na cultura da comunidade: ela pode ser uma expressão de beleza – assim como a maquiagem ou a tatuagem” em que “para cada evento faz-se diferente arte, casamento, caça, ritual, funeral ou dia a dia”.

O site da FUNAI (2022) afirma que “existem desenhos que demonstram sentimentos, desde os mais felizes até os de revolta e indignação pelos problemas enfrentados nas aldeias. Muitas vezes significam também luto, tristeza e passagem”. “Outra característica representada pela arte corporal indígena são as peles de animais como jabutis, cobras, entre outros”.

Albert e Milliken (2009, p. 111), baseando-se em diversos autores, afirma que “as pinturas corporais Yanomami são baseadas num conjunto de motivos geométricos combinados de maneira complexa”.

Segundo o site Xe Mba'e (2015), do antropólogo, *Mbo'esara Esãã Tremembé* (Paulo Roberto de Sousa), “a literatura antropológica e os registros etnográficos mostram uma variedade imensa de grafismos indígenas, uns mais aprofundados, outros apenas pincelados”. Já a produção gráfica, especificamente, dos grupos Yanomami é pouco estudada, havendo alguns registros feitos por missionários e religiosos, como é o caso do padre Luis Laudato<sup>2</sup>.

Figura 9 – Pintura facial dos Yanomamis



Fonte: LAUDATO, 1998, p. 73-77, apud RIBEIRO, 2012, p. 29.

<sup>2</sup> Luis Laudato: missionário salesiano que viveu entre os índios de 1978 a 1991, autor do livro “O caminho do Yanomami: *pey keyo*” em que fez uma excelente coleta de motivos Yanomami que estão, inclusive, desenhados no livro. (XE MBA'E, 2015)

O que se sabe é que os grafismos corporais não são os mesmos utilizados em seus artesanatos. “Aparentemente, o *pauximou* (ato de se ornamentar) se restringe ao *pëi kë të* (corpo)” (Xe Mba’e, 2015).

Ao contrário de muitos povos indígenas, os Yanomami não ampliaram o grafismo corporal para os seus artesanatos. Não é comum encontrar grafismo na tecelagem ou nos trançados Yanomami, não há cultura manufaturada com argila, como potes, urnas ou coisas parecidas, e mesmo quando há, é reduzida ao mais simples manufaturamento, como por exemplo, na *hapoca* (panela), não há traços de grafismo nem nas redes (*ni*) tecida de cipó ou algodão. Conseguimos encontrar alguns motivos de forma bem reduzida em algumas *rahaka* (ponta de flechas feita de madeira com uma espessura um pouco mais larga, para caçar animais de pequeno porte). (XE MBA’E, 2015)

Dentro do grafismo Yanomami, o site Xe Mba’e (2015) explica que “as formas se combinam e recombinaem, criando permutações (*irariwë*) e operando transformações sociais”. São sistemas de comunicação que mostram a relação entre os índios e até de qual etnia pertencem.

Figura 10 – Pintura corporais dos Yanomamis



Fonte: RIBEIRO, 2012, p. 30; ALBERT; MILLIKEN, 2009, p. 110.

O site Xe Mba’e (2015) demonstra alguns dos grafismos Yanomami, sendo:

- *Xaririwë*, usada por homens e mulheres, geralmente, feito com tala fina e estreita, formando linhas retas ou em zigue-zague, mas jamais em formato curvo. É mais usado em pinturas faciais, mas não significa que não possa ser vista no restante do corpo.

Figura 11 – Desenho *xaririwë*

Fonte: XE MBA'E, 2015.

- *Tipikiwë*, também usado por homens e mulheres em todas as partes do corpo, feita com talos grossos, é uma sequência de pontos lineares ou aleatórios, que, habitualmente, simbolizam a onça, mas também podem representar sentimentos ou ações da natureza.

Figura 12 – Desenhos *tipikiwë*

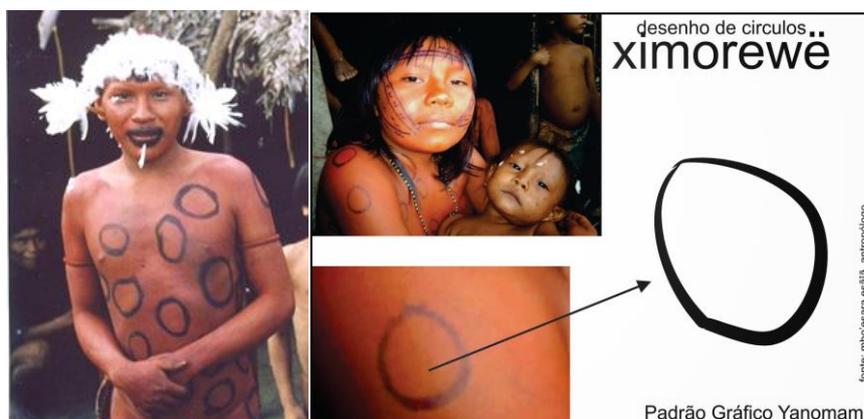
Fonte: XE MBA'E, 2015.

- *Õni Ēyëkëwë*, além de ser usado por mulheres e homens, as crianças também gostam desta pintura de linhas curvas e grossas, que, segundo os senhores mais vivos, faz recordar os rastros de cobras e o movimento de rios.

Figura 13 – Desenhos *õni ëyëkëwë*

Fonte: XE MBA'E, 2015.

- *Ximorewë*, usada no rosto e no restante do corpo, possui formas circulares, geralmente em representação ao céu, ou mais especificamente, como representação da onça.

Figura 14 – Desenhos *õni ëyëkëwë* e *ximorewë*

Fonte: XE MBA'E, 2015.

### 3 O PAPEL DO DESIGN NA VALORIZAÇÃO CULTURAL

Entendida a cultura indígena, seguindo o objetivo desta pesquisa de mostrar como a moda desempenha um importante papel na valorização das culturas, aqui especificamente no contexto brasileiro, trazendo formas de integrar a herança estética e simbólica ao design, em que aqui será destacada as dos povos indígenas Yanomamis, agora se faz necessário entender o papel do designer neste processo de valorização cultural.

