



[artigos]

Moda indígena como território contra-colonial: autoria, ativismo e diversidade cultural no Brasil contemporâneo

Indigenous fashion as a counter-colonial territory: authorship, activism, and cultural diversity in contemporary Brazil

Maria Helena Japiassu Marinho de Macedo¹

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3167-9463>

DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v18i45.1922>

[resumo] Este artigo tem como objetivo analisar, no contexto contemporâneo, como a moda indígena tem sido afirmada por seus representantes como índices de territorialidade contra-colonial no Brasil. Como conceito é importante situar o que se entende por moda, a partir da sociedade moderna, e compreendê-la como fenômeno cultural que acompanha o desenvolvimento capitalista e a sua expansão colonial. O campo da moda contemporânea é compreendido como um espaço social em disputa, que admite discursos plurais acerca da aparência. Os agenciamentos de estilistas indígenas demarcam um território simbólico específico e oferecem uma narrativa contra-colonial na construção histórica do discurso da moda nacional. Privilegio uma leitura de direitos, analisados em perspectiva ampla, com enfoque na participação cidadã, civil e cultural indígena. Entendo fundamental atentar ao pensamento de autores indígenas, bem como à escuta crítica da epistemologia acadêmica. Como metodologia, proponho-me, ademais, a realizar uma revisão bibliográfica transdisciplinar, em diálogo com a moda, a geografia, a antropologia e a sociologia. Concluo sugerindo que a moda de autoria indígena é hoje ato de resistência e agenciamento de seus sujeitos e coletividades, possível apenas com o reconhecimento constitucional recente da capacidade civil plena de seus atores e de suas expressões como parte do patrimônio cultural brasileiro.

[palavras-chave] **Moda indígena. Cultura Brasileira. Direitos. Contra-colonialidade. Território.**

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Paraná (PPGD/UFPR). E-mail: helenajapiassu@ufpr.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4891355513755407>

[abstract] This article aims to analyze, in the contemporary context, how indigenous fashion has been affirmed by its representatives as indices of counter-colonial territoriality in Brazil. As a concept, it is important to situate what is meant by fashion, from the perspective of modern society, and to understand it as a cultural phenomenon that accompanies capitalist development and its colonial expansion. The field of contemporary fashion is understood as a social space in dispute, which admits plural discourses about appearance. The assemblages of indigenous designers demarcate a specific symbolic territory and offer a counter-colonial narrative in the historical construction of the national fashion discourse. I privilege a reading of rights, analyzed in a broad perspective, with a focus on indigenous citizen, civil and cultural participation. I believe it is essential to pay attention to the thinking of indigenous authors, as well as to the critical listening of academic epistemology. As a methodology, I also propose to carry out a transdisciplinary bibliographic review, in dialogue with fashion, geography, anthropology and sociology. I conclude by suggesting that the fashion of indigenous authorship is today an act of resistance and agency of its subjects and collectivities, possible only with the recent constitutional recognition of the full civil capacity of its actors and their expressions as part of the Brazilian cultural heritage.

[keywords] **Indigenous fashion. Brazilian Culture. Rights. Counter-coloniality. Territory.**

Recebido em: 13-03-2025.

Aprovado em: 27-08-2025.

Introdução

A moda constitui um campo de relações sociais em disputa e estratificado. A cultura da aparência, por meio dos modos de vestir, se articula com signos de distinção, que promovem singularidades. Podemos pensar a moda como um discurso coletivo que, ao mesmo tempo, fundamenta a expressão de subjetividades, o que a investe de um importante papel político. Os estudos da história da moda, em geral, apresentam-na com origem na sociedade moderna, com valores e atores específicos. Na geografia simbólica contemporânea, a paisagem simbólica da moda é ampliada por novos agenciamentos. É possível verificar um protagonismo emergente de estilistas indígenas no sistema da moda, o qual, ao mesmo tempo em que insere os seus sujeitos neste campo discursivo, o contesta e o renova. Essa participação é uma conquista político-jurídica e traz consigo novas críticas sociais.

Este ensaio tem como objetivo analisar, no contexto presente, como a moda indígena tem sido afirmada por seus representantes. Minha hipótese é de que esta afirmação, que trato aqui como “agenciamento ativista”, que fundamenta práticas de resistência, pode ser compreendida como índice de territorialidade contra-colonial no Brasil. A complexidade

dessa análise requer investigar um pouco da história e da sociologia da moda, compreendendo-a como um campo atravessado por relações de poder (Bourdieu, 2007).

Entendo fundamental atentar à escuta crítica da epistemologia acadêmica e ao pensamento de autores indígenas. Em termos conceituais, compreende-se a moda como fenômeno sociocultural dinâmico, que expressa comportamentos, tendências e valores, individuais e coletivos, gostos e identidades acerca da aparência e dos modos de vestir. Empresto de Carol Barreto (2024) o termo “modativismo” e de Antônio Bispo dos Santos (2023) o argumento da contra-colonialidade. O ativismo na moda ou “modativismo” demonstra como o campo social da moda é um espaço em disputa, marcado por uma hierarquia discursiva centrada em valores da sociedade moderna europeia, a qual é contemporaneamente contestada por agenciamentos plurais. Por sua vez, o conceito de contra-colonialidade de Bispo dos Santos chama a atenção para as resistências possíveis demonstradas por tradições não ocidentais com potencial criativo para a construção de uma sociedade mais inclusiva.

O pensamento de Bispo dos Santos chama a atenção para a existência de culturas e modos de agir, ser e estar no mundo que resistiram à avassaladora influência colonial. Diferente, mas dialoga, com perspectivas teóricas decoloniais. Apenas como referência e sem pretender aprofundar as correntes teóricas decoloniais, convém mencionar o pensamento de Mignolo (2005), associado à Escola de Estudos Decoloniais (ou Pensamento Decolonial)², e de Wash (2017). Enquanto Mignolo analisa o quanto a modernidade é inseparável da lógica da dominação colonial, que produz efeitos não apenas nas relações de poder, mas também de ser e de saber; Wash defende o processo de descolonização do pensamento, reconhecendo a influência do poder colonial, mas trazendo à evidência a existência e o pensamento de sujeitos plurais, com concepções e epistemologias diversas.

De acordo com Oliveira Santos (2020, pp. 168-169) “o conceito de moda pode ser utilizado como mais uma noção dentro do aparato ideológico colonial, que busca desautorizar a relação das sociedades não ocidentais”. A colonialidade na moda informa que os discursos da aparência nas sociedades ocidentais basearam-se na valores da exaltação individual e da novidade, em oposição a culturas do vestuário que preservam a tradição e a manutenção dos modos de vestir. Na história do campo sociológico das aparências, o pensamento hegemônico ocidental criou uma oposição entre moda e costume, sendo a primeira um sistema de referência e distinção de progresso e o segundo de tradição e, mesmo, de atraso. Oliveira Santos contrapõe este argumento binário, que engessa a cultura “das sociedades não ocidentais e fornece ao Ocidente o status ideológico do movimento” (2020, p. 169), chamando a atenção para aspectos da dinamicidade de culturas não ocidentais bem como da atribuição de outros valores de referência para a moda e seus usos.

² Para aprofundar estudos sobre a decolonialidade, ver também o pensamento de Anibal Quijano, Enrique Dussel, Nelson Maldonado-Torres. Como referências, ver: QUIJANO, Anibal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (org.). A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: CLACSO, 2005. p. 117-142. Disponível em: <https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana> Acesso em: 19 ago. 2025.; DUSSEL, Enrique. 1492: O encobrimento do Outro. A origem do mito da modernidade. Petrópolis: Vozes, 1993, e MALDONADO-TORRES, Nelson. Sobre a colonialidade do ser: contribuições ao desenvolvimento de um conceito. In: CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSFUGUEL, Ramón (orgs.). El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central; Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, 2007. p. 127-167.

A moda indígena pode ser compreendida a partir dessa genealogia analítica da cultura da aparência que se formou no desenvolvimento da sociedade moderna e acompanhou o desenvolvimento capitalista e a sua expansão colonial. Neste sentido, importa observar a representação indígena na moda brasileira, para compreender como ela transita de um índice de referência alegórica e simbólica para índices de discursos protagonistas.

