

De acordo com o Censo Demográfico do Brasil realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), a população indígena por situação do domicílio corresponde a 896.917 mil pessoas; destas, 63,8% viviam na área rural, e 57,71% em terras indígenas oficialmente reconhecidas. Então, essa população correspondia a apenas 0,47% da população total do país (IBGE, 2021).

A partir dessa pesquisa do IBGE, percebe-se que a população indígena possui baixo índice demográfico. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU, 2021), os povos indígenas têm enfrentado constante discriminação e negação de seus direitos, e Em 2007, por exemplo, foram assassinados 92 índios no Brasil, e em 2014, o número subiu para 138. Esses dados demonstram o quanto os indígenas sofrem invisibilidade e apagamento histórico de suas memórias e

vivências, sendo necessária a análise sobre movimento decolonial na América Latina e suas influências no Brasil, a fim de gerar reflexões e ações para a valorização e a representatividade da cultura indígena.

Já o campo da moda no Brasil, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), teve faturamento de 194 bilhões de reais em 2021, crescimento de 20% em relação ao ano anterior, aumento significativo, mesmo no contexto de pandemia⁰¹ gerada pela covid-19 (SARS-CoV-2), em que muitas indústrias e lojas tiveram que de parar suas produções. Assim, a indústria da moda brasileira representa quase 20% dos empregos do país, demonstrando o quanto sua atuação é importante para o desenvolvimento brasileiro (IndústriaABIT, 2023).

Nesse contexto da moda, de acordo com Vidal & Puri (2020), questiona-se a presença indígena nas indústrias de moda brasileira, nas passarelas, na área de criação e desenvolvimento de produto e na direção de marcas de moda. Os dados da Abit ilustram o impacto da indústria da moda na geração de empregos e no desenvolvimento de produtos. Essa produção, em sua maioria, tem por base princípios ocidentais, efêmeros, pois se baseiam na rapidez das tendências e na efemeridade em torno da moda enquanto sistema.

Portanto, é fundamental e determinante valorizar a cultura local, seus modos de fazer, saberes e potencialidades nos mais diversos campos de atuação. São vários os episódios de silenciamento de culturas, memórias e de vidas racializadas que se configuraram no governo de direita, por exemplo o ocorrido em junho de 2022: o assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista britânico Dom Philips. A dupla ficou desaparecida durante onze dias na região do Vale do Javari, no Amazonas. Esse Nesse local possui há diversos povos indígenas isolados do convívio social, assim como garimpeiros ilegais, pesca exploratória e casos de crimes organizados (Carta Capital, 2023).

O trabalho de Bruno Pereira e Dom Philips era voltado para a defesa dos povos indígenas e da floresta Amazônica. A luta desses ativistas foi interrompida precocemente, mas os impactos positivos gerados à natureza e à comunidade indígena inspiram a continuar resistindo e questionando estruturas de poder.

.....
01 Pandemia decretada pela Organização Mundial de Saúde em 11 de março de 2020.

No cenário político de eleições, em outubro de 2022, foram eleitos cinco candidatos indígenas para a Câmara dos Deputados, considerado o maior número da histórica. Vale ressaltar o recorde de candidaturas, foram 175 entre os eleitos temos Sônia Guajajara (São Paulo), que foi Coordenadora Executiva da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil e Integrante do Conselho da Iniciativa Inter-religiosa pelas Florestas Tropicais do Brasil (Farias, 2022). Em janeiro de 2023, Sônia foi escolhida pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva para assumir o recém-criado Ministério dos Povos Indígenas, o primeiro na história política brasileira a ser dedicado exclusivamente às demandas indígenas.

O Ministério dos Povos Indígenas tem por função reconhecer, garantir e promover os direitos dos povos indígenas; proteger os direitos dos povos isolados e de recente contato; demarcar, defender e gerir territórios e terras indígenas; realizar monitoramento, fiscalização e prevenção de conflitos em terras indígenas e promover ações de retirada de invasores dessas terras (Modelli, 2023).

