

ETNODESIGN E CULTURA BRASILEIRA: MEMÓRIA, RESGATE E IDENTIDADE

GT-9

José Francisco Sarmiento Nogueira
Universidade Católica Dom Bosco
jose.sarmiento@terra.com.br

Resumo

No Brasil, o etnodesign desenvolve-se atualmente como proposta para resgatar processos e tecnologias próprias a grupos étnicos brasileiros. A produção desses grupos muito contribui para a construção do universo simbólico e da identidade em nosso país, pois grande parte desses produtos integra o cotidiano da população nacional. O presente artigo busca discutir questões e conceitos que permitam melhor analisar esse extenso universo, assim como o significado das construções simbólicas coletivas cobertas pela etiqueta “etnodesign”.

Palavras-chave: design, etnodesign, antropologia estética.

A definição do que vem a ser “design” sempre foi motivo de discussões fervorosas, e ainda não se chegou a um consenso sobre a questão. O corporativismo dos designers, em razão talvez da necessidade de uma reserva de mercado, levou a limitar o número de pessoas que poderiam atribuir o termo “design” a seu trabalho. As discussões acerca do design passaram a se restringir a conceitos modernos como *industrial design* ou *graphic design*. Obliteraram-se importantes considerações históricas a respeito do conceito de “design” no tocante ao período anterior à Revolução Industrial. Tais discussões levam a crer que somente após a cunhagem da moderna acepção da palavra é que se passou a fazer design, ou que apenas os povos industrializados são competentes em tal matéria. Ora, tal concepção é eivada de preconceitos e etnocentrismo, merecendo uma profunda revisão em seus termos.

Por outro lado, em nosso país, está ainda por se construir uma sólida discussão sobre a cultura material das mais diversas etnias que formam a nação brasileira. Também em nome do etnocentrismo, ignoram-se cabalmente importantes processos tecnológicos, criativos métodos de se fazer e de se construir. O resultado dessa visão preconceituosa é o mais profundo desconhecimento de uma invejável e diversificada extensão de cultura material – a brasileira. A maior parte dos designers e dos teóricos do design no Brasil tem seu olhar voltado ao que se faz nos países industrializados,

negligenciando a cultura material em que estamos forçosa e cotidianamente imersos.

Ora, o processo de afastamento do design brasileiro em relação a suas origens culturais e étnicas deve-se, inicialmente, ao processo de implementação das escolas em nosso país, como se deduz da afirmação de Rafael Cardoso Denis (2000, p.171): “Pelo menos duas grandes experiências de implantar o ensino formal do design em países periféricos se inspiraram diretamente no modelo ulmiano: a ESDI, no Brasil e o National Institute of Design em Ahmedabad, na Índia”. Nesse contexto, Denis alerta para o alheamento de designers que ostentam um imoderado e deslocado orgulho em função dessa condição histórica:

“...existe uma outra história do design que passa pelas escolas e por uma curiosa obsessão com linhagens e vínculos institucionais como marcos essenciais da legitimidade profissional. Até bem recentemente, por exemplo, não era incomum um designer brasileiro querer traçar a sua genealogia profissional da ESDI para a Escola de Ulm e de lá para a Bauhaus, um tanto como certos emergentes se dizem descendentes dessa ou daquela casa real da Europa.” (Denis, 2000:168).

Nessa perspectiva, e cientes de que não se deve desconsiderar a contribuição de culturas dominantes como a europeia em nosso país, cabe levantar um certo número de questões: qual a razão para o afastamento do design brasileiro em relação às culturas ágrafas do Brasil, ou em relação às mais variadas etnias que compõe este país? Porque não considerar os processos de construção dos artefatos desses povos como um processo de realização de um projeto de design?

Outras áreas do conhecimento – como Educação, Medicina, História ou Matemática, por exemplo – já adotaram métodos de investigação que incluem o saber veiculado no interior dessas culturas minoritárias, partes integrantes da abrangente e variegada cultura brasileira. No design, essa interação cultural ainda está por acontecer. Nos cursos de design, por exemplo, não há a menor referência às manifestações plásticas indígenas. Privilegia-se, nas escolas brasileira, o ensino da história da arte pela vertente de todos os “ismos” eminentemente europeus, tais como o cubismo, o impressionismo, o modernismo etc.