Este estudo tem em conta que a categoria “indígena” é fictícia e reducionista, haja vista a diversidade cultural dos 305 povos originários que resistem no território brasileiro. A categorização proposta é útil apenas para demonstrar a existência de problemas e objetivos comuns associados à história de violências a que foram e são submetidos, sejam elas físicas, culturais e epistêmicas, e às reivindicações de direitos que lhe permitam ser e se expressar no mundo.

Esta transição tem a ver com lutas políticas e conquistas de direitos dos povos indígenas, que oferecem novas formas de conceber a moda neste espaço sociológico. Pensar a moda indígena como categoria discursiva também enseja analisar criticamente o território da moda brasileira, permeado pela história colonial e efeitos da colonialidade no campo das aparências.

A esse respeito, é importante mencionar a análise de Daniel Munduruku acerca do movimento indígena no Brasil, que possibilitou o encontro entre diferentes culturas indígenas, na persecução de objetivos comuns. O livro “O caráter educativo do movimento indígena brasileiro (1970–1990)” (Munduruku, 2012), apresenta a trajetória do movimento indígena no Brasil por meio de três paradigmas históricos. O primeiro, chamado extermicionista, que vai do período colonial até 1967, é marcado por políticas tutelares, como as do Serviço de Proteção ao Índio (SPI), as que tratavam os indígenas como incapazes e promoviam a ocupação de suas terras. O segundo, o paradigma assimilacionista, emerge com a criação da Fundação Nacional do Índio (FUNAI) e se consolida durante o regime militar, propondo a integração dos indígenas à cultura ocidental como condição para sua “emancipação”, conforme expressa o Estatuto do Índio de 1973. Por fim, com a Constituição Federal brasileira de 1988, inicia-se o paradigma interacionista, que reconhece os direitos indígenas à diversidade cultural, à autonomia e à cidadania plena, marcando uma virada no reconhecimento das populações indígenas como sujeitos de direitos.

Além de campo de poder, a moda pode ser percebida como um espaço de trajetórias ou um “locus da coexistência contemporânea”, no sentido atribuído por Rogério Haesbert, a partir do trabalho de Doreen Massey (Massey, 2008, p. 9), o qual é “marcado pela multiplicidade, apesar de todas as tentativas e os discursos vãos da homogeneização e da padronização generalizadas” (Massey, 2008, p. 9).

A moda contemporânea, vista como espaço em construção, para além de um território de disputa, é também um locus de coexistência de sujeitos e discursos, bem como de hibridismos culturais, mesmo que passível de hierarquizações. Essas hierarquizações não dizem respeito apenas à representação estética, mas à própria noção de ser humano, de quem é dotado ou não de dignidade.

Neste cenário, sujeitos indígenas agem em busca de seu protagonismo. Como referenciais ilustrativos da moda indígena brasileira, trago à evidência a moda autoral de Sioduhi Studio — marca criada pelo estilista Sioduhi, nascido na comunidade indígena Mariwá,

no Amazonas — e Nalimo — marca idealizada pela estilista Day Molina, de ascendência dos povos Fulni-ô e Aymara —, a fim de observar o lugar do agenciamento indígena e os discursos que oferecem a este espaço simbólico. “Por um mundo onde caibam muitos mundos”, é uma frase estampada em uma camiseta da marca Nalimo, que traz o desejo de reconhecimento de agenciamentos plurais, para a inclusão da diversidade cultural na moda.

O recorte deste artigo opta pela análise de exemplos da moda indígena autoral incorporados ao mercado da moda brasileira. A escolha das marcas citadas acima é meramente ilustrativa, sendo o universo da moda indígena mais amplo. Conforme estudo de Macedo (2023), realizado com base na lista do Instituto Socioambiental (ISA)³ de produtos e marcas indígenas e dos tipos de registros de marcas indígenas junto ao Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI)⁴, as marcas são ativos de propriedade intelectual buscados por povos ou indivíduos indígenas. O ISA informa a existência de 30 marcas indígenas registradas até o ano de 2023, sendo 5,7% registradas na categoria “moda e vestimentas”; 9,4% como “jóias/biojóias”; 3,8% como “bolsas”; 3,8% como “adornos” e 3,8% apenas como “moda” (Macedo, 2023, p.105).

Pode-se, a partir da consideração das cosmovisões indígenas, contudo, ampliar a análise da moda indígena para além do contexto econômico. O vestir indígena, como afirmam Tessari e Bonadio (2024, p. 5), “é mais que a moda” e apresenta narrativas que ultrapassam a funcionalidade capitalista, trazendo elementos simbólicos e até de agenciamento. Os povos indígenas nos chamam a atenção, portanto, para modos plurais do vestir (Andrade, Karajá et al, 2024, p. 9). Veja-se, por exemplo, o pensamento de Glicéria Tupinambá quanto à vontade manifestada pelo Manto Tupinambá, considerado um ancestral de seu povo (Silva, 2024, p. 164). Para Glicéria, o Manto Tupinambá “não é um objeto, mas um agente de muitas relações comunitárias, territoriais e cosmológicas” (Silva, 2024, p. 165), um “processo comunitário e coletivo, que implica uma aliança entre agentes humanos e não humanos” (Silva, 2024, p. 165). Pela opção do recorte de pesquisa, estas questões, importantes porque dão subsídios para a compreensão da forma como os próprios agentes indígenas dão significados à moda, escapam ao escopo deste texto. Aqui procurarei refletir sobre os significados da emergência da modatividade no campo mais amplo da moda⁵.

A discussão é situada em um contexto específico de direitos, a partir da Constituição Federal brasileira de 1988 (CF/88), que reconhece a capacidade civil plena dos sujeitos indígenas (Art. 232), os seus costumes e tradições (Art. 231) e também valoriza as suas expressões culturais como parte do patrimônio cultural nacional (Art. 216). A análise deste ensaio, portanto, localiza a moda indígena em uma geografia jurídica nacional, pautada na intenção constitucional do reconhecimento da diversidade cultural.

Importante pensar o patrimônio cultural brasileiro de forma alargada, para além de

³ Ver: ISA - Instituto Socioambiental. Lista de produtos e marcas indígenas. In: ISA. Disponível em: https://pib.socioambiental.org/pt/Lista_de_produtos_e_marcas_ind-C3%ADgenas Acesso em: 15 dez. 2022.

⁴ Ver: INPI. Manual de Marcas. In: INPI. Disponível em: http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_0_que_%C3%A9_marca Acesso em: 10 fev. 2023.

⁵ Mais sobre os vestires plurais dos povos originários, recomenda-se a leitura de: DOBRAS. NÚMERO 40 | JANEIRO-ABRIL 2024 <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> | e-ISSN 2358-0003

um sentido de posse, de apropriação e criação de um bem próprio, no campo material e simbólico. Ao contrário, proponho pensar o patrimônio cultural informado pela CF/88, a partir do critério de reciprocidade apresentado por Alexandre Nodari (2018), no qual há uma relacionalidade dos seres, espaços e coisas.

Os argumentos aqui oferecidos não esgotam a compreensão da moda indígena brasileira. A própria classificação da moda como indígena é bastante restritiva, haja vista a diversidade de povos e culturas indígenas existentes no Brasil. No entanto, visam a apontar para a participação de estilistas indígenas na cultura da aparência, em um contexto de direitos e em um ambiente sociológico e político que possibilita este engajamento.

Busco, para tanto, em um primeiro momento, contextualizar a inserção da moda nos discursos de ampliação da democracia e observá-la como expressão de debates relevantes ao patrimônio cultural brasileiro. Apresento, então, um breve panorama acerca da genealogia da moda, situando-a em um contexto cultural e geográfico específico. Em seguida, analiso a moda no contexto nacional, para então perceber no que consiste a categoria “indígena” na análise deste território simbólico. Por fim, busco evidenciar como a moda indígena apresenta um agenciamento de resistência e um discurso crítico acerca da cultura da aparência, com potencial transformador de justiça cultural e socioambiental.