De acordo com Pichler e Mello (2012, p. 3), “o design possui inúmeras definições que se modificaram ao longo do tempo, acompanhando as mudanças tecnológicas, econômicas, ambientais, sociais e culturais da sociedade”. Dentre estas definições, em 2002, o CSID (*International Council of Societies of Industrial Design*), alterou a definição de design para: “atividade criativa que tem por finalidade estabelecer as qualidades multifacetadas em todo o ciclo de vida de um produto, seus processos, serviços e sistemas”. Neste conceito, o CSID coloca que:

O design visa ampliar a sustentabilidade global e a proteção ambiental (ética global); oferecer benefícios e liberdade para a comunidade humana como um todo, usuários finais individuais e coletivos, protagonistas da indústria e do comércio (ética social); apoiar a diversidade cultural, apesar da globalização do mundo (ética cultural) e dar aos produtos, serviços e sistemas, formas que expressem (semiologia) e sejam coerentes (estética) com a sua própria complexidade. (PICHLER; MELLO, 2012, p. 3)

Neste contexto, segundo Costa (2011, p.11 apud Andrade, 2020, p. 21):

O design, enquanto disciplina holística de visão global e transdisciplinar, poderá contribuir de modo eficaz para o bem-estar social, para a defesa do patrimônio imaterial e das especificidades culturais locais, desenvolvendo estratégias e conceitos que possibilitem, experiências lúdicas actantes e catalisadoras de conhecimento, que revelam a dimensão memorável e histórica de cada cultura, potenciando por esta via, a construção de narrativas referenciais para os cidadãos.

Sobre a questão cultural, Pichler e Mello (2012, p. 1) destacam que “o Brasil possui uma diversidade cultural bem acentuada devido às colonizações e migrações que ocorreram ao longo de sua história. Cada região possui e cultiva características e costumes próprios”. Apesar disso, as culturas locais, como as indígenas, por exemplo, “vêm sendo valorizadas e a preocupação com relação ao resgate de técnicas e tradições passam a permear as discussões em diversas áreas do conhecimento”.

Com isso, de acordo com Carvalho (2007, p. 72), o designer se destaca como um agente fundamental, tendo o poder de comunicar, reinterpretar e promover os valores culturais de uma sociedade. Para se compreender melhor, Pichler e Mello (2012, p. 2) dizem que “é de suma importância que ao projetar novos produtos se tenha um entendimento acerca dos elementos que formam a cultura e a identidade do local no qual este produto será inserido”. Segundo eles, o design é uma “atividade responsável pela criação, inovação e invenção de artefatos que irão compor a cultura material de determinado local”.

O designer contribui para a valorização cultural, abordando seu papel como responsável pela preservação cultural, pela sensibilização e conscientização do público, pelo fortalecimento da identidade comunitária e pelo desenvolvimento econômico sustentável. Sendo assim, “a união entre design e identidade cultural possibilita a mescla de diferentes elementos, regionais e nacionais, no desenvolvimento de produtos que possuem um apelo emocional ligado às raízes culturais dos seus usuários e são, ao mesmo tempo, contemporâneos” (Pichler; Mello, 2012, p. 8).

O design, sendo fator crucial no intercâmbio econômico e cultural, deve utilizar essa tendência da valorização de identidades locais para criar diferenciais competitivos e atributos de valor simbólico aos produtos, a fim de manter as culturas tradicionais vivas, porém, integradas ao mundo contemporâneo. (PICHLER, MELLO, 2012, p. 4)

Apesar de não ser algo obrigatório, para atender a uma identidade coletiva, Carvalho (2007, p. 75) ressalta que “é preciso que o design não se torne algo externo e alheio ao processo, mas que se inscreva em sua dinâmica, para que, através da prática com o grupo, o produto possa adquirir significados diante das relações estabelecidas”, pois “o produto é constituído pela relação entre o designer e seu público”.

Para Schneider (2010 apud Pichler; Mello, 2012, p. 1), “o design é a arte mais vivaz e mais popular do presente, é um fenômeno de cultura de massas, e por isso, participa de modo decisivo na constituição de juízos de gosto generalizados”.

No contexto do povo Yanomami, a utilização das pinturas corporais e faciais; que não são muito conhecidas e documentadas; pode ser uma forma de promover e reconhecer o valor acerca desta cultura, inserindo sua identidade cultural em um produto, de uma forma que traga reconhecimento e conhecimento desse povo.

### 3.1 O design social

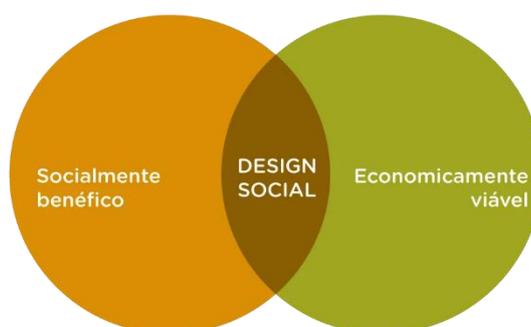
Novelli et al. (2023, p. 3), citando vários autores, aponta que o conceito de design social teria iniciado na década de 1970, quando o designer industrial Victor Papanek sugeria que “o Design resolvesse problemas reais da sociedade, impulsionando o foco do Design Social para as minorias, de forma que provocasse mudanças sociais e não necessariamente resolvesse um problema mercadológico de design”.

Para Armstrong et al. (2014), além da perspectiva do Design Social para o desenvolvimento de produtos, o design para a sociedade engloba também um amplo conjunto de ações e serviços, inclusive com políticas públicas e apoio de entidades locais, promovidos e praticados com abordagens de pesquisa participativa para gerar e perceber novas maneiras de realizar mudanças para fins coletivos e sociais, ao invés do design pensado para o mercado capitalista. (NOVELLI et al., 2023, p. 3)

Desta forma, compreender o design social faz com que haja entendimento sobre a importância em abordar questões sociais, culturais e ambientais, buscando gerar impacto positivo na sociedade por meio de soluções criativas e sustentáveis.

Segundo Muniz (2010, p. 2) e Novelli et al. (2023, p. 3), o design pode ser um agente de transformação social, promovendo o bem-estar coletivo e melhorando a qualidade de vida das pessoas. Trazendo inclusão, equidade e acessibilidade, sempre considerando os contextos culturais, econômicos e ambientais das populações envolvidas.

Figura 15 – Design social



Fonte: ALCANTARA, 2019.

No contexto indígena, o design social é uma ferramenta poderosa para fortalecer a autonomia dessas comunidades, garantir a preservação de suas tradições e promover o desenvolvimento sustentável. Ao colocar as comunidades indígenas no centro do processo de design, garante que as soluções sejam verdadeiramente inclusivas e benéficas, respeitando suas histórias, culturas, valores e territórios.