Em um tal contexto de ensino etnocêntrico do design, vale observar que, nas escolas, nem mesmo se mencionam importantes aspectos de artes como a *Terena*, a *Kadiwéu* ou a *Baniwa*, alguns dos exemplos entre os mais de 180 povos autóctones que constituem o Brasil. A arte indígena encontra-se às margens da sociedade brasileira, enquanto, em escolas não-indígenas, essa arte é usualmente tratada pelo viés do exotismo, além de ser qualificada com referências preconceituosas. Assim, adjetivos como “tribal” e “primitivo” também fazem com que os estudantes de design afastem-se da produção cultural indígena ou popular.

Ora, já é patente o reconhecimento da importante contribuição autóctone à formação da cultura brasileira, sobretudo a contribuição lingüística (vejam-se topônimos ou antropônimos, por exemplo), a culinária (mandioca, pirão, beiju, tucupi, tacacá, entre uma infinidade de outras especiarias), nos hábitos diários (como o do banho e o da especial atenção às crianças), na cultura material (cesto, balaio, rede de dormir, etc.). O saber cultural autóctone pode ser encontrado até mesmo na biotecnologia, como testemunham as pesquisas na área da farmacopéia. Seria importante, portanto, que escolas, professores e pesquisadores em design desenvolvam um maior interesse pela

cultura das mais diversas etnias que formam o Brasil.

Fronteiras étnicas: permeabilidade e permanências

Nesse contexto, o desenvolvimento do etnodesign implica, mormente a questão do etnocentrismo, razão pela qual é preciso considerar, inicialmente, as acepções modernas e correções dos termos “raça” e “etnia”. Assim, em palestra proferida no 3º Seminário Nacional “Relações Raciais e Educação” (Rio de Janeiro, 2003), o antropólogo Kabengele Munanga lembrou que o termo “raça” tem base conceitual morfo-biológica, enquanto “etnia” remete a aspectos sócio-culturais, históricos e psicológicos: “uma etnia é um conjunto de indivíduos que, histórica ou mitologicamente, têm um ancestral em comum, uma mesma religião ou cosmovisão, uma mesma cultura, e moram geograficamente no mesmo território”.

Nesse sentido, o sociólogo alemão Max Weber (1864-1920) afirma que os grupos étnicos “alimentam uma crença subjetiva em uma comunidade de origem fundada nas semelhanças de aparência externa ou dos costumes, ou dos dois, ou nas lembranças da colonização ou da migração” (Weber, 1971:416). Tal crença é de fundamental importância para o processo de sociabilização étnica, mesmo que a comunidade oscile entre a existência real ou apenas virtual.

Ainda que a comunidade científica internacional já tenha demonstrado que a noção de “raça”, no que concerne aos seres humanos, é totalmente privada de bases científicas, a cor da pele (“branca”, “negra” ou “amarela”) costuma ser utilizada, sob a inadequada rubrica “raça”, para definir grupos populacionais. Tais grupos, por sua vez, podem englobar diversas etnias. E, naturalmente, cada etnia pode ser formada por indivíduos de pele de distintas gradações de cor, sobretudo em países de colonização recente, como o Brasil. Nesse sentido, Max Weber buscou, na passagem do século XIX ao XX, estabelecer uma distinção conceitual entre raça, etnia e nação:

“O que distingue a pertença racial da pertença étnica é que a primeira é ‘realmente’ fundada na comunidade de origem, ao passo que o que funda o grupo étnico é a crença subjetiva na comunidade de origem. Quanto à nação ela é, como o grupo étnico, baseada na crença da vida em comum, mas se distingue deste último pela paixão ligada à reivindicação de um poderio político”. (Weber, 1971:416).

Segundo o antropólogo alemão Frederik Barth, a definição weberiana pouco difere do senso comum, o qual postula que uma raça é determinada por uma cultura ou uma língua. Nesse sentido, uma sociedade corresponderia a uma entidade que necessariamente rejeita ou discrimina outras, em função de critérios antinômicos como cultura avançada/primitiva, superior/inferior. Quanto às fronteiras sociais de natureza étnica, Barth lembra que essas fronteiras decorrem de “diferença racial, diferença cultural, separação social e barreiras lingüísticas, hostilidade espontânea e organizada”, razão pela qual uma tal concepção:

“[...] limita igualmente o âmbito dos fatores que utilizamos para explicar a diversidade cultural: somos levados a imaginar cada grupo desenvolvendo sua forma cultural e social em isolamento relativo, essencialmente, reagindo a fatores ecológicos locais, ao longo de uma história de adaptação por invenção e empréstimos seletivos. Esta história produziu um mundo de povos separados, cada um com sua cultura própria e organizado numa sociedade que podemos legitimamente isolar para descrevê-la como se fosse uma ilha”. (Barth, in Poutignat, 1998:190).