Moda como discurso democrático e expressão cultural relevante ao patrimônio cultural brasileiro

A moda pode ser pensada como uma forma de discurso pessoal ou coletivo acerca das maneiras de se vestir, de se apresentar e de se distinguir socialmente. Pensada no contexto de uma democracia, a moda está imersa em um campo social, garantido por direitos culturais. A moda indígena, vista a partir do Estado brasileiro, compõe-se de expressões individuais e coletivas que conformam diferentes culturas de povos formadores de nossa sociedade.

Os objetos de atenção dos direitos culturais são delimitados por normas constitucionais e de direitos humanos. Francisco Humberto Cunha Filho informa que os direitos culturais seriam aqueles “atinentes a três campos muito claros: o das artes, o da memória coletiva e o do fluxo dos saberes, fazeres e viveres” (Cunha Filho et al., 2018, p. 30). A partir desse conceito, o autor apresenta uma teoria geral sobre os direitos culturais, considerando-os como direitos humanos e fundamentais, com o fim último de garantir a dignidade humana.

A Constituição Federal brasileira de 1988 (CF/88) enfatizou a relevância dos direitos culturais, os quais estão presentes ao longo de todo o documento normativo⁶. De modo mais

⁶ José Afonso da Silva elenca alguns direitos culturais como “(a) Liberdade de expressão da atividade intelectual, artística e científica; (b) direito à criação cultural, compreendidas as criações artísticas, científicas e tecnológicas; (c) direito de acesso às fontes de cultura nacional; (d) direito de difusão das manifestações culturais; (e) direito de proteção às manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras e de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional; (f) direito-dever estatal de formação do patrimônio cultural brasileiro e de proteção dos bens de cultura – que, assim, ficam sujeitos a um regime jurídico especial, como forma de propriedade de interesse público” (Silva apud Ferreira; Mango, 2017, p. 83-84).

explícito, a CF/88 dedica seção específica para a matéria (Seção II do Capítulo III do Título VIII), permitindo considerar os direitos culturais como um ramo autônomo⁷.

A moda atrela-se, portanto, a direitos como a liberdade de expressão, à participação social e política, às manifestações coletivas e culturais e aos modos de ser e estar no mundo. É, portanto, parte de um aparato cultural conformativo de bens culturais materiais e imateriais, e, portanto, expressão relevante ao patrimônio cultural. Se o patrimônio cultural brasileiro abrange os bens dos diferentes grupos da sociedade brasileira, deve-se pensar a moda brasileira a partir dessa diversidade cultural e da inclusão social. A moda não é, portanto, apenas manifestação artística e cultural, mas também política.

O potencial da moda brasileira para uma economia criativa altamente internacionalizada como é o mercado da moda contemporânea é enorme. Glória Khalil chama a atenção acerca de como a moda brasileira “tem uma criatividade muito própria, muito variada que deve sua riqueza à nossa diversidade biológica e cultural” (Khalil, 2011, p. 3). Para a autora “é preciso pensar em novas soluções para gerar um diferencial de competitividade e agregar valor aos nossos produtos.” (Khalil, 2011, p. 3). Em que pese a afirmação de Khalil reproduzir uma ideia conciliatória da brasilidade, exaltando-a, sem considerar as violências históricas associadas à colonização e ao racismo estrutural, pode-se dizer que a moda indígena é parte da diversidade cultural brasileira.

Toda essa importância se relaciona com a tridimensionalidade dos direitos culturais, tese defendida pelo ex-Ministro da Cultura Gilberto Gil (2003-2008), que informa das dimensões cidadã, econômica e simbólica desta categoria normativa. Assim, a moda é percebida como expressão, discurso e participação (dimensão cidadã), como bem artesanal, industrial e objeto de trocas (dimensão econômica) e com valor cultural atinente aos modos de ser e estar no mundo (dimensão simbólica).

A genealogia da moda e a estratificação social

A moda é um fenômeno histórico moderno, associado a uma cultura de progresso e ao desenvolvimento da economia capitalista, em contraposição ao passado tradicional da sociedade estamental da Idade Média. Enquanto moderna, a moda apresenta uma hierarquização social, baseada em rivalidades de classes e lutas por prestígio social, em que há a valorização da liberdade, da novidade e da individualidade humana.

Ao estudar o fenômeno da moda, o filósofo francês Gilles Lipovetsky apresenta três momentos históricos da moda: I. o aristocrático; II. a moda de cem anos; e III. a moda aberta.

⁷ Para os fins deste artigo, vale a pena enfatizar a redação do Art. 216, da CF/88, que informa que “Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.” (BRASIL, 1988)

O primeiro momento, que aparece em meados do século XIV, apresenta um sistema em que “o gosto pelas novidades se torna um princípio constante e regular” (Lipovetsky, 2019, p. 31) e que se contrapõe à fixidez da sociedade tradicional pré-moderna, possibilitado pela exaltação da liberdade individual, quando os seres humanos “são reconhecidos como autores de seu próprio universo social” (Lipovetsky, 2019, p. 12).

Há, assim, uma subjetividade na moda típica da valorização individual iluminista, de um sujeito específico, europeu e de cultura ocidental. A sociedade moderna move-se pelo sentido de progresso, admitindo novidades, enquanto a lógica da tradição é imutável, buscando a permanência e reiteração dos costumes. Lipovetsky informa, assim, que “enquanto nas eras de costumes reinam o prestígio da antiguidade e a imitação dos ancestrais, nas eras da moda dominam o culto das novidades, assim como a imitação dos modelos presentes e estrangeiros —prefere-se ter semelhanças com os inovadores contemporâneos do que com os antepassados” (Lipovetsky, 2019, p. 35), prioriza-se a originalidade perante a uniformidade.

A moda representa não apenas uma expressão hierárquica e social, mas individual, um investimento e um “instrumento de alargamento do culto estético do Eu” (Lipovetsky, 2019, p. 43). No momento aristocrático, onde as cortes europeias rivalizam entre si, a moda é uma forma de distinção e afirmação social. A consciência e a vontade de individualização desenvolvem a concorrência, para a afirmação da diferença.

O segundo momento refere-se à consolidação do sentido moderno da moda, a partir do século XIX e que se estende até 1960. Nessa concepção, a moda apresenta-se de forma dupla, pela Alta Costura e pela confecção industrial, em uma sociedade dividida em classes. O epicentro da Alta Costura está em Paris, cujas casas da moda institucionalizam a produção e a difusão da cultura da aparência, apresentando ao mundo suas coleções e modelos do vestir, conforme as estações. Nesta lógica social, percebe-se a “centralização, internacionalização e, paralelamente, democratização da moda” (Lipovetsky, 2019, p. 85), na medida em que há a generalização do desejo da moda, antes possível apenas às camadas privilegiadas da sociedade.

A moda aberta, terceira fase categorizada por Lipovetsky, inicia-se em 1950-1960, com a revolução democrática do *prêt-à-porter*, diminuindo o prestígio da Alta Costura. Há uma separação do luxo e da moda, quando o “sistema heterogêneo do sob medida e em série foi substituído por uma produção industrial de essência homogênea” (Lipovetsky, 2019, p. 130). A mudança ocorre não apenas no modelo de produção em massa, mas também na qualidade dos materiais, nas técnicas de fabricação do vestuário e na manufatura por demanda. A cultura hedonista e consumista se exacerba.

Em lugar do “sistema monopolístico e aristocrático da Alta Costura, a moda chegou ao pluralismo democrático das grifes”, com a valorização das marcas ao invés das assinaturas dos grandes estilistas (Lipovetsky, 2019, p. 135). Neste sistema, o autor nos chama a atenção para a diminuição do capital cultural das classes dominantes na hierarquização das aparências. Nesta fase, os valores associados à moda buscam sobretudo uma imagem jovem, prática e narcísica. A moda se torna plural, por permitir novos focos criativos, a multiplicação e descoordenação dos critérios da moda, sem um estilo referente a um gosto universal. É, portanto, uma moda não consensual, mas aberta.

O estudo de Lipovetsky nos ajuda a compreender a moda como fenômeno cultural desenvolvido no contexto específico da sociedade moderna europeia, em que a exaltação do

individualismo ocorre também pelas formas de apresentação. A cultura da moda permite a diferenciação social e, portanto, a hierarquização dos indivíduos e etiquetagem dos corpos. Diante dessa moda aberta, onde se encontram a moda brasileira e o local da cultura dos sujeitos e coletividades indígenas?