Os Yanomami não tinham muito contato com o mundo externo, mas abriram essa “porta” em prol do entendimento e conhecimento acerca da cultura deles, gerando assim, maior visibilidade e reconhecimento para o grupo, fazendo com que houvesse essa valorização deles e sua cultura, pois, por ser uma comunidade minoritária, infelizmente, é muito mais difícil se alcançar a visibilidade e reconhecimento merecido sem ajuda externa. E isso, em algumas situações, trazem a questão de apropriação cultural.

### **3.1.1 Apropriação cultural**

Campos (S/d.), define que a “apropriação cultural ocorre quando uma cultura dominante adota elementos de uma cultura minoritária, muitas vezes descontextualizando e trivializando seu significado original”. Desta forma, entende-se que apropriação cultural é o uso indevido de elementos de uma determinada cultura por membros de outra cultura, frequentemente dominante, sem o devido reconhecimento, compreensão ou respeito, reforçando os desequilíbrios de poder, perpetuando estereótipos e desvalorizando as expressões culturais originais.

Quando se apropria de algo de uma determinada cultura, pensando em lucrar sem dar retorno para ela, significa que se está desvalorizando e explorando-a de forma negativa.

Quando se traz o contexto indígena, que é uma cultura minoritária, oprimida e desvalorizada historicamente, Noveli et al. (2023, p. 16) diz que “é preciso compreender que o processo de valorização da cultura indígena em nosso país não se dará somente por atores indígenas”, então, é compreensível que haja intervenção externa na ajuda por uma visibilidade maior para esta cultura. Neste sentido, Vidal (2020, p. 35 apud Noveli et al., 2023, p. 16) evidencia que “o trabalho em coletivo com povos indígenas ‘deve ser imbuído de valores e cosmovisões indígenas, compartilhando e conscientizando sobre suas causas, gerando renda e empatia, em coletividade com uma equipe diversa e sob protagonismo indígena”.

No campo da moda, a apropriação cultural tem sido motivo de discussões, não exatamente por tornar certos elementos em modismos, mas sim por fazer deles uma indústria desleal. Um exemplo foi o caso da grife francesa Isabel Marant, citado por Ribeiro (2017), que, em sua coleção de verão 2015, usou “um bordado feito pela comunidade mexicana Sant-Maria Tlahuitoltepec (província de Oaxaca)”.

Esse bordado é feito há 600 anos, sendo esse um símbolo da identidade dessa comunidade. A marca se apropriou do bordado, produzindo-o em larga escala, e passou a vender a peça que identificava como “tribal” pelo equivalente a R\$ 1.000,00. Vale ressaltar que a peça original, feita por mulheres da comunidade, custava aproximadamente R\$ 65,00. Vale apontar ainda que o enorme lucro obtido pela grife nem chegará próximo à comunidade.

Figura 16 – Apropriação cultural



Fonte: MUNDO PELUSA, 2015.

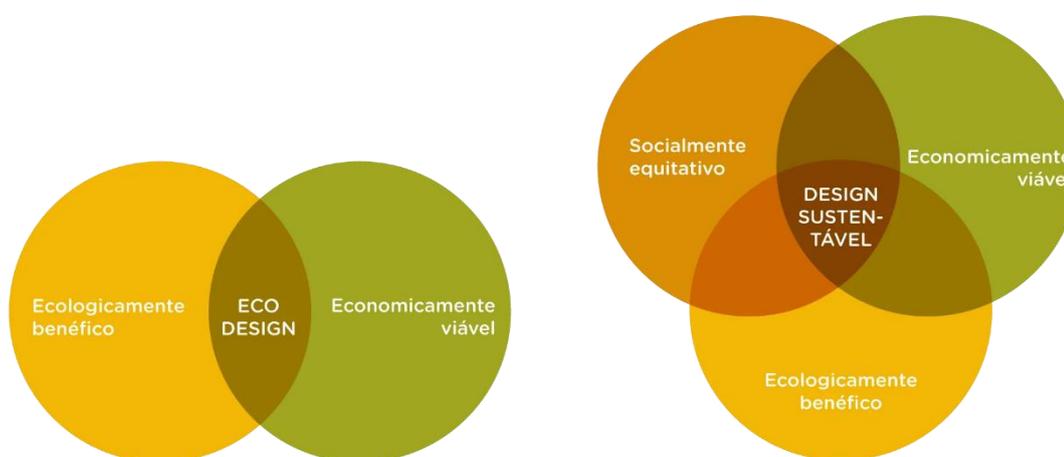
Aqui, ressalta-se que este trabalho não tem o intuito de lucrar nada em cima da cultura do povo Yanomami. Suas referências serão utilizadas como base desta pesquisa, no intuito de abrir um canal de visibilidade, valorização e apreciação desta cultura, trazendo informação e valorização cultural na moda.

### 3.2 A moda sustentável

Na área do design, é comum ouvir os termos ecodesign e design sustentável. Desta forma, aqui faz-se necessário explicar o que cada um deles significa para que se possa classificar corretamente o produto criado.

De acordo com Alcantara (2019), o termo “**ecodesign**” surgiu da “união entre a atividade de projetar e o meio ambiente”. Desta forma, assim como no **design social**, em que se prima por produtos que sejam socialmente benéficos e economicamente viáveis, “o objetivo principal do ecodesign é projetar produtos que sejam ecologicamente benéfico e economicamente viável”. Já o **design sustentável** é “a junção do design social com o ecodesign, ou seja, o produto sustentável deve ser socialmente equitativo, ecologicamente benéfico e economicamente viável”.

Figura 17 – Eco design e Design sustentável



Fonte: ALCANTARA, 2019.

Com isso, acredita-se que o ideal seja sempre pensar em design sustentável, já que ele engloba tudo que os outros também tratam. Assim, estes produtos, ainda de acordo com Alcantara (2019), “devem satisfazer as necessidades humanas básicas de toda a sociedade, envolvendo a responsabilidade de não prejudicar o equilíbrio ambiental atual e garantir este equilíbrio as gerações futuras”, considerando “o ciclo de vida do produto (pré-produção, produção, uso, descarte, reciclagem, reuso) tomando as decisões corretas que minimizem o impacto ambiental dos produtos”.

