

**Responsabilidade social, sustentabilidade, moda e design:
algumas conexões a propósito das sementes ornamentais**

Maria do Carmo Teixeira Rainho¹
Arquivo Nacional/SENAI-Cetiqt
mcrainho@ig.com.br

Resumo

As sementes, que há séculos são utilizadas na ornamentação corporal pelos grupos indígenas brasileiros, apenas recentemente foram incorporadas pelo design de jóias, no momento em que estas passam por um processo de ressignificação.

Este se define, entre outros aspectos, pelo reconhecimento adquirido pelos materiais e técnicas caracteristicamente nacionais. Nele percebemos forte movimento na direção dos elementos sustentáveis tais como as palhas trançadas por índios artesãos da Amazônia, o capim dourado e as sementes de jarina, tucumã, buriti, tento, açaí, entre outras provenientes da Floresta Amazônica e do Cerrado.

O design de peças com sementes nos leva também a uma conexão entre responsabilidade social e geração de renda visível nas inúmeras experiências que mesclam atenção ao meio ambiente, sustentabilidade e responsabilidade social.

Finalmente, cabe destacar como marca da pós-modernidade uma desvalorização da ostentação e, ao mesmo tempo, uma forte carga simbólica dos objetos que apontam para o exclusivo, o único e o artesanal. Nesse sentido, a jóia constitui não apenas um objeto-investimento, mas um objeto de design e, sobretudo, um objeto de consumo, no qual, tanto ou mais do que o valor pecuniário, importa o valor simbólico.

Palavras-chave: sementes, moda, sustentabilidade

¹ Doutoranda em História Social – UFF

Conforme apontam Lux Vidal e Regina Müller, a pintura e os adornos corporais dos índios brasileiros foram objeto de atenção dos cronistas desde o primeiro século da Descoberta. Da Carta de Pero Vaz de Caminha – com sua referência à “tintura vermelha” de urucu – até Hercule Florence e suas descrições sobre os Munduruku no século XIX, naturalistas, viajantes ou pintores como Hans Staden, Jean de Lery, Spix e Martius e Jean Baptiste Debret, entre tantos outros, nos revelam em textos e imagens, a importância das pinturas, enfeites corporais e acessórios com suas implicações simbólicas, cerimoniais e religiosas para os diferentes grupos indígenas.

Para Pedro Agostinho, enquanto as pinturas distinguem as categorias ou grupos mais amplos, os enfeites corporais e acessórios “vêm precisar essa primeira distinção, identificando as subcategorias ou reagrupando, em outras, algumas das categorias”. (Apud VIDAL e MÜLLER, 1986, 120). Importa, assim, destacar o conjunto da ornamentação corporal como um sistema de classificação, expressão e comunicação altamente estruturado.

O contato com os europeus – e com as miçangas que lhes foram apresentadas por eles – não pôs fim ao uso das sementes pelos índios, segundo o texto do alemão Maximiliano zu Wied-Neuwied (1782-1867), um dos primeiros naturalistas a visitar o Brasil entre 1815 e 1817. Maximilien, após descrever as pinturas de urucu e jenipapo, fez um registro da estética corporal dos Botocudo, assinalando que os colares de sementes eram mais utilizados por mulheres e crianças.

Em sua idéia de beleza, o Botocudo ainda não se contenta só com essas pinturas; necessita ainda de um colar, feito de sementes, ou de frutos pretos. No rio Doce, os colares que chamam “ohuit”, são feitos de bagas pretas e duras, entre os quais, no meio, são colocados dentes de macaco ou de carnívoro. Também os Puri, como ainda a maioria dos indígenas brasileiros, usam desses enfeites. Na região do Belmonte parece não haver destes frutos pretos, visto como são utilizadas pequenas sementes amarelo-pardacentas e lustrosas. As mulheres e crianças trazem quase sempre desses colares, mas os botocudos homens raramente os usam, não obstante haver eu encontrado alguns, com uma porção deles presos à testa.