Em busca de uma moda nacional brasileira

A moda brasileira reflete aspectos da formação histórica do país e suas contradições sociais. A colonização portuguesa, o regime imperial, a influência francesa, a industrialização e a posterior influência inglesa e norte-americana são perceptíveis na valorização da cultura da aparência dos brasileiros.

Ailton Krenak (2019, p.11) informa que “a ideia de que os brancos europeus podiam sair colonizando o resto do mundo estava sustentada na premissa de que havia uma humanidade esclarecida que precisava ir ao encontro da humanidade obscurecida, trazendo-a para essa luz incrível”. Neste raciocínio colonial, a estética indígena é tomada como alegoria do outro a partir de uma narrativa eurocêntrica.

Em que pese a hegemonia

dos efeitos coloniais e dos valores ocidentais, a moda que se desenvolveu ao longo da história brasileira mesclou influências de todos os grupos formadores de nossa sociedade. Nas palavras de Gilda Chataignier, “pode-se dizer que houve um casamento entre tradição, exotismo e sensualidade, fatores visíveis com mais frequência nos dias atuais” (Chataignier, 2011, p. 8). Mais forte e menos condescendente com as violências históricas às pessoas e culturas indígenas é a afirmação de Trudruá Dorrico de que “os teóricos que ignoram a presença indígena ignoram, ainda, que os povos indígenas são produtores coletivos e ancestrais das muitas referências que são usadas pela estética brasileira para legitimar a identidade nacional.” (Dorrico, 2022, p. 113).

Oliveira Santos (2020, p. 182) também reforça este argumento ao afirmar que “o contato entre as culturas provoca alterações em ambas”. A própria necessidade de atualização da moda na indústria europeia tem com as sociedades que foram colonizadas uma relação intrínseca, “seja pelo acesso à matéria-prima, seja pela influência destes locais sobre a moda europeia e vice-versa” (Oliveira Santos, 2020, p. 182).

Durante o período colonial e imperial brasileira, a influência da moda europeia contrastava com as vestes das populações originárias e diaspóricas. O acervo existente da moda originária e indígena é acessado a partir de retratos e relatos de artistas e viajantes que passaram pelo território brasileiro. Importante mencionar que as imagens produzidas acerca das vestimentas no Brasil colonial obedeciam a convenções estilísticas europeias, muitas vezes idealizadas e com elementos iconográficos repetidos entre obras. Isto significa que as fontes não podem ser tomadas como testemunhos diretos ou objetivos do vestuário na época.

Em que pese a necessidade de analisar criticamente as representações visuais dos relatos de viajantes, o estudo de Gilda Chataignier chama a atenção para aspectos importantes do estudo da moda nacional. Um desses aspectos, é evidência da violência impressa nos modos de vestir das populações negras:

As vestes coloridas e cheias de signos ficaram do outro lado do Atlântico. Os negros escravizados chegaram ao Brasil praticamente nus expostos a doenças e fomes através de maus-tratos dos traficantes que os empilhavam como animais em portões dos navios negreiros (Chataignier, 2011, p. 8)

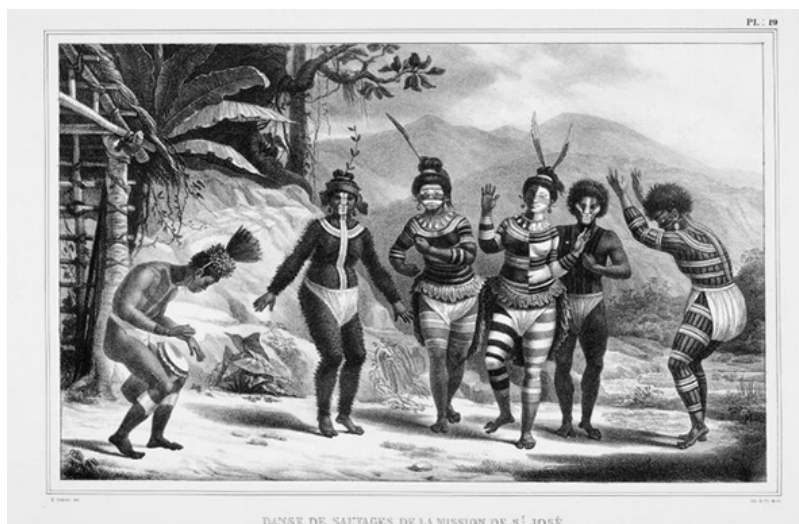
Apesar dessa influência, as novidades e os materiais demoravam a chegar do continente europeu. Diante da precariedade da colônia e da distância das terras brasileiras, havia mais um desejo pela imitação da moda europeia do que propriamente a possibilidade do cultivo da cultura da aparência, pela população brasileira.

Se já era difícil aos europeus e seus descendentes acompanharem o que ocorria na Europa, o que a população escravizada vestia “não seriam exatamente trajes, mas sim trapos” (Chataignier, 2011, p. 8). As peças utilizadas eram de baixo custo, predominantemente de algodão cru, com baixa qualidade e elaboradas de forma tosca. Elas cumpriam a função de esconder as partes íntimas, obedecendo às orientações da Igreja Católica. Enquanto as pessoas escravizadas trabalhavam com o dorso nu, os negros de ganho, alforriados que prestavam serviços nos meios urbanos, se apropriavam dos modelos ocidentais de vestimenta, com camisas e calças, cujo acesso era possibilitado a partir da remuneração recebida. O uso dessas vestimentas conferia certa dignidade e era símbolo de liberdade.

As mulheres negras vindas de África ou já nascidas no Brasil, “traziam as características dos dois continentes” (Chataignier, 2011, p. 8), expressando subjetividade e certo hibridismo cultural. Os trajes coloridos mantinham-se sobretudo nas terras dos quilombos, demonstrando aspecto da resistência contra-colonial, que informam não apenas das culturas originárias do continente africano, mas de suas religiões, impérios, tradições e artes.

Quanto às descrições acerca das indumentárias indígenas à época da colonização, Chataignier informa que os relatos históricos descrevem a nudez, os cabelos lisos e os adereços de flores, sementes e penachos, em uma espécie de “glamourização do mito selvagem tropical” (Chataignier, 2011, p. 9). A Igreja Católica impunha às pessoas indígenas esconder as partes íntimas.

FIGURA 1 – EXEMPLO DE GRAVURA DE RELATO HISTÓRICO



FONTE: “Dança de selvagens da missão de São José”, gravura publicada em *Voyage pittoresque et historique au Brésil [...]* (Volume 1). Paris: Firmin Didot Frères, 1834, de Jean Baptiste Debret.

Disponível em: 006245-1_IMAGEM_033.jpg (3794×2552)

A história da moda brasileira demonstra como a mentalidade colonial influenciou nos gostos e costumes das indumentárias e vestimentas, ainda que não fossem os mais confortáveis e adequados ao clima e à economia local. Como Favalle nos chama a atenção, “os hábitos trazidos nas bagagens reais não estavam preparados para enfrentar o calorão dos trópicos” (Favalle, 2011, p. 2).

Essa herança dos modos de pensar colonial, conforme Luigi Torre, perpetuou-se no Brasil independente, que

manteve os olhos sempre voltados para o velho mundo, refutando qualquer manifestação de moda de aspectos puramente tupiniquins, de modo que uma real cultura da moda brasileira demorou décadas para começar a ser construída (Torre, 2011, p. 1).

Para não dizer que a relação dos colonizadores com elementos das culturas indígenas foi de mera negação, vale observar os usos, em produtos manufaturados, de matérias primas encontradas no Brasil, como o pau-brasil, usado como fonte de pigmentação vermelha usada em diversas áreas, inclusive na moda. Isso, no entanto, não altera o quadro mais amplo de um olhar europeu etnocêntrico neste momento de constituição dos costumes da indumentária e da moda no Brasil.

Percebe-se, a partir dos argumentos evidenciados, que a noção de raça é “fundamental para se compreender também qualquer abordagem que se realize sobre o vestuário em seu sentido histórico” (Oliveira Santos, 2020, p. 182). O olhar do colonizador desvaloriza sistematicamente as formas de existir, não apenas em direção ao ataque fenótipo, mas às culturas alheias, categorizando-as como atrasadas, exóticas e étnicas. Essa conjuntura foi estruturante do lugar da moda na cultura do Brasil durante os períodos colonial e imperial.