A identidade étnica (a crença na convivência étnica) constrói-se a partir das diferenças

em relação ao Outro. A atração entre aqueles que se sentem como pertencentes a uma mesma espécie é indissociável da repulsão diante daqueles que são percebidos como estrangeiros. Essa idéia implica o fato de que não é o isolamento que cria a consciência de pertença, mas, ao contrário, a comunicação das diferenças, das quais os indivíduos se apropriam para estabelecer fronteiras étnicas, é que poderá definir a pertença e a identidade.

Para Barth (1969), a identificação de um outro como passível de pertencer a um grupo étnico implica compartilhamento de critérios de avaliação e de julgamento. Sujeito e objeto da identificação estão fundamentalmente “jogando o mesmo jogo”. Essa condição significa que existe, entre ambos, um determinado potencial de diversificação e expansão de seus relacionamentos sociais, o qual pode recobrir, de forma eventual, todos os diferentes setores e campos de atividade. Assim, Barth sustenta que:

“Situações de contato social entre pessoas de cultura diferentes também estão implicadas na manutenção da fronteira étnica: grupos étnicos persistem como unidades significativas apenas se implicarem marcadas diferenças no comportamento, isto é, diferenças culturais persistentes. Contudo, onde indivíduos de culturas diferentes interagem, poder-se-ia esperar que tais diferenças se reduzissem, uma vez que a interação simultaneamente requer e cria uma congruência de códigos e valores – melhor dizendo, uma similaridade ou comunidade de cultura” (Barth, in Poutignat, 1998:196).

Nessa perspectiva, a persistência da integridade de grupos étnicos em situação de contato e fricção mútuos implica critérios e sinais de identificação, mas depende igualmente de uma interação mútua que permita a preservação das diferenças culturais. Nesse processo de contato entre sociedades, a cultura, na sua qualidade de capital simbólico, permite resistir à dominação e às imposições da sociedade dominante. Por intermédio da cultura, os elementos significantes exóticos são continuamente reinterpretados e assimilados.

Um bom exemplo dessa relação é ilustrado por Jussara Gruber e seus estudos dos desenhos geométricos, intensamente coloridos, feitos pelos *Tikuna*, autóctones que se distribuem em três países amazônicos – Brasil, Colômbia e Peru. Esses desenhos são empregados em diferentes objetos e, mesmo após quatrocentos anos de contato com os colonizadores, conservam sua condição de manifestação artística, de experiência cotidiana e de expressão de identidade cultural desse povo aborígine. Na opinião de Gruber, os *Tikuna*, ao combinarem padrões culturais tradicionais e exóticos, tiveram a possibilidade de ampliar a temática e diversificar seus desenhos, suas técnicas e sua paleta cromática. Dessa combinação resultou um estilo próprio que expressa o ajustamento da etnia a uma nova situação de vida, “demonstrando, assim, a capacidade de resistência dos índios ante a situação de contato, enquanto reorganizam seus códigos culturais para enfrentar as tensões vividas no cotidiano”. (Gruber, 1992:250).

Na perspectiva dessa inevitável fricção étnica, lancemos um olhar sobre o design brasileiro e sobre a cultura material dos povos que habitavam originalmente o Brasil e dos outros que aqui se estabeleceram posteriormente, terminando por construir o que se conhece e o que se inveja, mundo afora, como “cultura brasileira”, o colorido resultado do *melting pot* em que se misturaram alegremente indivíduos e grupos oriundos dos mais remotos recantos do planeta.