Jean Baptiste Debret, na mesma época, também destaca o uso das sementes pelos índios, em seu retrato de Kiakhrara, jovem camacã. Parte de seus enfeites são as sementes mencionadas no topo da prancha 31, do primeiro volume de *Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil*, publicado em 1834: “Diferentes vegetais utilizados nos colares, nas tatuagens e na alimentação”. Debret descreve uma leguminosa que possui “na extremidade dos galhos três favas em cacho (as quais) contêm pequenas sementes, metade brancas e metade pretas, muito brilhantes, com as quais os selvagens fabricam pulseiras de três a quatro voltas”. E prossegue relacionando os frutos de uma mimosa cuja cor e formato os identificam com o ornamento que Kiakhrara traz ao pescoço: “suas sementes em forma de coração achatado, de um vermelho muito vivo, são empregadas mais especificamente na confecção de colares.”

Ainda hoje as sementes integram a comunicação visual dos grupos indígenas brasileiros que as utilizam isoladamente ou misturadas a contas, penas, ossos, madeira, miçangas e dentes. Com elas confeccionam colares, pulseiras, brincos, cocares e adornos para cintura, braços e tronco, além de utilitários. Entre as sementes mais empregadas foram identificadas pela antropóloga Berta Ribeiro em seu *Dicionário do Artesanato Indígena* o babaçu, o bálsamo de tolú, a cana da índia, a castanha do Pará, a castanha sapucaia, a caxirama, a comadre de azeite, o inajá, a lágrima de nossa senhora, o mulungu, a mumbaca, o ouricuri, a paxiúba, a periquiteira da mata, o tento, a tiririca, o tucum e o uricuri.

Em sua variedade e abundância as sementes constituem uma espécie de capital simbólico dos nossos índios sempre nos lembrando da riqueza e da diversidade da sua cultura material. Mas, talvez por isso mesmo tenham sido desprezadas por tanto tempo, até serem finalmente incorporadas pelo design² de jóias e pela moda.

Comercializados nos mercados das cidades do Norte e Nordeste há décadas, os adornos com sementes sofreram o mesmo estigma de outras peças de artesanato vistas como algo a ser aperfeiçoado, de modo a romper com as técnicas mais simples de criação e, sobretudo, com a monótona repetição de padrões que os atingia.

Em pesquisa recente realizada para publicação sobre o tema³ percebemos que o final dos anos 80 registra as primeiras experiências em design com as sementes, entre as quais está o trabalho da joalheira carioca Sandra Gomes que, numa viagem a São Paulo, à Casa do Amazonas – especializada em artesanato indígena – teve a inspiração para a sua primeira coleção com materiais orgânicos. A partir daí foi para a região do Araguaia, onde junto aos

² O conceito de design empregado aqui é o que opera a junção de dois níveis, o aspecto abstrato, de conceber/projetar/atribuir, e o concreto, de registrar/configurar/formar. O design é o que atribui forma material a conceitos intelectuais. Ver Cardoso (2004, 14).

³ *Sementes Ornamentais do Brasil*, Júlio Bandeira, Reler Editora, 2008.

índios Carajá, estudou as cores e a textura da vegetação, criando peças em prata e sementes. Sandra desenvolveu uma linha de produtos que expressava um novo olhar sobre o Brasil, no qual se destacava o gosto pela experimentação e um aguçado senso estético. Mais do que isso, a designer antecipou a temática ecológica em peças que acabaram divulgadas durante a realização da 2ª Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio-92 ou Eco-92. Ao enfatizar que a obtenção do material utilizado por ela não se fazia de forma predatória, revelava ainda uma incomum consciência ambiental.

De qualquer modo, o uso de sementes em bijuterias e jóias ainda era incipiente até meados da década de 1990. O início dos anos 90, aliás, ficou marcado por uma extrema valorização dos produtos importados que, graças à abertura do mercado promovida pelo governo Collor, seduziam o consumidor brasileiro. O quadro começa a se inverter quando a moda nacional passa a interessar ao mercado externo: a partir de então começamos também a voltar os olhos para os produtos locais.

Isso nos leva a uma das chaves para a reflexão sobre o processo de ressignificação dos adornos com sementes: o reconhecimento adquirido pelos materiais caracteristicamente brasileiros que incluem as sementes de jarina, tucumã, buriti, tento, açaí, entre outras. É a mesma trilha que agrega valor às rendas de bilro, renascença, filé, ao capim dourado, às pedras brasileiras. Esse processo tem como traço fundamental a valorização da nossa riqueza multicultural associada ao design contemporâneo, graças aos quais estes produtos adquirem legitimidade tanto no País quanto no exterior.