Uma identidade nacional da moda brasileira foi almejada a partir do movimento modernista, na década de 1920, quando a preocupação sobre o que seria a representação da identidade e da cultura nacional também se refletiu nas escolhas das vestimentas. Tarsila do Amaral e Oswald de Andrade expressavam as contradições do modernismo, em verdadeiro espírito antropofágico. Enquanto ambos buscavam referências europeias, tentavam simultaneamente e a partir delas, trazer a identidade nacional.

Carolina Casarin (2022, p. 130) conta como o casal Tarsiwald se apropriou das tendências europeias — recorrendo, por exemplo, a trajes encomendados da *maison* do estilista francês Paul Émile Poiret — e, a elas, mesclou elementos nacionais, se apresentando de forma que, aos olhos europeus, aparecia como ‘exótica’. Tarsila, que recebia o codinome de caipirinha, e Oswald eram ambos de famílias tradicionais paulistas e se utilizavam de suas aparências, “quase como um produto a ser exportado, como o café” (Casarin, 2022, p. 187).

Na década de 1950 surgem os primeiros estilistas brasileiros. A alta-costura nacional tem Dener Pamplona de Abreu e depois Clodovil Hernandes como seus primeiros expoentes e questionadores da autenticidade da moda brasileira (Navalon, 2011, p.1). Esta autenticidade, no entanto, ainda que oferecesse produtos com materiais mais apropriados ao clima

local, visava oferecer mais um repertório de luxo às encomendas brasileiras do que enfatizar a sua potencialidade.

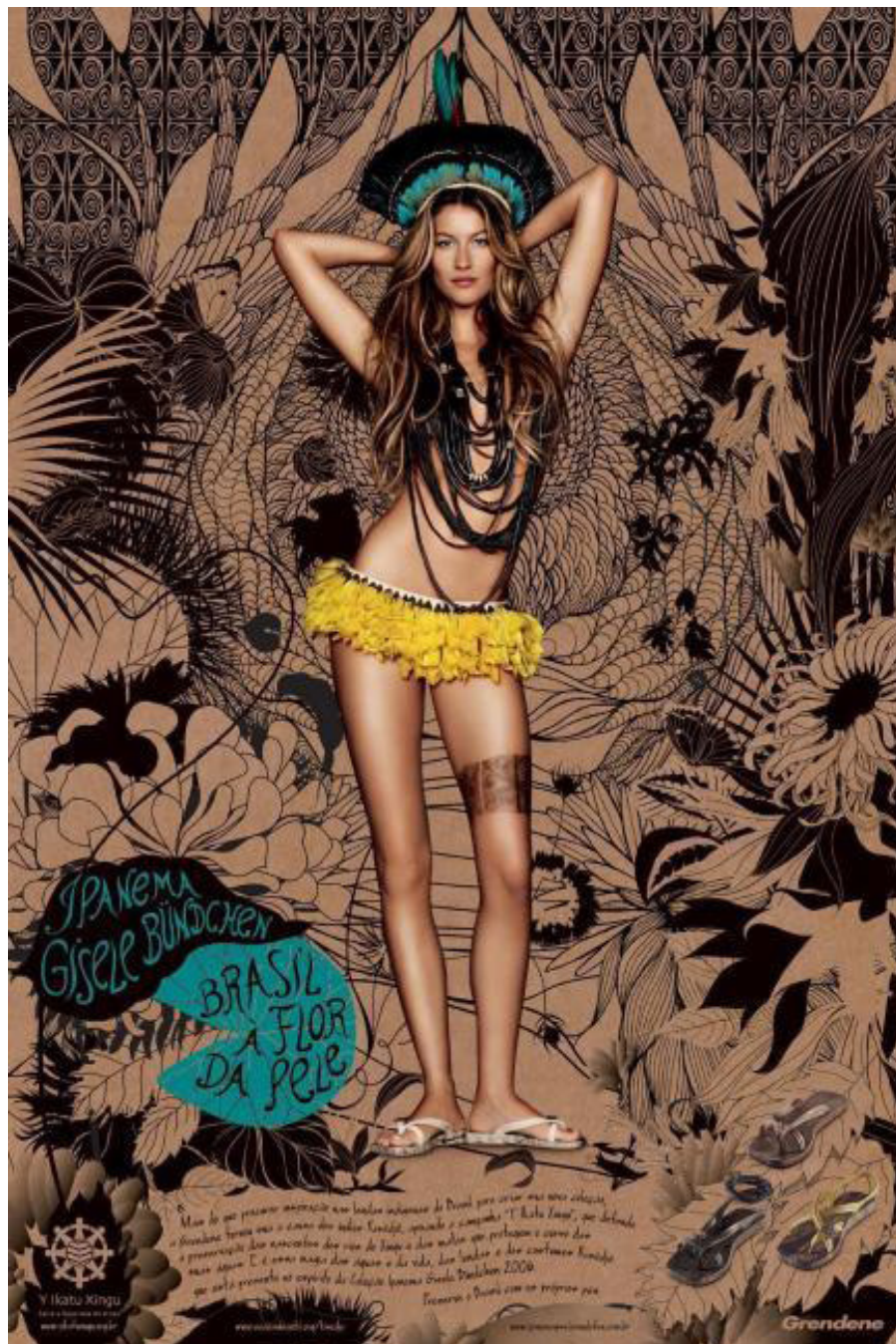
Importante perceber, nesta breve exposição, um desejo localizado de uma moda nacional. Para Eloize Navalon (2011, p. 3), “a questão da identidade nacional para a moda brasileira vai muito além de abordagens étnicas e folclóricas”. Como percebido, os apelos étnicos e folclóricos transitaram ora como um discurso romântico, ora como um exotismo, descredenciado do discurso hegemônico europeu de bom gosto. A exaltação da diversidade cultural brasileira na moda era parte de uma alegoria a ser apropriada discursivamente por um sentimento nacional, localizado nas margens das civilizações europeias ou da hierarquia das economias capitalistas.

No contexto contemporâneo, a valorização da diversidade cultural contrasta com a pretensão de um discurso único nacional sobre a moda. Neste ambiente pluralista, importa perceber o lugar de fala e a propriedade discursiva acerca das aparências. Há exemplos, inclusive com repercussões jurídicas, acerca da apropriação cultural⁸ indevida de referências de povos indígenas. Larissa Oliveira (2022), em sua dissertação, cita inúmeros casos que envolveram marcas de renome como Carolina Herrera, Zara, Nike e Farm, no Brasil. Há ainda a polêmica em relação ao uso indevido de padrões gráficos do povo Yawalapiti, no Xingu, pela marca de sandálias Havaianas, em 2014.

Por outro lado, as culturas indígenas também são valorizadas, no ambiente da moda, como exemplos de boas práticas. Empresas têm buscado a colaboração com comunidades indígenas de modo a melhorarem o seu capital simbólico e ao mesmo tempo contribuir para uma inclusão sócio-biocultural. A este respeito, cito o exemplo da parceria entre a Grendene, a modelo Gisele Bündchen, o Instituto Socioambiental e o povo Kisêdjê, residentes no Parque Nacional do Xingu. A marca de sandálias criou um modelo exclusivo e temático desenhado por indígenas, que resultou em benefícios para a comunidade e para as águas do parque, tendo a modelo Gisele Bündchen contribuído para a publicidade.

⁸ Conforme Rodney William, “apropriação cultural é um mecanismo de opressão por meio do qual um grupo dominante se apodera de uma cultura inferiorizada, esvaziando de significados suas produções, costumes, tradições e demais elementos” (William, 2019, p. 29).

IMAGEM 2 – EXEMPLAR DE FOTOGRAFIA DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA, COM A MODELO GISELE BUNDCHEN, REALIZADA PARA A EMPRESA DE SANDÁLIAS GRENDENE, EM PROL DAS ÁGUAS DO PARQUE NACIONAL DO XINGU



FONTE: IDEIA Sustentável. Dossiê Verde – Comunicação e Sustentabilidade. In: Ideia Sustentável. Janeiro de 2014. Disponível em: <https://ideiasustentavel.com.br/dossie-verde-comunicacao-e-sustentabilidade/>
Acesso em: 10 dez 2024.