Alcantara (2019), alerta que “sustentabilidade não tem a ver somente com o meio ambiente, tem a ver também com o bem-estar das pessoas”. O conceito abrange práticas que buscam preservar os recursos naturais ao mesmo tempo em que promovem a qualidade de vida, a equidade e o desenvolvimento social. Segundo a Agenda 2030 (apud Alcantara, 2019), “os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável envolvem erradicar a pobreza, zerar a fome, estabelecer a igualdade de gênero e promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável através de trabalho decente para todos”.

Sendo assim, uma abordagem sustentável considera tanto o equilíbrio ecológico quanto as necessidades e o desenvolvimento das comunidades, destacando que um futuro sustentável só será alcançado quando houver harmonia entre a preservação ambiental e o bem-estar humano.

No contexto indígena, especificamente dos Yanomamis, a moda sustentável deve ser compreendida a partir da relação intrínseca que essa comunidade indígena tem com o meio ambiente e sua cultura tradicional, reforçando a crença desse povo que luta pela preservação de suas terras e pelo seu modo de vida, utilizando de recursos naturais, como uma forma de gerar menos impactos negativos no mundo.

A *National Geographic* (2023), divulgou um levantamento feito pela *MapBiomas*<sup>3</sup> que mostrou que em 2021 “as áreas mais preservadas do Brasil foram as terras indígenas. O estudo foi feito com base em imagens de satélites e dados de inteligência artificial dos anos 1985 a 2020.”

As terras Yanomami sofrem muito com invasão de garimpeiros ilegais, isso afeta a relação que eles têm com a floresta, baseada no respeito e na harmonia com a natureza e a vida desse povo que a habita e defende. Com as invasões, mais da metade da população Yanomami é submetida “a graves problemas de saúde, violência e exploração sexual, insegurança alimentar e degradação social.” (Kopenawa; Albert, 2022, p. 26-27).

Outro pensamento que vai de encontro com os princípios do design sustentável é a economia circular. Contrária a tradicional economia linear, que é insustentável por ter sua cadeia produtiva baseada na extração excessiva de recursos naturais (causado impactos negativos ao meio ambiente como, por exemplo, a contaminação do solo, uso intensivo de água), na produção bens e no descarte de rejeitos e resíduos, a economia circular, que tem como essência sua auto-regeneração, veio para atender às expectativas das tendências globais de tornar o crescimento e os lucros menos dependentes dos recursos naturais.

A economia circular é um modelo de negócios oposto que reconhece que todos os produtos são fruto de algo que foi retirado da natureza, por isso, se preocupa em criar formas de “prolongar a vida útil dos produtos e/ou da matéria-prima, pois, muitos deles, no momento em que deixam de ser úteis, são descartados no meio ambiente, sendo substituídos por um novo produto” (Nascimento, 2022, p. 17).

---

<sup>3</sup> MapBiomas: rede colaborativa, formada por ONGs, universidades e startups de tecnologia que produz o mapeamento anual da cobertura e uso da terra no Brasil. (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2023).

Figura 18 – Economia Linear e Economia Circular



Fonte: ECO GREEN, 2020.

Desta forma, valorizar o design sustentável é uma forma de minimizar o impacto ambiental, ético e social ao longo de toda a cadeia produtiva. Na moda sustentável, estes conceitos podem ser aplicados quando se utiliza, por exemplo, fibras orgânicas e corantes naturais, na fabricação de produtos como roupas, acessórios e calçados.

Embora esse movimento esteja crescendo como uma resposta necessária aos impactos negativos da indústria da moda tradicional (que é uma das maiores poluidoras do planeta), nem todas as marcas, lojas e indústrias se utilizam destas práticas. Isto ocorre porque, na teoria, todos conceitos são promissores, contudo, na prática, é muito mais difícil aplicá-los. Trabalhar com design social, por exemplo, exige interação com ONGs e comunidades de baixa renda, muitas vezes em regiões periféricas, o que geralmente não oferece um retorno financeiro significativo, diminuindo o interesse de alguns profissionais de design. No caso do ecodesign, o desafio está em desenvolver produtos que realmente causem baixo impacto ambiental.

Quando se fala de design sustentável, que integra tanto o design social quanto o ecodesign, a complexidade aumenta. É necessário conciliar ambos os aspectos, desenvolvendo produtos que atendam a causas sociais e que sejam economicamente viáveis. No entanto, esses produtos, frequentemente, possuem custos mais elevados do que os convencionais, tornando o desafio ainda maior.

## 4 A VALORIZAÇÃO DA CULTURA INDÍGENA ATRAVÉS DO DESIGN DE SUPERFÍCIE

Na busca pela valorização da cultura através do design, Barroso (1999 apud Pichler; Mello, 2012, p. 5) diz que “desenvolver novos produtos de referência cultural significa reportar o produto ao seu lugar de origem, o que pode se dar através do uso de matérias-primas ou técnicas de produção típicas da região, ou pelo uso de elementos simbólicos”, sendo este último partindo “de uma pesquisa visual do local a fim de identificar os principais elementos e símbolos que constituem e caracterizam tal cultura e território”.

A exemplo de como isto pode ser feito, Pichler e Mello (2012, p. 5-9) realizaram quatro análises de projetos desenvolvidos pela designer gaúcha Heloísa Crocco, “nos quais a escala foi aplicada com a finalidade de validar seu desenvolvimento e compreender de que forma seu uso pode auxiliar o profissional de design no desenvolvimento de produtos que visam à valorização de identidades locais”. Para eles, o designer “pode fazer parte de todas as etapas de valorização de produtos locais, tendo participação direta ou indireta nas mesmas”.

Lucy Niemeyer (2007 apud Pichler; Mello, 2012, p. 5) “aponta que a identidade pode ser vista nos produtos, de uma forma simplista”, através da:

- **Existência:** o produto informa sua própria condição fenomênica;
- **Origem:** o produto informa seu fabricante e sua cultura;
- **Qualidade:** o produto informa sua função, seu uso e sua manutenção.

Niemeyer ainda ressalta que “quanto mais informações tiver o produto, mais forte é a sua identidade”. Neste sentido, ela destaca outras características manifestadas nos produtos, que tornam suas identidades comunicáveis, como:

- Configuração estética (forma);
- Materiais empregados;
- Processos produtivos;
- Composição;
- Organização das partes;
- Esquema cromático empregado;
- Odores que exala;
- Sons que produz.