A cultura material brasileira e suas relações com o design

Diante da diversidade étnica e do dinamismo cultural que compõem o Brasil, pode-se imaginar a parcela de contribuição de cada uma das etnias para como o dinâmico processo de construção das várias identidades que compõem a grande identidade brasileira. A cultura material coletiva foi diversificada, ao longo dos séculos, em função das adversidades impostas pelo meio ao qual os diferentes povos tiveram que se adaptar. A transferência ou permuta de conhecimento tecnológico entre os que chegavam e os que já habitavam estas terras foi de grande importância para o surgimento de uma cultura material singular e dinâmica.

Os artefatos de uso doméstico que fazem parte do nosso cotidiano carregam em si uma profunda referência às etnias das quais se originaram, e não é raro que esses utensílios sejam também usados como objetos de decoração. Um bom exemplo de artefato utilitário é o cesto utilizado para acomodar roupas, um objeto de origem indígena que se adaptou ao modo de vida urbano. Esse utensílio é hoje facilmente encontrado em diversos tipos de materiais, ou até mesmo em seu material de origem, a taquara. Com frequência, a cestaria indígena é utilizada tanto na decoração residencial quanto na comercial, ou até mesmo em peças publicitárias.

Assim como o cesto, existe uma série de outros utensílios que fazem parte de nosso dia-dia, resultados dessa interface étnica. Muitas vezes, subverte-se o uso para o qual aquele artefato foi projetado, conferindo ao objeto uma nova e não menos verdadeira função. Contudo, alguns desses utensílios assumem a mera função de artesanato decorativo e são, por vezes, considerados apenas objetos exóticos, condição que em nada abona suas características construtivas e visuais. Por absoluta falta de informação sobre o objeto, o usuário ignora sua riqueza de linguagem, sua importância ritualística e seu papel na cosmovisão de etnia que o elaborou.

Ora, o design deve contribuir exatamente para a reflexão sobre as formas com que tais objetos se apresentam, sobre a maneira como se constroem, sobre os recursos tecnológicos utilizados, sobre sua linguagem não verbal. O design permite interpretar as narrativas visuais integradas aos objetos, sejam eles de uso pessoal, laboral, ritualístico ou doméstico, conduzindo ao resgate de antigas relações com o ser e com o fazer autóctone. O design é uma potente ferramenta para o resgate da memória de um povo. Claro está que o termo design é aqui utilizado em sua original acepção histórica e etimológica: “design”, ou “desígnio”, corresponde à ação, à intenção de se fazer algo. Vilém Flusser assim define o termo “design”:

“Em inglês, a palavra design é substantivo e também verbo (ambos dizem muito a respeito da natureza da língua inglesa). Como substantivo, significa – entre outras coisas – propósito, plano, intenção, objetivo, esquema, enredo, motivo, estrutura básica, todos esses (e outros significados) estão ligados a esperteza e ilusão. Como verbo (to design: projetar), significa inventar alguma coisa, simular, desenhar, dar forma, ter desenhos em alguma coisa. A palavra deriva do latim *signum*, significando sinal, e dividem a mesma raiz antiga. Assim, etimologicamente, design significa ‘de-sign’ (‘de-sinal’). Assim surge a questão: como a palavra design veio vindo através do mundo para completar seu significado até a presente data? Esta não é uma questão histórica, não necessita que se envie alguém para examinar textos e constatar quando e onde a palavra se estabeleceu com o atual significado. É sim, uma questão semântica, e necessita fazer alguém considerar precisamente porque a palavra tem tal significado ligado ao discurso contemporâneo sobre cultura” (Flusser, 1999:27).

Rafael Cardoso Denis assim reinterpreta as idéias de Vilém Flusser:

“A origem imediata da palavra está na língua inglesa, na qual o substantivo design se refere tanto à idéia de desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo, estrutura (e

não apenas de objetos de fabricação humana, pois é perfeitamente aceitável em inglês, falar do design do universo ou de uma molécula). A origem mais remota da palavra está no latim *designare*, verbo que abrange ambos os dois sentidos, o de designar e o de desenhar”. (Denis, 2000:16).

O conceito contemporâneo de “design industrial”, forjado em meados do século XVIII, ao longo da própria Revolução Industrial inglesa, exclui a idéia de um fazer intencional entre os povos não industrializados. Contudo, como relembra Denis (1996:59), alguns pensadores já entendem por “design” o planejamento formal e construtivo para qualquer tipo de produção em série, cujas origens se encontrariam na Roma antiga, com suas louças, aretinas e armas padronizadas; ou, então, na volumosa fabricação de azulejos praticamente idênticos na Europa medieval; ou, até mesmo, no uso inaugural da prensa tipográfica.