Vale ressaltar, que em janeiro de 2023, ocorreu a tragédia humanitária na maior terra indígena do Brasil, dos povos Yanomami (localizados nos estados de Roraima e Amazonas), caracterizada pela por malária, desnutrição, pneumonia e contaminação por mercúrio. Resultado de anos de silenciamento da realidade indígena, foram registrados 22 mil casos de malária em 2022, em uma população de 30 mil Yanomami, e não foram realizadas ações de intervenção e auxílio.

O garimpo ilegal traz consequências ao meio ambiente e aos povos indígenas, o resultado de anos desta prática contaminam rios, desmata floresta, assassina indígenas e polui o meio ambiente. São anos de descaso do poder público com os indígenas, pois durante a atuação do governo de extrema -direita, a morte por desnutrição Yanomami quadruplicou (Modelli, 2023).

No contexto do espaço-tempo de escrita deste capítulo, desde de janeiro até maio de 2023, o governo desenvolveu, em conjunto com as Forças Armadas, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e a Polícia Rodoviária Federal (PRF), têm realizado práticas de desativação de corredores aéreos ilegais na terra indígena Yanomami, retirada do garimpo ilegal da região de Roraima e auxílio para os indígenas, em conjunto com doações da sociedade.

No Brasil, o sistema colonial transformou-se em um sistema tão enraizado que acabou se tornando linguagem, comportamento, história e memória da cultura brasileira. Portanto, a decolonialidade é pauta necessária na sociedade brasileira e latino-americana, para que ações e reflexões possam ser geradas no âmbito do design e da moda. Esta pesquisa visa contribuir com reflexões críticas acerca da valorização cultural indígena por meio da moda brasileira da marca Nalimo.

Nesta seção, foi fundamentada a introdução dialogada com a justificativa de pesquisa, conforme interesses pessoais da pesquisadora, ou seja, coordenada nas subjetivações, assim como nas objetivações das questões sociais, políticas, culturais, econômicas e históricas inseridas. Diante do contexto sobre a temática indígena no Brasil, questiona-se: como a moda enquanto instrumento de manifestação cultural e política pode gerar possibilidades de valorização das narrativas indígenas? A seguir, trataremos da marca Nalimo, da estilista e diretora criativa indígena Dayana Molina, ativista que cria moda colaborativa e decolonial, possibilitando que vozes de criativos indígenas sejam escritas na história.

HISTÓRIA DA MARCA NALIMO

Este capítulo objetiva caracterizar a marca de moda Nalimo como possibilidade de representação do povo indígena. Trata-se de um recorte da dissertação “*Vestir como cultura: moda e decolonialidade na marca Nalimo*” (Bandeira, 2022), defendida no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Os dados foram obtidos por meio do estudo de caso, com a técnica de entrevistas semiestruturadas. O estudo de caso pode ser considerado um delineamento de pesquisa que possibilita a compreensão de fenômenos reais em profundidade, considerando suas múltiplas dimensões contextuais. Assim, envolve procedimentos de planejamento, coleta, análise e interpretação de dados (Yin, 2001).

Em 2016, a Nalimo foi criada pela estilista indígena e diretora criativa Dayana Molina. Ela nasceu em 4 de abril de 1988, atua na moda desde dezembro de 2007, ou seja, tem aproximadamente 15 anos de carreira. Nasceu e cresceu em Niterói, no Rio de Janeiro. É originária

Figura 1: Dayana Molina. Fonte: disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpIjInzPldf/>. Acesso em: 23/05/ maio 2023.

do povo indígena Fulni-ô, que do qual sua avó materna chamada Naná fazia parte, localizado no sertão do estado de Pernambuco; e sua outra avó, a paterna, tem origem andina do povo Aymara.

A história de Dayana é marcada por violência, preconceito, racismo e marginalização social. Suas avós são símbolos de luta e resistência, Naná por exemplo, nasceu e cresceu na aldeia, mas foi sequestrada por fazendeiros e forçada a trabalhar ainda criança. Depois de alguns anos, conseguiu fugir para o Rio de Janeiro e constituir família com características de sua essência indígena (Nalimo, 2022). Segue A seguir, temos na Figura 1 foto da estilista Dayana Molina:.