A discussão da apropriação cultural ou da responsabilidade social das empresas, muitas vezes é ambígua, com possibilidades de discursos de utilização de métodos maliciosos de publicidades de boas práticas, mas com o principal objetivo de limpar a imagem de uma empresa (*greenwashing*⁹) ou de maximizar o seu lucro. Não importa neste artigo aprofundar essas questões, mas informar do agenciamento e protagonismo de sujeitos e comunidades indígenas a respeito de suas culturas, modas e empreendimentos.

Modas indígenas como território contra-colonial

Ao tratar da moda brasileira, é necessário adotar um enfoque cultural, pois a moda é uma expressão tangível e simbólica. A materialidade da moda é acompanhada de aspectos imateriais, quais sejam valores, crenças e costumes individuais e coletivos. Pensar a moda indígena brasileira é compreendê-la como expressão plural e diversa, trazida pelas culturas dos 305 povos originários do território nacional e daqueles que, mesmo extintos, deixaram suas impressões a partir da herança dos diálogos realizados.

Não se deve compreender a moda indígena de forma essencialista, mas a partir de seu dinamismo, como qualquer expressão cultural. É comum presenciar narrativas folclóricas acerca das pessoas indígenas, como seres do passado ou isolados de interações sociais. No entanto, os modos de ser e viver de povos indígenas são presentes, dinâmicos e, além disso, são plurais, não podendo ser reduzidos a essencialismos.

O censo demográfico realizado pelo IBGE, em 2022, informou que 1,7 milhão de pessoas brasileiras afirmavam-se indígenas (FUNAI, 2023). Deste contingente populacional, 63,27% vivem em áreas urbanas, enquanto 36,73% em áreas rurais. Em relação à distribuição geográfica, as pessoas indígenas estão presentes em todas as regiões do país: 44,48%, no Norte; 31,22% no Nordeste; 11,82% no Centro-Oeste; 7,28% no Sudeste e 5,20% no Sul (IBGE, 2023).

Na estrutura jurídica e política contemporânea, as expressões culturais dos povos indígenas, entre elas a moda, devem ser percebidas a partir do reconhecimento da pluralidade e diversidade cultural bem como da autonomia das pessoas indígenas, em diálogo com os múltiplos atores e contextos em que convivem. A moda criada por sujeitos indígenas ou cultivada por suas coletividades, vem se destacando como um campo autoral com discursos específicos. Este agenciamento, ainda que individual, apresenta a afirmação de uma identidade coletiva, pautada em culturas ancestrais.

Se é possível associar a gênese do campo da moda à Europa, os seus espaços hoje são ocupados por múltiplas referências. Muito embora possa-se compreender a presença da di-

⁹ Conforme Santos, o termo “greenwashing” pode ser traduzido como “lavagem verde”, “pintando de verde” ou até “maquiagem verde”. Consiste em uma prática de promover discursos, anúncios, propagandas e campanhas publicitárias com características ecologicamente/ambientalmente responsáveis, sustentáveis, verdes, “eco-friendly”, etc. Todavia, na prática, tais atitudes não ocorrem. Por esse motivo, o greenwashing tem a intenção de criar uma falsa aparência de sustentabilidade, induzindo o consumidor ao erro, uma vez que, ao comprar o produto ou serviço, ele acredita que está contribuindo para a causa ambiental e/ou animal.” (Santos, 2020).

versidade de agentes neste campo como uma forma de apropriação cultural, por outro lado a participação de sujeitos antes marginalizados deste ambiente social demonstra a abertura da moda para novas referências.

A moda indígena não diz respeito apenas à inclusão social de pessoas indígenas na produção econômica do mercado da aparência, mas a possibilidade de pensar a moda por ontologias alternativas. Como ensina Mauro Almeida:

há uma conexão entre o domínio da economia ontológica (produção) e a ontologia política (conhecimento) (...) a primeira trata de conflitos de produção e distribuição de entes, e a segunda trata do confronto político entre mundos possíveis—além do mundo das mercadorias e do Estado Nacional (Almeida, 2013, p.25).

Pode-se pensar que a afirmação da moda indígena decorre da conquista, ao menos formal, de sua cidadania e capacidade civil plena, assegurada pela Constituição Federal brasileira de 1988. Dorrico relata que:

“o advento constitucional permitiu aos sujeitos indígenas o direito à cidadania brasileira sem que para isso os sujeitos nativos precisassem negar sua identidade, podendo legalmente exercer quaisquer ofícios ou ter qualquer contato com a sociedade nacional. Dessa forma, podemos dizer que os povos indígenas foram os últimos povos a se tornarem brasileiros, brasileiros com cidadania brasileira e identidades indígenas concomitantemente. Isso naturalmente permitiu que os sujeitos indígenas pudessem ocupar as terras da literatura brasileira, ainda não semeadas por escritores originários que demandavam protagonismo para afirmar suas identidades de nações e denunciar as políticas de extermínio e o incentivo delas sobre seus corpos e territórios. O regime anterior não permitia essas simultaneidades”. (Dorrico, 2022, p. 114)

Ainda, a moda indígena pode ser pensada como discurso de afirmação cultural e resistência. Tendo a compreendê-la como uma forma de ativismo - daí o conceito de ‘modativismo’ - e agenciamento contra-colonial, que evidenciam a permanência da reivindicação e da luta pela existência e afirmação cultural dos povos indígenas.

Acerca desses conceitos, privilegio as análises de Carol Barreto (2024), em relação ao “modativismo”, e de Antônio Bispo dos Santos (2023), em relação à contra-colonialidade. Barreto expõe como a moda historicamente foi um campo de exclusão e subalternização, estabelecido por padrões colonizadores racistas da branquitude, e exalta formas plurais de perceber e valorizar a moda. Por sua vez, Bispo chama a atenção para as resistências possíveis demonstradas por tradições não ocidentais e que demonstram um potencial criativo capaz de oferecer alternativas às crises contemporâneas.

Conforme Barreto:

ainda temos uma imensa maioria de pessoas brancas representadas como modelo de beleza e intelecto, estabelecendo a branquitude como marca ideal da brasilidade. Este apagamento produz efeitos econômicos, sociais, políticos e culturais negativos (Barreto, 2024, p. 22).

A sua concepção modativista percebe a moda a partir de olhares plurais, sobretudo da moda negra e indígena brasileira. Essas perspectivas não implicam apenas no reconhecimento de seus sujeitos, mas na percepção da moda a partir de outras culturas, de seus modos de vestir, resistir, ser e estar no mundo, fazer e criar.

A construção coletiva de modas afro-brasileiras e indígenas, por exemplo, contrasta com a idealização individual da autoria de estilistas ocidentais. Nas culturas não-ocidentais, a moda e a arte não se colocam de forma utilitária ou esferas autônomas, mas são linguagens coletivas e compartilhadas.

As heranças compartilhadas com a coletividade também se destacam como valores agregados às modas coletivas afro-brasileiras e indígenas. Por meio da arte e da moda, é possível reelaborar o passado e produzir novas memórias. Essa reelaboração ou esse “revestir” seriam formas de resistir à violência do passado colonial (Barreto, 2024, p. 44).

No que diz respeito aos modos de fazer e criar, como visto, as violências históricas permitiram a realização de uma moda marginal, com a utilização, nas vestimentas, de materiais disponíveis de acordo com os seus ambientes possíveis de existência. Essas contingências, porém, tem como contraponto a própria criatividade, para a elaboração possível da aparência. Nesta configuração, por exemplo, percebe-se o uso dos grafismos corporais, artes plumárias, e formas mais artesanais na produção do vestir, que além da ornamentação da aparência possuem significados simbólicos como força e proteção.

Mirian Goldenberg, fazendo referência ao clássico ensaio “A noção de ‘técnicas corporais’”, publicado pelo antropólogo Marcel Mauss em 1935, informa que:

Há uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo, que pode variar de acordo com o contexto histórico e cultural, é adquirido pelos membros da sociedade por meio da ‘imitação prestigiosa’. Os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que têm prestígio em sua cultura (Goldenberg, 2011, p. 1).