Com base nestes dados, na construção de um novo produto que pretenda valorizar alguma cultura, deve-se avaliar:

- **Temática:** elementos e símbolos da cultura local utilizados como inspiração;
- **Configuração estética:** aparência do produto, relacionadas com a temática escolhida, como as cores utilizadas, a forma, as partes que o compõem, as texturas, as estampas, entre outros;
- **Materiais:** devem ter relação com a temática escolhida ou com a cultura à qual se refere o produto, seja presente no desenvolvimento ou na composição;
- **Processos:** a confecção do produto utiliza alguma técnica tradicional local ou um fazer típico da região.

Baseado nestes quatro critérios acima, Pichler e Mello (2012, p. 5) ao analisarem os projetos desenvolvidos pela designer gaúcha Heloísa Crocco (“uma das principais referências na criação de produtos com temáticas e inspirações na cultura e no fazer artesanal tradicional brasileiro”), criaram uma escala de 1 a 4 para avaliar o nível de valorização da cultura existente nos produtos, ressaltando que:

A inexistência de um ou mais critérios no produto não o descaracteriza como sendo de valorização do local, visto que a intenção aqui é disponibilizar uma ferramenta que auxilie o designer no processo de desenvolvimento de produtos deste cunho, além de tornar o potencial identitário presente no projeto ou produto plausível de avaliação. (Pichler; Mello, 2012, p. 5)

Para exemplificar esta forma de avaliação, Pichler e Mello (2012, p. 6) analisaram um dos primeiros trabalhos da designer que se inspirou em texturas e padrões existentes nos cernes das árvores da floresta Amazônica que teve contato em uma de suas expedições em 1985. “Crocco criou mais de 200 padrões e os aplicou em uma infinidade de produtos”. “Mais tarde, o trabalho se transformou em um projeto, denominado Topomorfose” (Fig. 19).

Ao se aplicar a escala no projeto Topomorfose de Heloisa Crocco, foi possível identificar que o projeto atende a três dos quatro critérios estabelecidos, o que equivale a um médio nível identitário. Primeiramente, o projeto atende satisfatoriamente ao critério de temática, pois seu tema tem como inspiração a natureza (padrões criados a partir dos veios de crescimento das árvores nativas da floresta amazônica), enquadrando-se no nível iconografia fauna e flora. No aspecto configuração estética, é visto a utilização das cores com base na temática determinada (explorando as variações de tons naturais da madeira e suas texturas) e das formas (desenhos e curvas dos veios das árvores). Quanto ao critério material avaliou-se que possui relação com o tema, pois a madeira é a própria fonte de inspiração para o projeto e é utilizada na confecção dos padrões geométricos. (Pichler; Mello, 2012, p. 6)

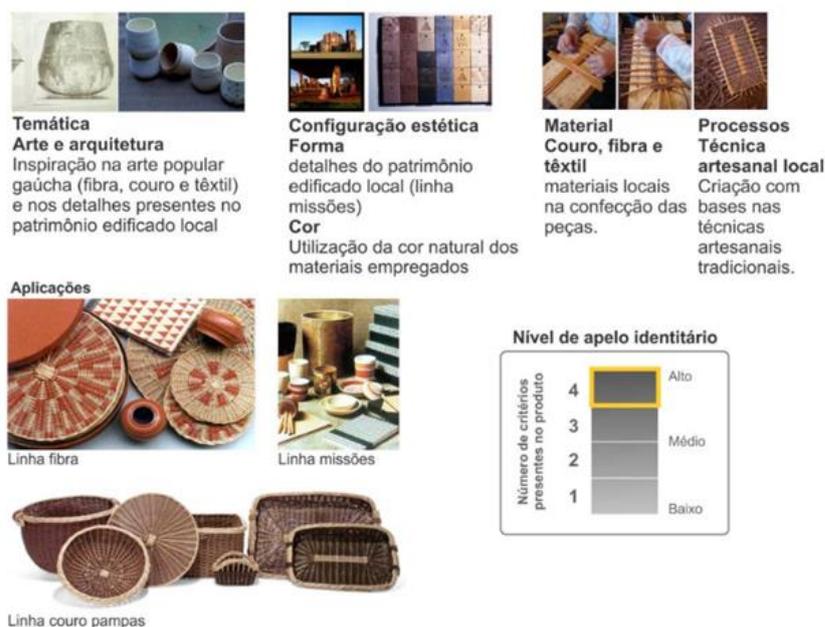
Figura 19 – Projeto Topomorfose de Heloísa Crocco



Fonte: PICHLER; MELLO, 2012, p. 6.

Ainda sobre o trabalho de Crocco, Pichler e Mello (2012, p. 7) fazem outra análise, agora sobre o Projeto Jalapa (que faz parte do Projeto ‘Piracema: Vivências’ idealizado por Crocco em parceria com o SEBRAE), que “tem como objetivo a valorização da cultura do Tocantins através do resgate do capim-dourado, e foi desenvolvido juntamente com os designers Marcelo Rosenbaum e Fernando Maculan”. “Analisando o projeto conforme os critérios previamente estabelecidos, observou-se que este possui alto nível identitário”.

Figura 20 – Projeto Jalapa de Heloísa Crocco



Fonte: PICHLER; MELLO, 2012, p. 7.

Neste sentido, outros três projetos trabalham na valorização da cultura através do design, neste caso, já mais aplicado a moda com referências indígenas.

- a) O projeto **Cores Ancestrais**, criado por Jaqueline Padovan (apud *What Design Can Do Brasil*, 2023), devido ao fato de que as práticas têxteis indígenas vêm sendo apagadas ao longo dos séculos, tanto devido ao genocídio indígena quanto com a destruição de seus habitats naturais, o projeto trabalha no resgate de sua cultura têxtil através de oficinas de tingimento natural entre as próprias comunidades indígenas, ministradas por “guardiãs” dessas práticas, que transmitem seu conhecimento para a juventude interessada em perpetuá-las.

Figura 21 – Projeto Cores Ancestrais



Fonte: WHAT DESIGN CAN DO BRASIL, 2023.