A marca Nalimo possui *e-commerce* (www.nalimo.com.br) e também realiza venda pelo direct do Instagram (@oficialnalimo). O ateliê e a loja física da Nalimo eram no Rio de Janeiro até o ano de 2022 e se

mudaram para São Paulo, no bairro de Pinheiros. Possuem o intuito de ampliar os pontos de venda e adentrar lojas multimarcas de São Paulo com peças da Nalimo. Essas mudanças são relacionadas ao aumento da visibilidade e da marca, em contato com a capital paulista, em que o setor de moda é considerado o mais significativo do país.

Os interesses de Dayana em trabalhar com questões sociais residem nas conexões ancestrais com suas avós e nas vivências de preconceitos e não aceitação de si mesma perante a sociedade. Coursou Ciências Sociais na Universidade Federal Fluminense (UFF) dos 17 aos 19 anos no Rio de Janeiro, mas interrompeu o curso quando precisava de dinheiro, em seguida conseguiu uma bolsa de estudos para ir à Argentina com o fotógrafo de moda Aldo Bressi. Nessa jornada, se conectou ainda mais com sua essência ancestral indígena, inspirada na por sua bisavó materna Fulni-ô, que costurava no sertão de Pernambuco, voltou para o Brasil e criou a sua marca de moda denominada “Nalimo” (Sordi, 2022).

De acordo com Dayana Molina, em entrevista para a pesquisa de mestrado da autora, a Nalimo é mais do que uma marca de moda, pois é um empreendimento que empodera e colabora com mulheres. Entendendo a moda enquanto comportamento político e social: , “E quando a gente manifesta isso através de uma marca, essa marca já não tem só relação com a moda, só com estética, ela é um agente de transformação no mundo” (Bandeira, 2022).

Assim, a Nalimo objetiva mudanças comportamentais que impactem a sociedade para valorização da narrativa indígena, sua história e cultura. A decolonialidade na Nalimo é presente desde as ideias de criação, passando pelo processo produtivo, a execução e chegando no produto final, pois as pessoas que estão na marca são 80% mulheres indígenas da família da estilista, assim como amigas de luta indígena. A marca usa tecidos naturais, assim como resíduos, para criar peças com inspirações na vivência de Dayana, com foco na natureza, na coletividade e na ancestralidade indígena. A estilista prefere não utilizar referências consideradas caricatas, pois é uma jovem inserida na sociedade capitalista, é dialética e transforma sua percepção de mundo em arte e resistência.

São as mulheres da família de Dayana que pintam e tecem as peças, assim como um grupo de mulheres criativas e capacitadas para tal; “seu time é composto de 80% mulheres indígenas de diferentes

povos, 10% mães solas, 5% mulheres LGBTQI+, 4% mulheres negras e 1% mulheres trans” (Nalimo, 2022, p. 01).

Além disso, a Nalimo vende peças artesanais resultantes de processos colaborativos com diversos povos indígenas. Como por exemplo, possui projeto com as mulheres indígenas Kraô, do Tocantins, e com povos quilombolas na região da Bahia, ambos produzem acessórios para a marca de forma conjunta. Essas relações se constroem por meio de viagens que Dayana realiza, custeando seus próprios gastos e indo para aldeias e quilombos dialogar, trocar experiências, fazer curadoria de que peças comunicam que comuniquem a essência da Nalimo e cocriar essas peças com os artesãos. Esse é um trabalho social da Nalimo de conexão com povos indígenas, ensino e promoção da autonomia dos povos.