A mimetização de padrões europeus pela sociedade brasileira acabou por marginalizar outros modos de vestir. Se analisarmos a moda, a partir da diversidade cultural, em um discurso contra-colonial, será possível observar uma representação múltipla de corpos e identidades, contribuindo para a inclusão social.

É neste sentido que Antônio Bispo dos Santos sugere a expressão contra-colonialismo: como uma forma de enfraquecer o colonialismo e potencializar esta representação múltipla de corpos e identidades. Em suas palavras, “já que o referencial de um extremo é o outro, tomamos o próprio colonialismo. Criamos um antídoto: estamos tirando o veneno do colonialismo para transformá-lo em antídoto contra ele próprio” (Santos, 2023, pp. 36-37).

Assim, percebo a moda indígena como um antídoto contra-colonizador da estrutura organizativa do campo da moda. Santos conta que, quando questionado por um pesquisador sobre se poderia contra-colonizar falando a língua do colonizador, ele respondeu:

Vamos pegar as palavras do inimigo que estão potentes e vamos enfraquecê-las. E vamos pegar as nossas palavras que estão enfraquecidas e vamos potencializá-las. Por exemplo, se o inimigo adora dizer desenvolvimento, nós vamos dizer que o desenvolvimento desconecta, que o desenvolvimento é uma variante da cosmofofia. Vamos dizer que a cosmofofia é um vírus pandêmico e botar para ferrar com a palavra desenvolvimento. Porque a palavra boa é envolvimento. (Santos, 2023, p. 3)

A moda pode ser vista como uma estrutura de linguagem. Nessa estrutura, a moda indígena apresenta um discurso singular, de diluição hierárquica, de desconstrução conceitual, de afirmação da existência, de potência, de envolvimento e de bem-viver. Vejamos alguns exemplos.

Sioduhi Studio é uma marca autoral indígena amazonense que se afirma como futurista e que busca contar histórias vivas com sensibilidade (Sioduhi, 2024). A moda e a marca fazem parte de um universo capitalista, em que a marca serve como um direito de propriedade intelectual. Vistas, porém, como instrumentos de linguagens, os seus usos por Sioduhi ultrapassam a dimensão econômica do lucro e buscam ser uma espécie de antídoto social contracolonial, como proposto por Antonio Bispo dos Santos.

Assim, Sioduhi informa em seu site que busca como compromisso “impactar o ecossistema da economia criativa na Amazônia” (Sioduhi, 2024), por meio da criação de peças “com histórias coletivas, de forma responsável, trazendo as tecnologias ancestrais originárias para o momento atual, com elegância, sensorialidade e afetividade” (Sioduhi, 2024). Ainda, a afirmação identitária da marca expressa “o orgulho da origem indígena e a resistência dos povos das florestas e cidades amazônicas”. Abraçando indígenas e não indígenas que vivem nesta casa comum” (Sioduhi, 2024).

Quando utilizados por pessoas indígenas ou afro-brasileiras, o termo “futurismo” denota um pensamento decolonial que visa a pensar modos de existência socialmente mais justos, a partir de linguagens artísticas críticas ou ficcionais. A afirmação da moda futurista de Sioduhi tem o sentido de propor um futuro alternativo à moda, pela inclusão social e justiça ambiental. Propõe, neste sentido, fortalecer e inovar tecnologias ancestrais e biomiméticas, como corante à base de mandioca; descentralizar a moda, para incluir a região amazônica e os povos indígenas nela residentes; promover a diversidade cultural e utilizar matérias-primas sustentáveis.

IMAGEM 3 – DETALHE FOTOGRÁFICO DA PÁGINA DA MARCA SIODUHI STUDIO NA INTERNET

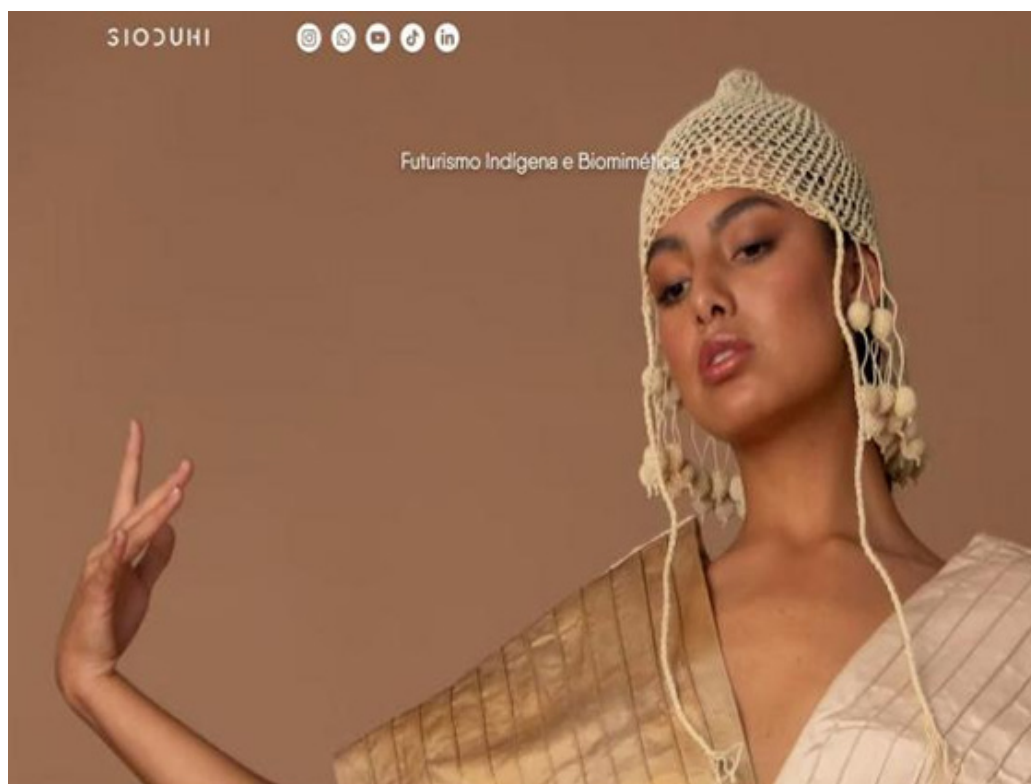


FONTE: <https://www.sioduhi.com/> Acesso em: 10 dez 2024.

Já a marca Nalimo foi criada por Day Molina, indígena de ascendência Fulni-ô e Aymara, que se afirma como ativista em prol dos povos originários (Sordi, 2022). Nalimo foi lançada, em 2017, e concebida de modo a oferecer visibilidade e representação aos povos indígenas, sobretudo às mulheres, que compõem a totalidade da liderança da marca, que também prioriza a empregabilidade de mulheres solteiras, negras e LGBTQI+ (FESTIVAL ACEITA, 2024).

A preocupação com o meio ambiente, com a ancestralidade e com a construção conjunta é também característica da marca. Day Molina, contudo, imprime uma concepção autoral e não estereotipada acerca da estética indígena, inovando a moda a partir de um discurso decolonial, com usos de materiais sustentáveis e confortáveis, como linho orgânico e fibras naturais (Sordi, 2022).

IMAGEM 4 – DETALHE FOTOGRÁFICO DA PÁGINA DE VENDAS DA MARCA NALIMO NO APLICATIVO INSTAGRAM



FONTE: @nalimo__ In: Instagram. Acesso em: 10 dez 2024.

Os discursos de Sioduhi e Nalimo trazem reflexões sobre a relacionalidade dos sujeitos envolvidos na produção, sobre as coisas e os seres envolvidos nos processos de construção das aparências. Podem ser vistos, dessa forma, também como exemplos de reciprocidade, em “um sentido recíproco, em que o sujeito e objeto, agente e paciente, quem toca e quem é tocado, são reversíveis” (Nodari, 2018).

Conclusão

A genealogia da moda mostrou-se excludente, com padrões culturais eurocêntricos e de classes. A moda contemporânea no Brasil, por sua vez, é mais aberta à plurivocalidade e, portanto, procura ampliar os agentes e os sujeitos do discurso. Em certo sentido, tenta ser mais democrática (o que deve ser visto como um projeto que, na prática, tem seus percalços).