Essa ressignificação também se caracteriza pela incorporação de metais nobres como o ouro aos materiais orgânicos que transformam os adornos com sementes em jóias. Com caráter inusitado e inovador elas têm se destacado em eventos como o *Jóia Brasil*, promovido a cada edição do Fashion Rio. Em 2005, por exemplo, além de apontar como tendências a fauna e a flora brasileira, o *Jóia Brasil* expôs peças de vinte e dois artistas que usavam pedras ou sementes em suas coleções.

Os trabalhos de Maria Oiticica e Mônica Carvalho são exemplares dessa valorização da brasilidade na moda e no design. A amazonense Maria Oiticica cria, desde 2002, peças que misturam prata e sementes, madeira, osso, entre outras matérias orgânicas, conciliando a exuberância das cores – marca do seu trabalho – e as tendências de cada estação.

Inspirada na arte indígena e na própria natureza, a artista produz pulseiras, anéis e colares, adornos diversos e sofisticados que são comercializados em cerca de trinta e cinco lojas espalhadas pelo Brasil, Estados Unidos, Canadá e Europa.

Além das sementes, a designer utiliza palha de arumã fornecida pelos índios integrados ao Programa Waimiri Atroari que inclui ações nas áreas de saúde, educação, meio ambiente,

apoio à produção, vigilância dos limites, documentação e memória. Há seis anos comprando peças artesanais em palha que são usadas pelos índios como enfeite corporal, Maria proporciona a eles uma das fontes de renda para a aquisição dos artigos industrializados dos quais necessitam.

Mônica Carvalho começou criando arranjos com flores secas há cerca de dez anos; a partir daí, utilitários e adornos com sementes de fruto-moeda, jarina, açaí, paixubinha, paixubão, entre muitas outras que se unem a metais como a prata para conformar peças com uma forte linguagem autoral. Mônica, além do design apurado, é uma especialista em conservação e pesquisa de sementes para uso ornamental e acredita que essas peças sirvam de estímulo à uma nova mentalidade em relação ao meio-ambiente e ao consumo. Também enxerga nas sementes um caminho para geração de renda. Nesse sentido, vem atuando frequentemente na qualificação de mão-de-obra feminina em projetos no Brasil e no exterior. Seu trabalho pode ser encontrado em países como Alemanha, Canadá, Estados Unidos – incluindo o Jardim Botânico de Nova Iorque – além da Inglaterra, onde mantém uma estreita parceria com o estilista Eskandar Nabavi. Este iraniano radicado em Londres, aliás, é um dos entusiastas das sementes brasileiras e, além das peças de Mônica, também comercializa as da designer Cláudia Duarte.

Os adornos com sementes são parte de um amplo movimento que envolve as exportações de jóias brasileiras: de exportadores de matéria bruta e copiadores, o País, graças ao design inovador e às experimentações com novos materiais, vem conseguindo se destacar em um mercado cansado pela padronização tendo, nos últimos quatro anos, ampliado em 30% suas exportações, sobretudo para os Estados Unidos, Canadá, Japão, Rússia, Alemanha, Suíça, Inglaterra, Espanha, Portugal, França, México.

Naturalmente que a curva ascendente das jóias brasileiras também atinge as sementes que são fonte de inspiração para empresas estrangeiras como a Vuarnet e nacionais como a Seculus da Amazônia Jóias. O braço feminino da primeira, a Vuarnet Femme, dedica uma linha aos acessórios confeccionados com sementes brasileiras vendidos em todas as lojas da grife. Quanto à Seculus, maior fabricante de jóias do Brasil, duas iniciativas merecem atenção. Em 2002 ganhou o prêmio de melhor jóia masculina na Feninjer com um bracelete de sementes de babaçu. No ano seguinte, graças a um planejamento estratégico que visava ampliar seus percentuais de produtos exportados de 15% para 30%, a empresa criou a linha Tucumã, com sementes de babaçu e tucumã, entre outras, couro e pedras brasileiras associados ao ouro. Concebidas pela designer Carla Abras, as jóias foram produzidas de forma artesanal por uma cooperativa de mil e quinhentos índios num ateliê autorizado pelo IBAMA, sem nenhum dano ambiental. Ao todo foram confeccionadas cento e quarenta peças, entre anéis, colares,

pulseiras e brincos consideradas um trunfo da empresa para aumentar as exportações e reforçar a marca no mercado externo.