- b) O projeto **Éwà Poranga** (apud Vidal, S/d.), (significa beleza, nas línguas Yoruba e Tupi Antigo, respectivamente) é uma escola de moda pluricultural, com professoras de diferentes instituições e espaços de referência das culturas negras e indígenas, nacionais e internacionais. “Uma experiência de aprendizado para transformar e ressignificar sua forma de ver o mundo e de fazer arte, design, comunicação e educação de forma regenerativa e com identidade brasileira”. Sobre este projeto, o comunicador de moda multidisciplinar, diretor criativo e *stylist*, Dudu Bertholini (apud Vidal, S/d.) diz:

“Ewa poranga traz de uma forma contundente o que mais precisamos na hora de pensar e ensinar moda: a nossa pluriculturalidade, presente nos nossos povos originários e nos grupos entendidos como “minoritários”, mas que não somos minorias. Se temos uma moda eurocentrada, hegemônica, essencialmente magra, branca, cisgênera, ela não está refletindo o que a moda e o mundo são, e principalmente para onde nós queremos que ele vá. Por isso é muito importante a gente recontar esta história, valorizando e

revertendo apagamentos históricos. Agora nós temos este espaço, que é a Ewa Poranga para que esta história seja contada por quem deve ser contada, para que possamos propor um olhar decolonial no ensino de moda. Ewa Poranga promove de forma acessível um conteúdo tão importante como este, com uma diversidade nos corpos docente e discente, Ewa Poranga é uma revolução!”

Figura 22 – Projeto Éwà Poranga



Fonte: WHAT DESIGN CAN DO BRASIL, 2023.

- c) O projeto **Ocupação, Estamparia e Grafismos Kapinawá**, idealizado por Zzui Ferreira (apud Cultura.Pe, 2017), conta com incentivo do Governo de Pernambuco, através do Funcultura, explica que o objetivo deste projeto é desenvolver, num processo colaborativo junto aos Kapinawás<sup>4</sup>, uma série de estampas têxtis inspiradas na etnia local em diálogo com os símbolos ancestrais deste povo, que foi escolhido pelo projeto pela presença dos sítios rupestres que existem no entorno das aldeias e por manterem a tradição de se aplicarem pinturas corporais em rituais e encontros. *“Em todas as atividades nós ouvimos e orientamos os participantes com o propósito de colocarmos eles em contato com as pinturas e gravuras rupestres da região, através de uma reapropriação dessa identidade. Decidimos fazer tudo juntos, dentro de um conceito chamado de Design Social, que basicamente é trabalhar com comunidades tradicionais”*, explica Ferreira. A artista visual Lia Letícia, que tem 20 anos de experiência em pintura e estamparia, conta que em sua oficina foi compartilhada uma técnica de serigrafia caseira, e que pode ser aplicada com baixo impacto de químicos.

<sup>4</sup> O povo indígena Kapinawá, cujo atual território fica localizado no sertão pernambucano, próximo ao município de Buíque.

Figura 23 – Projeto Ocupação, Estamparia e Grafismos Kapinawá



Fonte: CULTURA.PE, 2017.

#### 4.1 Design de superfície com referências Yanomami

A partir de toda pesquisa realizada, como propôs a hipótese deste trabalho em sua introdução, agora serão feitas propostas de estampas e padronagens sustentáveis feitas com corantes naturais, aplicando as referências estéticas dos povos Yanomamis, trazendo o fortalecimento e vínculo entre moda e sustentabilidade, em prol de um design de moda social, de forma que essa cultura seja respeitada e celebrada.

Como visto ao longo desta pesquisa, de acordo com Pichler e Mello (2012, p. 2), o design é uma “atividade responsável pela criação, inovação e invenção de artefatos que irão compor a cultura material de determinado local” e no momento em que estes novos produtos forem projetados, é de grande importância que “se tenha um entendimento acerca dos elementos que formam a cultura e a identidade do local no qual este produto será inserido”, contribuindo para a preservação cultural, pela sensibilização e conscientização do público, pelo fortalecimento da identidade comunitária e pelo desenvolvimento econômico sustentável.

Desta forma, para visualizar os elementos que formam a cultura e a identidade do povo Yanomami, para que deles sejam criados novos projetos, será utilizado um painel de inspiração. Este é uma ferramenta importante para o designer de moda, pois, segundo Korner (2015, p. 2), “a imagem deve ser tratada pelo designer como informação, para que a partir dela sejam criadas ideias inovadoras”, ou seja, “o designer tem como desafio transformar os conceitos abstratos em produtos concretos”. Os painéis de inspiração “organizam as referências coletadas visando organizar as ideias”.

Figura 24 – Painel de inspiração



Fonte: Da Autora, 2024.

A partir do painel, para a criação das estampas, será aplicado o método desenvolvido por Pichler e Mello (2012), apresentado no capítulo 4 desta pesquisa, em que se utiliza quatro critérios (a temática, configurações de estética, materiais e processos) para avaliar se um produto tem um nível alto ou baixo de valorização da cultura mencionada.

Para o primeiro produto, foi criada uma estampa manual em que se utilizou de materiais ecológicos, tendo um tecido de algodão puro e batatas esculpidas na forma do grafismo, que foram molhadas em corantes feitos com urucum (vermelho alaranjado) e jenipapo (preto), e em seguida carimbadas sequencialmente sobre o tecido.

Figura 25 – Estampa manual com carimbos feitos com batatas



Fonte: Da Autora, 2024.

Aplicando os métodos de Pichler e Mello (2012), por ser uma criação mais imersiva na cultura, observa-se que este produto atinge alto nível de valorização da cultura mencionada.

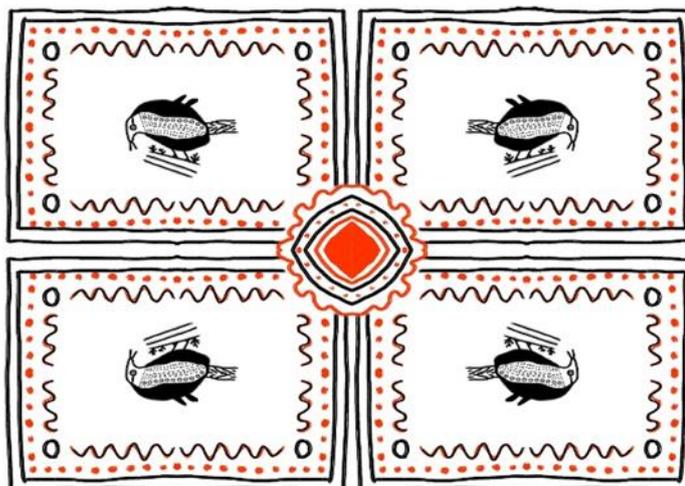
Figura 26 – Avaliação dos critérios de valorização da cultura mencionada



Fonte: Da Autora, 2024.