O campo cultural da moda tem, cada vez mais, e a partir das questões aqui apresentadas de inclusão de perspectivas indígenas e negras, se tornado relevante para quaisquer debates sobre o patrimônio cultural brasileiro.

O desejo da construção de uma moda nacional brasileira acompanhou a história do país, muito influenciada por desejos e gostos pautados na cultura europeia e de países desenvolvidos. As culturas dos povos originários, bem como da população afro-diaspórica, foram marginalizadas perante as influências hegemônicas capitalistas ocidentais.

A moda de autoria indígena ganhou protagonismo com o reconhecimento constitucional recente da capacidade civil plena de seus atores e de suas expressões como parte do patrimônio cultural brasileiro. No contexto contemporâneo de valorização da diversidade e de reconhecimento de um estado de emergência ambiental, os sujeitos indígenas apresentam formas alternativas de compreender a moda, a partir de suas culturas plurais, e conscientes de suas tradições coletivas, maneiras sustentáveis de utilização de recursos naturais. Mais do que isso, neste ambiente de reconhecimento de direitos culturais, a presença indígena no campo da moda contribui para pensar novas perspectivas relacionais entre os seres, espaços e coisas, que sejam mais recíprocas.

Ailton Krenak afirma que o seu povo resistiu à colonização, por meio da expansão de sua subjetividade, não aceitando a ideia de que todos são iguais (Krenak, 2019, p. 31). Neste sentido, entendo que a presença de sujeitos indígenas no universo da moda deve ser vista como exemplo de resistência contra-colonial no contexto desse território simbólico.

Referências

ALMEIDA, Mauro W. B. Caipora e outros conflitos ontológicos. In: **Revista de Antropologia da UFSCar**, v.5, n.1, jan.-jun., 2013, pp. 7-28, 2013.

ANDRADE, Rita Moraes de; KARAJÁ, Tuinaki Koixaru; KARAJÁ, Waxiaki; CALAÇA, Indyanelle Marçal Garcia Di. Os vestires plurais dos povos originários: uma proposta intercultural e interdisciplinar. In: **DOBRAS**. Número 40. Janeiro-Abril 2024. In: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> e-ISSN 2358-0003

BARRETO, Carol. **Modativismo: quanto a moda encontra a luta**. São Paulo: Paralela, 2024.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: **Educação em Revista**, Belo Horizonte, n. 34, p. 7-66, dez. 2001.

BOURDIEU, P. A Gênese dos conceitos de *habitus* e campo. In: **O poder simbólico**. 10.ed. Lisboa: DIFEL, 2007. p. 59-74.

CASARIN, Carolina. **O guarda-roupa modernista: o casal Tarsila e Oswald na moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

CHATAIGNIER, Gilda. Algumas considerações sobre a história da moda no Brasil. In: **Textos do Brasil 18 Moda**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011. ISSN 2179-7730.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Teoria dos direitos culturais: Fundamentos e finalidades**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018.

DORRICO, Julie. A fortuna crítica (da exclusão): Makunaimê na literatura indígena contemporânea. In: **Revista do Centro de Pesquisa e Formação/Nº14**, julho 2022. Disponível em: A fortuna crítica (da exclusão): Makunaimê na literatura indígena contemporânea - Sesc São Paulo : Sesc São Paulo (sescsp.org.br) Acesso em: 20 jul 2023.

FAVALLE, Patrícia. À moda da casa. In: **Textos do Brasil 18 Moda**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011. ISSN 2179-7730.

FERREIRA, G. A.; MANGO, A. R. Cultura como direito fundamental: regras princípios culturais. In: **Revista Brasileira de Direitos e Garantias Fundamentais**. Brasília v. 3 n. 1 |p. 80 – 98: Jan/Jun. 2017. Disponível em: <https://typeset.io/pdf/cultura-como-direito-fundamental-regras-e-principios-2p2gx4hrdx.pdf> Acesso em: 10 dez 2024.

FESTIVAL ACEITA. Nalimo. In: **Casa dos Criadores**. Disponível em: <https://casadecriadores.com.br/aceita-nalimo/> Acesso em: 10 dez 2024.

GOLDENBERG, Miriam. O corpo como capital para compreender a cultura brasileira. In: **Textos do Brasil 18 Moda**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011. ISSN 2179-7730.

IBGE. Brasil tem 1,7 milhões de indígenas e mais da metade deles vive na Amazônia Legal. In: **IBGE**. 7 ago 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br> Acesso em: 9 dez 2024.

KHALIL, Glória. Panorama da indústria de moda brasileira. In: **Textos do Brasil 18 Moda**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011. ISSN 2179-7730.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MACEDO, Maria H. J. M. de. Marcas indígenas e alternativas sustentáveis para povos tradicionais. In: **Marcas e patentes: inovação e sociedade**. Coordenação de Marcos Wachowicz, Ângela Kretschmann – 1. ed – Curitiba: IODA, 2023.

MASSEY, Doreen. **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MIGNOLO, Walter D. **A ideia de América Latina: a herança do colonialismo e a busca por um novo diálogo intercultural**. Tradução de Maria Helena Kuhner. São Paulo: UNESP, 2005.

NAVALON, Eloize. As semanas da moda no Brasil. In: **Textos do Brasil 18 Moda**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011. ISSN 2179-7730.

NODARI, Alexandre. Recipropriedade. In: **PISEAGRAMA**, Belo Horizonte, n. 12, p. 26-35, ago. 2018.

OLIVEIRA, Larissa. **Da (in)existência de direito dos povos e comunidades tradicionais brasileiros ao exercício de titularidade patrimonial sobre as expressões culturais tradicionais exploradas no mercado da moda** – 2022. 138 f. Orientador: Prof. Dr. Rodolfo Mário Veiga Pamplona Filho. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Direito, Salvador, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/36257#:~:text=Assim%2C%20o%20objetivo%20deste%20estudo%20%C3%A9%20analisar%20se,sobre%20as%20ECT%20exploradas%20no%20mercado%20da%20moda>. Acesso em: 5 dez 2024.

OLIVEIRA SANTOS, Heloísa Helena de. Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. In: **ModaPalavra**. Florianópolis. V. 13, N. 28, p. 164-190, abri./jun. 2020.

SANTOS, Ana Paula. Greenwashing: o que significa esse termo? In: **POLITIZE**. 19 nov. 2020. Disponível em: <https://www.politize.com.br/greenwashing-o-que-e/> Acesso em: 11 dez 2024.

SANTOS, Antônio Bispo dos. **A terra dá, a terra quer**. São Paulo: Ubu Editora/PISEAGRAMA, 2023.

SILVA, Glicéria de Jesus da. O Voo do Manto e o Pouso do Manto: Uma Jornada pela Memória Tupinambá em um relato sobre a exposição Manto em Movimento. In: **DOBRAS**. Número 40. Janeiro-Abril 2024. In: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> e-ISSN 2358-0003

SIODUHI. Sobre a Sioduhi. In: **SIODUHI**. Disponível em: <https://www.sioduhi.com/sioduhi> Acesso em: 10 dez 2024.

SORDI, Chantal. Nalimo produz moda com identidade indígena e propósito. In: **ELLE**. 28 abr. 2022. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/nalimo> Acesso em: 10 dez 2024.

TESSARI, Valéria Faria dos Santos; BONADIO, Maria Claudia. Vestir é mais que moda. In: **DOBRAS**. Número 40. Janeiro-Abril 2024. In: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> e-ISSN 2358-0003

TORRE, Luigi. O novo sempre vem. In: **Textos do Brasil 18 Moda**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2011. ISSN 2179-7730.

WALSH, Catherine. **Pedagogias decoloniales: Prácticas insurgentes de resistir,**

(re)existir y (re)vivir. Tomo II. Serie Pensamiento decolonial. Catherine Walsh, editora. Quito-Ecuador: Ediciones Abya-Yala, febrero, 2017.

WILLIAM, Rodney. **Apropriação cultural**. São Paulo: Jandaíra, 2020.

Revisora do texto: Marcia Rita de Moura.
Email: marcia.moura2@gmail.com