Como se pode observar, a origem do moderno emprego da palavra está na língua inglesa, e se refere tanto à idéia de plano e intenção quanto à idéia de configuração e estrutura. Percebe-se que, do ponto de vista etimológico, o termo já veicula, desde suas origens, uma forte ambigüidade e tensão dinâmica entre, por um lado, o aspecto abstrato de conceber, projetar, atribuir; e, por outro, o aspecto concreto de registrar, configurar e formar (Denis, 2000:16). Contudo, a maioria das definições considera que o design opera a junção desses dois planos antitéticos, atribuindo forma material a conceitos intelectuais. Por tais razões, é válido e necessário alargar o emprego do conceito, conforme sustenta Victor Papanek (1927-1999), renomado designer e educador austríaco:

“Todos os homens são designers. Tudo o que fazemos, quase todo o tempo é design. O design é básico em todas as atividades humanas. Planejar e programar qualquer ato visando um fim específico, desejado e previsto isto constitui o processo de design [...] design é compor um poema épico, executar um mural, pintar uma obra de arte, escrever um concerto. Mas design é também limpar e organizar uma escrivania, arrancar um dente quebrado, fazer uma torta de maçã, escolher os lados de um campo de futebol e educar uma criança” (Papanek, 1995:27)

Em um depoimento verbal destinado a este estudo, Máximo Canevacci, um dos pais da antropologia visual, afirma que:

“Sempre as definições surgem depois que o fato acontece. Com o design, não foi diferente. Ele existe desde sempre, pois é do homem o sentido de fazer algo, de colocar no mundo coisas. Mas o termo veio muito depois, e não podemos dizer que não é design aquilo que uma determinada sociedade produz, só porque ela não conhece o termo” (Canevacci, 2005).

O design, assim conceituado, possibilita considerar como produtos de design os artefatos executados por pessoas de culturas não determinadas pela industrialização ocidental, mesmo que tais pessoas nunca tenham nem mesmo ouvido falar em design. Basta que tais designers dêem existência a objetos que criem uma interface com a sociedade a que pertencem, objetos que exerçam uma função social, que comuniquem idéias e impressões, que sejam frutos simultâneos de um processo intelectual e de um trabalho manual. Nesse sentido, o design executado por grupos étnicos poderia receber uma especial qualificação terminológica: o “etnodesign”.

Etnodesign: uma nova proposta

Nesse contexto é que surge, com intensa força, a noção de “etnodesign”. A idéia ainda é recente no Brasil: uma busca às variantes da palavra (etnodesign, etno-design, ethno-design) em *sites web* de língua portuguesa revela pouco mais de cinquenta ocorrências, uma inexpressiva soma total. Os sites em outros idiomas são mais generosos, revelando mais de 15.000 ocorrências. Contudo, uma busca por “design” vai revelar mais de 3.000.000.000 (três bilhões) de menções ao termo!

No Brasil, o etnodesign propõe novas e infinitas possibilidades para pesquisas em design, sempre em relação com a arte ou a cultura material das etnias que habitavam originalmente o Brasil, assim como daquelas que posteriormente aqui se estabeleceram, ao longo do processo de colonização do país, processo intensamente marcado pelo sincretismo cultural. O etnodesign abre assim largas portas para que inovadoras pesquisas sejam apresentadas em congressos, sob forma de inéditas mesas de discussão ou instigantes painéis, ou que publicações sobre o tema venham à luz. Também pode-se entrever o oferecimento de criativas e inéditas disciplinas nos cursos de graduação e de pós-graduação, assim como novas linhas de pesquisa que coloquem em relevo o significativo potencial da cultura material brasileira.

Por esse viés, o design poderá então se aproximar da antropologia simbólica e da antropologia estética, em um consistente trabalho de reconhecimento e identificação da cultura material que contribui para definir a identidade cultural brasileira. Numa perspectiva transdisciplinar, o olhar do designer pode revelar agradáveis surpresas, no tocante ao resgate de saberes e tecnologias, no tangente a interpretações do universo simbólico das etnias do Brasil, no reencontro e na valorização do “fazer com as mãos”.