É importante assinalar o papel do design como um dos fatores responsáveis por fazer dos adornos com sementes peças sofisticadas, assegurando que a delicadeza do artesanal não se confunda com imperfeição ou deficiência, promovendo a junção entre o popular e o luxo, o caro e o barato, a tradição e a vanguarda, aquilo que se convencionou chamar de high-low.

Nesse sentido, merece atenção o papel de intermediação dos designers que atuam em iniciativas de organismos como Sebrae e Firjan, ao dotarem os artesãos de novas técnicas, ‘burilando’ e contextualizando seus produtos de modo a dirigi-los a um consumidor exigente no que concerne à forma e ao acabamento. Para Débora Krischke Leão e Rosana Pinheiro Machado

a produção fruto das iniciativas de comunidades locais e cooperativas (...) não será amplamente consumida sem antes passar pelos mesmos filtros que regulam o (bom) gosto hegemônico. Para ser transformado em comercial, o produto deve ser adaptado ao gosto médio. Isto quer dizer, portanto, que o movimento não acontece invertido, de baixo para cima, mas que em grande medida, nesse campo, permanece o mesmo, de cima para baixo, já que o gosto dominante, tomado como referência, é justamente o das classes médias e altas. (LEÃO; MACHADO, 2006, 43)

No que se refere especificamente aos adornos com sementes os programas empreendidos por estas agências visam também a um uso mais racional dos recursos naturais, com melhor aproveitamento e menos desperdício, a profissionalização da mão-de-obra e um gerenciamento dos estoques, aprimorando ainda as técnicas de colheita e armazenagem das sementes, fabricação e acondicionamento das peças prontas. Além disso, auxiliam os artesãos na divulgação dos seus trabalhos, com a edição de catálogos bilíngües e o apoio à participação em eventos nacionais e internacionais. Sobretudo, apostam na possibilidade de conectar moda, design e responsabilidade social em experiências que tanto podem envolver trabalhadores avulsos, quanto aqueles que atuam em cooperativas ou em associações.

Hoje os produtos florestais considerados não madeireiros (que incluem as sementes) tem uma centralidade no processo de conservação e de desenvolvimento em estados como o Acre, onde o Governo estadual e Organizações não Governamentais têm procurado incentivar os manejos florestais comunitários, buscando mercados, viabilizando crédito e assistência técnica. Se estes incentivos forem eficazes, existe a possibilidade de transformação da atividade artesanal através da qualificação da mão-de-obra, aumento de renda e da inclusão social.

Entre as inúmeras experiências bem sucedidas que mesclam responsabilidade social e atenção ao meio ambiente encontra-se o trabalho do artesão Cesar Farias, do Acre, e o Projeto Pacová, do Mato Grosso.

Cesar Farias começou a trabalhar com jóias em 1988, tendo se especializado em lapidação de ametista, em Goiás. Retornando ao Acre, no início da década de 90, volta sua atenção para a jarina – também conhecida como marfim vegetal. A partir daí, identifica índios e agricultores que coletam ou trabalham com aquela semente, recebendo subsídios a respeito da localização, produção, meio de transporte, preço e comercialização. Procura também artesãos para enriquecer seus conhecimentos visando adaptar a jarina às técnicas de lapidação, confecção e design utilizadas em pedras preciosas. Desde então vem mantendo a preocupação em formar mão-de-obra especializada, o que o levou a compartilhar suas experiências tanto com pessoas que foram contratadas para auxiliá-lo na sua oficina como com aqueles que participam de seus workshops nos bairros da periferia de Rio Branco e em comunidades situadas em reservas extrativistas e de preservação ambiental, como São Luís do Remanso e Porto Dias, em Acrelândia. Nessas oficinas, tem como alunos índios, seringueiros e agricultores.

Cesar, que teve um dos seus colares exibido pela então primeira dama Ruth Cardoso, participa de feiras de artesanato no Brasil e na Europa, além de fornecer a jarina para designers em diversos pontos do País. Desse modo prova que é possível explorar os recursos da floresta de maneira sustentável, fazendo da atividade artesanal com a semente da jarina um instrumento de inserção econômica, social e cultural.

O Projeto Pacová é uma iniciativa de Ângela Carvalho que, após adquirir a fazenda Arca Agropecuária, em Tangará do Sul, Mato Grosso, deu início, em 2000, a um trabalho que, partindo da variedade e da riqueza das sementes de jatobá, tamarindo, leocena, timbori, pino cuiabano, entre outras, difunde a cultura local e oferece novas perspectivas para as mulheres do campo. Junto com sua irmã Fernanda Carvalho, designer de jóias, Ângela criou um núcleo produtivo de mulheres de boiadeiros sensibilizando-as de que, com a confecção de bijuterias com as sementes da região, elas poderiam gerar renda, sentir-se valorizadas e disseminar a cultura local.