Essa construção colaborativa é uma forma de valorizar a artesanaria dos povos originários. Assim, a Nalimo está atuando como representante dessas manualidades afetivas por meio da moda. Para Dayana Molina (Bandeira, 2022, p. 88)::

Eu estou indo contra esse fluxo natural, eu não quero ir pelo caminho natural, eu quero ir pelo caminho **sobrenatural**, eu quero ir para o lugar onde existem os encantados, os espíritos das florestas, onde existe a **cosmovisão**, onde existe o cabelo trançado, o que isso significa, onde existe a fala de uma avó Aymara, onde existe por exemplo a fala de uma mulher Fulni-ô, que vem do Nordeste, de Pernambuco [...]. Então se eu te falar o que me inspira, eu vou falar sobre isso, eu vou falar sobre todos esses códigos que perpassam a minha existência e que me levam para esse lugar de produzir uma moda autêntica, sem medo de ser de alguma forma criticada ou sem medo de ser vendável ou não. A minha moda conta histórias, a minha moda emociona, a minha moda arrepia, a minha moda toca as pessoas, a minha moda leva para um campo de *consciência*. (p. 88, grifo da autora).

Portanto, a estilista e ativista defende a formação do pensamento crítico para que haja mudanças sistêmicas no futuro da moda, que

está sendo escrito na realidade atual. O propósito da Nalimo é vai muito além da venda, é sobre inspirar e questionar politicamente a sociedade, construindo a Nalimo junto com os povos indígenas.

Nesse sentido, o público-alvo da marca Nalimo é voltado para pessoas diversas, sem definição de gênero, sejam indígenas ou não, que apoiam a moda criada e desenvolvida por indígenas. São consumidores que valorizam a moda como instrumento político e social, assim como conforto e sustentabilidade, características para além do consumo efêmero, pois a peça de roupa, nesse contexto, é capaz de trazer mudanças na estrutura da moda e na vida de muitas mulheres, tornando o contexto da moda cada vez mais humanizado (Nalimo, 2022). Seguem Nas Figuras 2 e 3, temos imagens do desfile da Nalimo na Casa de Criadores em julho, de 2022, o nome da coleção é “*Memória*”, que para a marca, significa linguagem da terra, – é sobre recontar a história indígena e preservar suas origens.

De acordo com Dayana Molina, o desfile contou com o maior *casting* originário das passarelas brasileiras, composto por 97% de pessoas indígenas de etnias diversas, abrangendo diversas funções dentro da moda, como modelos, maquiadores, produtores, dentre outros (Mesquita, 2022).

Figura 2: Desfile Nalimo – Casa de Criadores (julho, de 2022). Fonte: disponível em: <https://www.instagram.com/p/CfuV6y9v4g->. Acesso em: /23/05/ maio 2023.



Figura 2: Desfile Nalimo na Casa de Criadores – Protesto SOS Yanomami (julho, de 2022). Fonte: disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/moda/casa-de-criadores-50/nalimo/1803079/colecao/2/>. Acesso em: 23/05/ maio 2023.



Portanto, por meio do estudo de caso fundamentado por entrevistas semiestruturadas, assim como análise do site (www.nalimo.com.br) e da rede social Instagram (@oficialnalimo), foi caracterizada a marca de moda Nalimo como possibilidade de representação do povo indígena no contexto brasileiro.

Assim, é possível identificar os princípios decoloniais na em sua cadeia produtiva, escolha de tecidos, manualidades e trajetória do produto até chegar ao consumidor final. Além disso, as entrevistas realizadas com a Dayana possibilitaram o entendimento sobre

as ações da marca para a causa indígena, entendendo os detalhes sobre processo criativo, inspirações e princípios da marca que fortalecem a representatividade da cultura originária na moda brasileira. Destarte, a trajetória da Nalimo é sobre fazer o movimento continuar rumo a decolonialidade, é inspirar novas narrativas construídas por meio da moda brasileira.

RELAÇÃO ENTRE NALIMO E DECOLONIALIDADE

A Decolonialidade é um termo criado para caracterizar o movimento social, político e cultural desenvolvido na América Latina durante os anos 1990 por teóricos latino-americanos do Grupo de Estudos Modernidade/Colonialidade. Esse movimento questiona os padrões coloniais que pautam as esferas do poder, do saber e do ser em regiões em que historicamente o período colonial já passou, mas a subordinação a ele se perpetua na essência cultural e social, silenciando a diversidade de saberes e fazeres locais (Mignolo, 2008).