Para tanto, o processo de investigação etnográfica tem que começar a fazer parte do universo acadêmico do design no Brasil, tornando-se uma utilíssima ferramenta para a consolidação da identidade nacional e para a construção da identidade do design brasileiro. O modelo para um etnodesign visceralmente brasileiro poderia ser encontrado, por exemplo, em Sérgio Rodrigues (1927-), cujo empenho em dar existência a um móvel que espelhasse a identidade nacional resultou na elaboração da célebre “Poltrona Moleca”, concebida na década de 60. Por outro lado, Lina Bo Bardi (1915-1992), italiana naturalizada brasileira, tomou o conforto indígena da rede de dormir para conceber sua célebre cadeira “Tripé”, na década de 40, descobrindo no modo de ser do brasileiro, no seu jeito de se repousar, uma insólita inspiração para o design de objetos utilitários. Assim, também devem ser considerados, pelo pesquisador e pelo criador em design, os costumes e as histórias do caipira, do caçara, do indígena, do negro, do sertanejo, do pantaneiro e de todos os outros brasileiros resultantes de nosso processo de miscigenação étnica, nobres portadores de importantes parcelas do “caldo cultural” brasileiro.

Nesse encontro consigo mesmo, o design brasileiro pode se libertar do vício de olhar apenas rumo ao Norte, em direção aos países industrializados ocidentais, e pode por conseguinte assumir sua produtiva condição de etnodesign, veículo de simbolismos e de tecnologias a serem ainda descobertos e explorados. Nessas veredas, os designers e pesquisadores brasileiros construirão um design visceralmente nosso, profundamente marcado pelo nosso jeito de ser. Como diz, com toda razão, o romancista russo Leon Tolstói, para ser universal é preciso enxergar o mundo através das janelas do seu próprio vilarejo. E o design brasileiro, em sua assunção à condição de etnodesign, poderá então ascender à condição de universal. Restaria, nesse momento, perguntar apenas se todo design de sucesso não seria, antes de mais nada, uma manifestação do etnodesign.

Referências bibliográficas

- BARTH, Frederik. **Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference**. Bergen/Oslo: Universitetsforlaget; London: George Allen & Unwin, 1969.
- DENIS, Rafael Cardoso. **As origens históricas do designer: algumas considerações iniciais**. Estudos em Design – Design Articles V. IV, nº2, 1996/2000.
- _____. **Design, Cultura Material e o Fetichismo dos Objetos**. Arcos: Design, Cultura Material e Visualidade. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1998.
- _____. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000
- FLUSSER, Vilém. **The Shape of Things: a Philosophy of Design**. Londres: Reaktion Books, 1999.
- GRUBER, Jussara Gomes. “A arte gráfica Ticuna”. in Lux Vidal (org): **Grafismo Indígena**. São Paulo: EDUSP, 1992.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **A etnologia vai à arte**. Entrevista a Ivan Alves Filho. Módulo 72, p. 20-27, Rio de Janeiro.
- _____. **Des Symboles et leurs doubles**. Paris, Plon, 1989.
- _____. **Triste Trópicos**. São Paulo: Companhia das Letras. 1996.
- MOURA, Mônica. **O Design de Hipermídia**. Tese de Doutorado, PUC, São Paulo, 2003
- MUNANGA, Kabengele. **Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia**. Disponível em: www.acaoeducativa.org.br/downloads/09abordagem.pdf Acesso em nov. 2004.
- NOVAES, Sylvia Caiuby. **Jogo de espelhos: imagem da representação de si através dos outros**. São Paulo: EDUSP, 1993.
- PAPANÉK, Victor. O que é design? In: **Revista Arquitetura**. nº5, ano 1. 1995
- POUTIGNAT, Philippe; FENART, Jocelune Streiff. **Teorias da Etnicidade**. São Paulo: UNESP, 1998.
- RIBEIRO, Berta G. **Arte Indígena, linguagem visual**. Coleção Reconquista do Brasil, vol. 9. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1989.
- _____. **A Linguagem simbólica da cultura material**. In: D. Ribeiro (Ed.) vol.3, 1986.
- VIDAL, Lux. **Grafismo Indígena: estudo de antropologia estética**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.
- WEBER, Max. **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971