A partir de 2002, e com o apoio do Sebrae, os envolvidos no Projeto aprimoraram o design dos produtos e das embalagens, aprenderam técnicas de armazenamento, conservação, secagem e prevenção de insetos e fungos, conheceram os métodos de planejamento das coleções, racionalizaram, enfim, as práticas de criação, produção e comercialização. O grupo formado então por dez pessoas, sete meses depois passou para trinta e cinco; e das duzentas peças produzidas por mês passou para duas mil. Os clientes, que inicialmente eram os amigos e parentes, transformaram-se nas grandes redes de lojas de São Paulo e Rio de Janeiro, como Osklen, Chocolate, Pão de Açúcar, Museu de Arte Moderna, Brasília Arte.

Reunindo responsabilidade social e a valorização da tradição e da cultura de cada comunidade, sem deixar de lado o design e a modernização dos processos produtivos, o projeto Pacová como vários outros desenvolvidos em diversas regiões do País, se inscreve numa atitude contemporânea na qual a ostentação passou a ser vista como prova de ingenuidade cultural. Conforme aponta Regina Machado “o que se vende e o que se compra agora é a estética de um estilo vinculado à atitude conscientizada”. (MACHADO, 2006, 82)

A propósito do design contemporâneo Rafael Cardoso afirma que este se caracteriza pelo pluralismo, com uma abertura para posturas novas e a tolerância para posições divergentes.

Na época pós-moderna, já não existe mais a pretensão de encontrar uma única forma correta de fazer as coisas, uma única solução que resolva todos os problemas, uma única narrativa que amarre todas as pontas. Talvez pela primeira vez desde o início do processo de industrialização, a sociedade ocidental esteja se dispondo a conviver com a complexidade em vez de combatê-la, o que não deixa de ser (quase por ironia) um progresso. (CARDOSO, 2004, 207)

No que se refere especificamente ao design de jóias define-se uma nova dinâmica: sem abrir mão do luxo de alguns materiais, elas passam a incorporar elementos como titânio, alumínio, couro, silicone, seda, fibras, sementes, madeira, resinas, plástico, vidro, borracha e até mesmo papel. Iniciam, assim, um movimento em direção à moda rompendo as fronteiras que as associavam à eternidade em oposição à efemeridade que caracteriza a segunda.

Conforme pesquisa realizada em 2004, pelo Observatório de Sinais, a pedido do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais, a jóia contemporânea seguiria duas grandes tendências: a

“lógica do eterno”, em que a joalheria corresponde aos modelos mais tradicionais e luxuosos, e a “lógica da moda”, ligada ao ritmo acelerado das mudanças, das tendências e da inovação. A lógica do eterno, da duração, da continuidade, é própria da tradição do luxo. No que se refere à jóia, se relaciona às peças mais pesadas, em ouro e pedras preciosas, às grandes joalherias e marcas tradicionais. Quanto à lógica da moda, corresponderia às mudanças rápidas, as tendências e a inovação: seriam as jóias mais leves, mais baratas e, por isso mesmo, mais acessíveis, e as jóias de criador, que investem no design criativo mais do que propriamente no material empregado.

As grandes joalherias, identificadas com o luxo tradicional – portanto, por definição, filiadas à lógica do eterno – colocaram-se, nos últimos anos, o problema de como trabalhar também com a lógica da moda, sem afetar o núcleo duro de sua identidade. (CALDAS, 2004, 32)

Os mais bem sucedidos casos desse segmento demonstram como essa dupla estratégia pode ser implementada, criando um posicionamento que rejuvenesce a imagem das marcas, tornando-as atraentes para um público mais amplo. Ao se aproximarem da moda, sofrendo mudanças num ritmo mais rápido, as jóias tornam-se também mais democráticas, atingindo uma ampla gama de consumidores: os de menor poder aquisitivo, os mais jovens e aqueles que buscam a expressão de uma linguagem de vanguarda, conceitual e artística.