Para o segundo produto, foi criada uma estampa corrida a ser aplicada também em superfície de algodão, mas por ter motivos maiores e mais elaborados, optou-se por uma técnica de criação digital da estampa, para posteriormente ser aplicada através de estamperia por quadros, o que diminui o nível de valorização da cultura mencionada, mas ainda o mantém com uma avaliação de nível médio.

Figura 27 – Estampa digital



Fonte: Da Autora, 2024.

Figura 28 – Avaliação dos critérios de valorização da cultura mencionada

															
<p><b>Temática</b></p> <p>Utilização de pinturas e grafismos do povo Yanomami criados por Davi Kopenawa</p>	<p><b>Configuração Estética</b></p> <p><b>Forma:</b> Uso dos padrões de grafismos</p> <p><b>Cor:</b> Uso de preto e vermelho que remetem aos corantes a base de urucum e de jenipapo</p>	<p><b>Material</b></p> <p>Uso de tecido de algodão</p>													
<p><b>Aplicação</b></p> <p>Tecido de algodão estampado</p>		<table border="1"> <tbody> <tr> <td rowspan="4">Número de critérios presentes no produto</td> <td>4</td> <td></td> <td>Alto</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td>Médio</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td></td> <td>Baixo</td> </tr> </tbody> </table>	Número de critérios presentes no produto	4		Alto	3		Médio	2			1		Baixo
Número de critérios presentes no produto	4			Alto											
	3			Médio											
	2														
	1		Baixo												

Fonte: Da Autora, 2024.

## 5 CONCLUSÃO

Este trabalho possibilitou entender como a moda é importante na valorização da cultura indígena. Com isso, pôde-se perceber a necessidade de projetos de design voltados para a área social, trazendo raízes antigas e com pouca visibilidade.

Além disso, este estudo enfatizou a relevância dos grupos indígenas, principalmente dos Yanomamis, cuja cultura ancestral se manifesta em práticas tradicionais como a utilização de corantes naturais e padrões que carregam significados antigos e cheios de simbologias. Esses componentes não só ampliam o repertório estético da moda atual, como também destacam a importância de um design que honre, proteja e celebre essas tradições.

Neste cenário, o design social se apresenta como um agente que não só desenvolve produtos, mas também estabelece conexões para o diálogo e a compreensão intercultural como, por exemplo, através do design de superfície, em que se pode criar uma moda que espelha e honra os valores indígenas, simultaneamente atraindo consumidores que procuram autenticidade e sustentabilidade.

No campo da sustentabilidade, a moda está intrinsecamente ligada à valorização cultural, especialmente no cenário atual, em que a valorização das práticas ancestrais e do meio ambiente estão se tornando uma prioridade cada vez maior. Contudo, é crucial diferenciar a apreciação cultural da apropriação cultural, que ignora o significado e a procedência dos componentes indígenas. A moda deve procurar incorporar esses elementos de maneira respeitosa, em parceria com as comunidades nativas, assegurando reconhecimento, autoria e autenticidade.

## REFERÊNCIAS

ALBERT, Bruce; MILLIKEN, William. Urihi A: A Terra-Floresta Yanomami. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2009. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/265259366\\_Urihi\\_A\\_a\\_terra-floresta\\_Yanomami](https://www.researchgate.net/publication/265259366_Urihi_A_a_terra-floresta_Yanomami) . Acesso em out. de 2024.

ALCANTARA, Jessica. Afinal, o que é Design Social, EcoDesign e Design Sustentável? 24 de outubro de 2019. Disponível em <https://designculture.com.br/afinal-o-que-e-design-social-ecodesign-e-design-sustentavel/> . Acesso em out. de 2024.

ANDRADE, Hugo Dárylson de Araújo. O design como identidade visual e valorização cultural Vicentina. Cabedelo: IFPB - Instituto Federal da Paraíba, 2020. Disponível em <https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/1650> . Acesso em out. de 2024.

CAMPOS, Tiago Soares. Apropriação cultural. S/d. Disponível em <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/apropriacao-cultural.htm> . Acesso em out. de 2024.

CARVALHO, Ricardo Artur Pereira de. Livro de Guarani feito por Juruá: Reflexões acerca do Design do livro e da leitura a partir da escolarização dos agentes de saúde Guarani. Rio de Janeiro: Puc, 2007. Disponível em [https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/10352/10352\\_6.PDF](https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/10352/10352_6.PDF) . Acesso em out. de 2024.

CULTURA.PE. Kapinawás ressignificam a cultura ancestral através do design. 10/02/2017. Disponível em <https://www.cultura.pe.gov.br/canal/funcultura/kapinawas-ressignificam-a-cultura-anscentral-atraves-do-design/> . Acesso em out. de 2024.

ECO GREEN. Economia Circular x Linear: um jeito de produzir realmente sustentável. 28/04/2020. Disponível em <https://carinhoecogreen.com.br/economia-circular-linear-um-jeito-de-produzir-realmente-sustentavel/>. Acesso em out. de 2024.

ENGEL, Chaiana Flores; CEZAR, Marina Seibert. A cultura indígena brasileira como referência para o desenvolvimento de uma coleção final. In: 13 Colóquio de Moda, 2017, Bauru. 13 Colóquio de Moda, 2017. Disponível em [https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/PO/po\\_3/po\\_3\\_A\\_CULTURA\\_INDIGENA\\_BRASILEIRA.pdf](https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/PO/po_3/po_3_A_CULTURA_INDIGENA_BRASILEIRA.pdf) . Acesso em jun. de 2024.

FUNAI. Pinturas corporais indígenas carregam marcas de identidade cultural. 29/09/2022. Disponível em <https://www.gov.br/funai/pt-br/assuntos/noticias/2022-02/pinturas-corporais-indigenas-carregam-marcas-de-identidade-cultural> . Acesso em out. de 2024.

FUNAI. Povos indígenas: Quem são. 05/09/2023. Disponível em <https://www.gov.br/funai/pt-br/atuacao/povos-indigenas/quem-sao> . Acesso em out. de 2024.

FUNAI. Relatório anual de gestão 2021. Brasília: FUNAI, 2021. Disponível em [https://www.gov.br/funai/pt-br/aceso-a-informacao/auditorias/copy\\_of\\_Relatorio\\_Gestao\\_Funai\\_2021.pdf](https://www.gov.br/funai/pt-br/aceso-a-informacao/auditorias/copy_of_Relatorio_Gestao_Funai_2021.pdf) . Acesso em out. de 2024.