Nesse contexto, Dayana Molina é mulher indígena feminista que atua na Nalimo não só como estilista, mas como ativista política na moda. Então, o movimento decolonial faz parte da de Dayana enquanto ser humano conectado com suas raízes ancestrais, não se trata apenas de uma teoria de um livro, pois os discursos decoloniais são vividos pelos indígenas no dia a dia, a luta é inerente a à sua existência. Como mulher intelectual e estudiosa, Dayana compreende o movimento da América Latina e as contribuições de teóricos como Escobar e Quijano, por exemplo. E sua marca é herança desse movimento e instala essa luta na moda brasileira, em busca da representatividade indígena nos espaços que tem direito de ocupar. Como indígena, Dayana entende a América Latina como uma unicidade:

Aliás, a América Latina é uma invenção colonial. Entendendo esse continente como Abya Yala, território originalmente indígena. Nossas referências intelectuais ainda estão muito distantes da diversidade cultural de nossas raízes. E isso justifica o abismo

histórico que vivenciamos ao nos depararmos com narrativas não brancas ou negras. Viabilizar uma “América Latina” sob a ótica e sabedoria indígena. (Molina, 2022, p. 01).

Então, o movimento decolonial está presente nas ações e intenções da Nalimo, pois é movida por indígenas que estão presentes em todas as etapas do produto e relações pós-produção. Essa luta constante contra a colonialidade na moda tem sido feita de forma orgânica, fluida e de forma modo colaborativacolaborativo, levando o conhecimento decolonial nas roupas, nos textos dos sites da Nalimo, nas postagens do Instagram (@oficialnalimo) e na participação de Dayana como agente transformadora que dialoga, educa e resiste.

E essa relação, não tem nada mais decolonial que isso! Porque a gente está adentrando nesses espaços e dizendo, olha, a nossa moda tem cheiro de urucum, tem a marca do jenipapo, tem a conexão com a terra, tem a relação com a cosmovisão das nossas avós. Essa moda é política, essa moda é originária, essa moda é nativa, essa moda é produzida em território latino-americano, Abya Yala, não tem como ter algo mais decolonial que isso, concorda? Porque é uma prática. É uma relação de comportamento. (Bandeira, 2022, p. 104).

Esse movimento se constitui na prática real, é dialético. De acordo com Vieira Pinto (1979), o pensamento dialético nos explica que não existe começo absoluto no tempo, não tem sentido se questionar de se vem primeiro o todo ou a parte. Isso quer dizer, aplicando ao assunto da Nalimo, que as práticas decoloniais da Nalimo resultam de práticas realizadas por criativos indígenas brasileiros em constante movimento, adaptação e desenvolvimento no mercado.

E o movimento decolonial ocorre ao mesmo tempo que essas pessoas existem e atuam na sociedade, lutando por espaço, voz e reconhecimento. Dessa forma, o movimento decolonial se conecta com a ancestralidade e a vivência desses povos, são eles que dão

vida ao movimento no Brasil, pelo fato de existirem e construírem seus espaços e suas narrativas. É essa soma de movimentos contínuos de uma história que está sendo (re)escrita que possibilita a decolonialidade na moda brasileira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção deste capítulo foi refletir sobre a marca de moda Nalimo, representante da trajetória indígena na moda brasileira. Assim, por meio de estudo de caso e entrevistas realizadas durante a dissertação de mestrado sobre moda e decolonialidade na Nalimo (Bandeira, 2022), foi caracterizada a Nalimo diante da de sua história, valores e prospecções, assim como estabelecida relação com a decolonialidade diante do contexto brasileiro indígena.

A partir do diálogo acerca da caracterização da marca de moda ativista Nalimo como possibilidade de representação do povo indígena, afirma-se que sementes decoloniais estão sendo plantadas no território da moda brasileira, caminhos iniciais de reflexão, pensamento crítico e colaborativo. A Nalimo produz moda enquanto linguagem ancestral indígena, feita por e com mulheres, questionando estruturas de poder e materializando a cultura intangível de seu povo por meio da moda.