Para Gilles Lipovetsky, hoje o consumidor de luxo é multifacetado, “tira seus modelos de diferentes grupos, mistura diferentes categorias de objetos de diferentes preços e diferentes estilos. A mobilidade, a hibridação, a disparidade substituíram o luxo empolado “comme il faut”. (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, 54). Nesse sentido, a distinção não é o único motivador do consumo de bens de luxo. Embora o consumo dispendioso de que nos falava Veblen ainda esteja presente, especialmente na escolha de marcas e produtos que estabelecem pontes ou cercas, é certo que as lutas simbólicas, concorrenciais perderam a centralidade como definidoras do consumo. A subjetivação e a democratização da relação com o luxo são transformações que devem ser vinculadas à era do consumo e da comunicação de massa.

Outro aspecto a ser considerado é a questão das técnicas artesanais, da habilidade na fabricação do produto. Isso porque como marca da pós-modernidade percebemos uma desvalorização da ostentação e, ao mesmo tempo uma forte carga simbólica dos objetos que apontam para o exclusivo, o único e o artesanal. Esse último aspecto, aliás, é uma das chaves

para a valorização das peças confeccionadas com as sementes. Contrapondo-se à repetição industrial, em maior ou menor escala, representam a materialização da idéia de peça única, especial, fora de série.

Conforme aponta Regina Machado,

o fazer artesanal conquistou o status de requintado, pois carrega em si a aura de objeto único. O feito a mão é valorizado pela exclusividade da pequena produção, pela diferenciação, por ser o que não se repete e o que não é igual a nenhum outro, pois foi realizado pela versatilidade da mão humana e não pela precisão da máquina. O novo luxo procura trabalhar com a estética das atitudes e com as experimentações das vanguardas artísticas. (MACHADO, 2006, 82)

A joalheria no Brasil refletiria, desse modo, uma lógica, na qual a jóia de objeto-investimento passa a se caracterizar como objeto de design e, sobretudo, objeto de consumo, e tanto quanto a moda se singulariza, se individualiza, caracterizando-se como um item de múltiplos significados uma vez que os objetos nos qualificam também pela atualização estética e não apenas pela raridade ou custo dos materiais.

Nesse sentido, podemos entender o consumidor das jóias com sementes como alguém para quem o adorno possui novos significados e a fruição estética não está acima da noção de responsabilidade socioambiental, da valorização do artesanal enquanto exclusivo e do conhecimento dos critérios do comércio justo.

Referências bibliográficas

CALDAS, Dario. **A jóia, o jovem e o luxo emocional**. São Paulo: IBGM/Observatório de Sinais, 2004.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

LEÃO, Débora Krischke e MACHADO, Rosana Pinheiro. “O luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil”. In: Leão, Débora Krischke; Lima, Diana Nogueira de Oliveira; Machado, Rosana Pinheiro (orgs.) **Antropologia & Consumo: Diálogos entre Brasil e Argentina**, Porto Alegre: AGE, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo, Cia das Letras, 2005.

MACHADO SOARES, Maria Regina. “Alguma coisa diz que você é tudo”, In: **O Novo Luxo**, São Paulo: Ed Anhembi Morumbi, 2006.

MACHADO SOARES, Maria Regina. “Fim da linguagem imutável, início do sex-appeal das jóias”, In: **Plugados na moda**, São Paulo: Ed Anhembi Morumbi, 2006.

MACHADO SOARES, Maria Regina. **Jóia 2008: tendências**. Brasília: IBGM, 2008.

RIBEIRO, Berta. **Dicionário do Artesanato Indígena**. São Paulo: Itatiaia, 1988.

VEIT, Maria Regina (org.). **Marfim Vegetal: na Amazônia não há elefantes**. Histórias de sucesso, experiências empreendedoras, n. 3. Belo Horizonte: SEBRAE, 2003.

VEIT, Maria Regina (org.). **Pacová: jóias do Mato Grosso**. Histórias de sucesso, experiências empreendedoras, n. 3. Belo Horizonte: SEBRAE, 2003.

VIDAL, Lux e MÜLLER, Regina A. Pólo, “Pintura e adornos corporais”. In: **Suma etnológica brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1986.

ENTREVISTAS

CARVALHO, Mônica. Entrevista concedida a Maria do Carmo Teixeira Rainho em março de 2008.

DUARTE, Cláudia. Entrevista concedida a Maria do Carmo Teixeira Rainho em maio de 2008.

OITICICA, Maria. Entrevista concedida a Maria do Carmo Teixeira Rainho em março de 2008.