HIGA, Carlos César. Arte rupestre. S/d. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/a-arte-rupestre.htm> . Acesso em set. de 2024.

INSTITUTO TELLUS. Design Social: como um bom design pode tornar o mundo mais inclusivo. S/d. Disponível em <https://tellus.org.br/conteudos/artigos/design-social-como-um-bom-design-pode-tornar-o-mundo-mais-inclusivo/#:~:text=O%20Design%20Social%20pode%20ser,ecol%C3%B3gico%20e%20sustent%C3%A1vel%20das%20cria%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em out. de 2024.

KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. A queda do céu: Palavras de um xamã Yanomami. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. O espírito da floresta. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

KORNER, Edson. O painel visual como ferramenta para desenvolvimento de produtos de moda. 5º GAMPI Plural, 2015, UNIVILLE, Joinville, SC. Disponível em [https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/gamp2015/AC\\_T1\\_02.pdf](https://pdf.blucher.com.br/designproceedings/gamp2015/AC_T1_02.pdf) . Acesso em nov. de 2024.

MENEZ, William de Oliveira. Idiomas nativos. 15/12/2020. Disponível em <https://cuca.institutocasaviva.com.br/idiomas-nativos/> . Acesso em out. de 2024.

MUNDO PELUSA. “Que poca madre: Isabel Marant patenta bordados oaxaqueños, que existieron antes que su marca”. 19/11/2015. Disponível em <https://pelusaword.blogspot.com/2015/11/que-poca-madre-isabel-marant-patenta.html> . Acesso em out. de 2024.

MUNIZ, Marco Ogê. Design para Inovação Social no campo da moda. In: VI Colóquio de Moda, 2010, São Paulo - SP. Anais do VI Colóquio de Moda, 2010. Disponível em [https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71682\\_Design\\_para\\_Inovacao\\_Social\\_no\\_campo\\_da\\_moda.pdf](https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71682_Design_para_Inovacao_Social_no_campo_da_moda.pdf) . Acesso em jun. de 2024.

NATIONAL GEOGRAPHIC. Quem são os Yanomami e qual é o território que eles ocupam na Amazônia. 25/01/2023. Disponível em <https://www.nationalgeographicbrasil.com/historia/2023/01/quem-sao-os-yanomami-e-qual-e-o-territorio-que-eles-ocupam-na-amazonia> . Acesso em out. de 2024.

NASCIMENTO, Hilda Araújo de Sá. Moda e upcycling: desafios e possibilidades. Americana: Fatec, 2022. Disponível em [https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/12777/1/20221S\\_Hilda%20Ara%20de%20S%20a1%20Nascimento\\_OD1472.pdf](https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/12777/1/20221S_Hilda%20Ara%20de%20S%20a1%20Nascimento_OD1472.pdf) . Acesso em set. de 2024.

NOVELLI, Daniela. et al. Contribuições do Design Social para a valorização da cultura artesanal indígena Kaingang do Oeste de Santa Catarina. *Projética*, Londrina, v. 14, n. 1, 2023. Disponível em <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/45823/49095> . Acesso em jun. de 2024.

PICHLER, Rosimeri Franck; MELLO, Carolina Iuva de. O design e a valorização da identidade local. UFRGS – PGDesign, Santa Maria, *Revista Design & Tecnologia*, v. 2, n. 4, p. 1-9, 2012. Disponível em <https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/67/44> . Acesso em out. de 2024.

RIBEIRO. Maristela Maria. Grafismo indígena. Brasília-DF: UnB- Universidade de Brasília, 2012. Disponível em [file:///D:/daniella/Google%20Drive/FATEC/TCC/2024\\_2/Maria%20Eduarda%20indigena/2012\\_MaristelaMariaRibeiro%20\(1\).pdf](file:///D:/daniella/Google%20Drive/FATEC/TCC/2024_2/Maria%20Eduarda%20indigena/2012_MaristelaMariaRibeiro%20(1).pdf) . Acesso em out. de 2024.

RIBEIRO, Stephanie. Afinal o que é apropriação cultural? 27/09/2017. Disponível em <https://www.geledes.org.br/stephanie-ribeiro-afinal-o-que-e-apropriacao-cultural/> . Acesso em out. de 2024.

ROMANATO, Daniella. Office Acadêmico: Manual para edição de trabalhos acadêmicos utilizando o programa Microsoft Word. Campinas: Incentivar, 2010.

RONCCA, Fabricio. A rica relação entre cultura e design. 17 agosto 2020. Disponível em <http://roncca.com.br/pt/blog/a-rica-relacao-entre-cultura-e-design/> . Acesso em out. de 2024.

STEIN, Gabriela. DOCKHORN, Danila Cristiane Marques Sanches; DOCKHORN, Marcelo da Silva Mello. Moda étnica: uma análise semiótica de imagens do lookbook da coleção “Ashaninka”, da Osklen. In: IV Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), 2020, Navirai. Anais do IV Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN). Campo Grande: UFMS, 2020. v. 1. Disponível em <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/11635/8316> . Acesso em jun. de 2024.

VANUCHI, Vânia da Costa Ferreira; BRAIBANTE, Mara Elisa Fortes. O uso de corantes naturais por algumas comunidades indígenas brasileiras: uma possibilidade para o ensino de química articulado com a Lei 11. 645/2008. Revista Debates em Ensino de Química 7(2), 54-74, 2021. Disponível em <https://www.journals.ufrpe.br/index.php/REDEQUIM/article/view/4207/482484490> . Acesso em out. de 2024.

VIDAL, Julia. Éwà Poranga. S/d. Disponível em <https://www.juliavidal.com.br/escola> . Acesso em out. de 2024.

WHAT DESIGN CAN DO BRASIL. Cores Ancestrais. 29 de março de 2023. Disponível em <https://www.facebook.com/WDCDBR/posts/pfbid02iaUrsS3BuEZ1bkMfkkWjtzinFaMxPmYJTz9enDzYzKDJWSW68qnA2L5xmWQUXf8ml> . Acesso em out. de 2024.

XE MBA'E. Estética e corporalidade entre os Yanomami. 01/06/2015. Disponível em <https://xembae.blogspot.com/2015/06/estetica-e-corporalidade-entre-os.html> . Acesso em out. de 2024.