Dayana Molina cria moda como instrumento de comunicação política, metamorfose que materializa cosmovisões pluriversais. A Nalimo é uma extensão da de Dayana Molina, são as materializações de sua luta indígena pelo antirracismo, pelo por respeito, empoderamento, valorização e inclusão. Portanto, Dayana e as mulheres que compõem a marca seguem o fluxo da moda sobrenatural, onde em que existe a cosmovisão indígena que cria a moda decolonial: com cheiro de urucum, entrelaçamento de fibras e de histórias, gerando reflexões críticas sobre a realidade. Assim, A a Nalimo produz roupas enquanto linguagem não verbal decolonial, diante do contexto social e político de resistência indígena no Brasil.

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento com bolsa de estudo para esta pesquisa, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Pernambuco (UFPE).

REFERÊNCIAS

ABIT. Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. *Indústria têxtil e de confecção faturou R\$ 194 bilhões em 2021*. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/noticias/industria-textil-e-de-confeccao-faturou-r-194-bilhoes-em-2021>> Acesso em: 13 maio de 2023.

BANDEIRA, Suene M. *Vestir como cultura: moda e decolonialidade na marca Nalimo*. 2022. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022.

CARTA capital. *Yanomami*,. 2023. Disponível em: <<https://www.carta-capital.com.br/tag/yanomami/>>. Acesso em: 13 mar. 2023.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Os indígenas no Censo Demográfico 2010: primeiras considerações sobre raça e cor*. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/indigenas/indigena_censo2010.pdf>. Acesso em: 23 novembro nov. 2021.

INDÚSTRIA têxtil e de confecção faturou R\$ 194 bilhões em 2021. *ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção*, 25 jan. 2022. Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/industria-textil-e-de-confeccao-faturou-r-194-bilhoes-em-2021>. Acesso em: 13 maio 2023.

MESQUITA, Giuliana. Casa de criadores reforça seu papel de inovação em primeiro dia de desfiles. *Elle Brasil*,. 7 de julho de jul. 2022. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/nalimo-e-guma-joana-reforcam-vies-inovador-da-casa-de-criadores>>. Acesso em: 7 julho jul. 2022.

MIGNOLO, Walter W. D. A opção de-colonial: desprendimento e

abertura. Um manifesto e um caso. *Tabula Rasa*, [S. l.], 2008, n. 8, p. 243-282, 2008. Disponível em:< http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892008000100013&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 2 abr. 2023.

MODELLI, Laís. Como funcionará o inédito Ministério dos Povos Indígenas. *DW*, Publicado em: 03 de janeiro jan. de 2023. Disponível em:< <https://www.dw.com/pt-br/como-funcionar%C3%A1-o-in%C3%A9dito-minist%C3%A9rio-dos-povos-ind%C3%ADgenas/a-64269096>>. Acesso em: 28 abr. 2023.

MOLINA, Dayana. Moda e comportamento na América Latina. *Harper's Bazaar*. 05/04/2022. Disponível em:< <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/dayana-molina- moda-e-comportamento-na-america-latina/>> Acesso em: 18 maio 2022.

NALIMO. **Quem somos**. 2022. Disponível em:< <https://www.nalimo.com.br/>>Acesso em: 19 setembro set. 2021.

ONU. State of the World's Indigenous Peoples: Rights to Lands, Territories and Resources. Disponível em https://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/SOWIP/en/SOWIP_web.pdf

SORDI, C. Nalimo produz moda como identidade indígena e propósito. *Elle Brasil*. 28 abril 2022. Disponível em:< <https://elle.com.br/moda/nalimo>> Acesso em: 20 maio 2022.

VIEIRA PINTO, ÁLVAROA. *Ciência e existência: problemas filosóficos da pesquisa científica*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

VIDAL, J.; PURI, D. *Cosmovisões x moda: qual a sua tendência? Contribuições e proposições para uma moda étnica e ética*. 1. ed. Rio de Janeiro: Universidade Indígena, 2020. 58p .

YIN, Robert R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

