

Universidade Federal de Pernambuco
Programa de Pós-Graduação em Design

VESTIR COMO CULTURA:

Moda e decolonialidade na marca Nalimo

Dissertação de Mestrado por:

SUENE MARTINS BANDEIRA

Recife, 2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

SUENE MARTINS BANDEIRA

VESTIR COMO CULTURA: moda e decolonialidade na marca Nalimo

Recife
2022

SUENE MARTINS BANDEIRA

VESTIR COMO CULTURA: moda e decolonialidade na marca Nalimo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Design. Área de concentração: Planejamento e Contextualização dos Artefatos.

Orientadora: Profa. Dra. Virgínia Pereira Cavalcanti.

Recife

2022

B214v Bandeira, Suene Martins
Vestir como cultura: moda e decolonialidade na marca Nalimo / Suene Martins Bandeira, 2022.
171f.: il., fig.

Sob orientação de Virginia Pereira Cavalcanti.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2022.

Inclui referências, apêndices e anexo.

1. Planejamento e Contextualização de Artefatos. 2. Moda brasileira. 3. Decolonialidade. 4. Povos indígenas. 5. Nalimo. I. Cavalcanti, Virginia Pereira (Orientação). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2022-166)

SUENE MARTINS BANDEIRA

**“VESTIR COMO CULTURA: moda e decolonialidade na marca
Nalimo”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Design. Área de concentração: Planejamento e Contextualização dos Artefatos.

Aprovada em: 22/07/2022.

BANCA EXAMINADORA

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Virginia Pereira Cavalcanti (Orientadora)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Kátia Medeiros de Araújo (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Déborah Chagas Christo (Examinadora Externa)
Universidade Federal do Rio de Janeiro

AGRADECIMENTOS

O percurso da escrita é momento solitário de encontro consigo mesmo e desenvolvimento dialético em forma de palavras. Esse caminho é constituído de forma prática, materializado nesta dissertação e de forma intangível, através das relações entre pessoas e afetos, pois nós somos resultados das relações vivenciadas no mundo.

Agradeço aos meus pais pelo apoio incondicional, Hilda e Petrone, por me ensinarem o poder do estudo e da educação não só para o desenvolvimento profissional, como na formação como ser humano que reflete criticamente sobre a realidade e busca contribuir de forma positiva para a sociedade e meio ambiente.

Em especial, quero agradecer minha querida mãe Hilda, por ser melhor amiga, por ser calma e porto seguro. Agradeço o incentivo aos estudos e à escrita criativa, quando eu ainda nem percebia meu interesse pela área, agradeço por iluminar essa trajetória e por me instigar a ser melhor a cada dia, você é minha inspiração e professora da vida.

Aos meus irmãos: Suellen e Petrone Júnior, agradeço a escuta ativa, a companhia, as risadas e o incentivo diário. Obrigada por cuidarem dos nossos pets amados: Fini, Zero e Flor quando tive que me ausentar.

À minha prima Crystiane Soares e família, pelo cuidado, carinho e suporte em Brasília, quando iniciava meu interesse pela docência e mestrado em design.

À professora Dra. Virgínia Cavalcanti, pela orientação desta pesquisa de forma leve, sábia e objetiva. Pelo aprendizado nas aulas, estágio docência, orientações e também de forma indireta, ao observar sua relação amigável com os alunos, como luz que ilumina a trajetória de pesquisa. Agradeço as contribuições das professoras das bancas examinadoras Kátia Araújo, Débora Christo e Ana Videla.

À Larissa Neiva, amiga-irmã, conexão de outras vidas, obrigada por tudo.

Aos meus professores da graduação de Design de Moda e Estilismo, da UFPI, pelos ensinamentos e semente plantada em busca do desenvolvimento acadêmico.

Ao programa de bolsa da CAPES, que contribuiu para o desenvolvimento desta pesquisa. À minha família e amigos que acompanharam esta caminhada do mestrado, agradeço o incentivo e por entenderem minha ausência diante da demanda da produção científica.

Agradeço a Deus pela força, coragem e vontade de viver e ser vida onde passo.

RESUMO

O movimento decolonial latino-americano está relacionado com o legado do Brasil colonizado, pauta secular e emergente de reflexão crítica, diante da necessária valorização da cultura dos povos originários, cada vez mais invisibilizados pela sociedade e política brasileira. Nesse sentido, a relação entre a decolonialidade e a moda constitui possibilidade e realidade pluriversal, em que a cultura indígena resista e seja existência. A moda *slow fashion* entendida como a tecitura de diferentes caminhos e linhas de pensamentos, conectados com o tempo-espço e a valorização da potência criativa indígena. O contexto social e político dos povos indígenas no Brasil tem se caracterizado pela existência de projetos de lei que visam excluir direitos constitucionais, como o Projeto de Lei 490/2007 que pretende mudar os critérios de demarcações de terras indígenas, passando a exigir comprovação de posse considerada abusiva, além de permitir a exploração de terras indígenas por garimpeiros, dentre outras disposições. Destarte, é essencial mudar de via, questionar a realidade vigente em busca da valorização dos povos originários e seus direitos. Assim, esta pesquisa tem como objetivo analisar a marca de moda “Nalimo” (2020-2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros. A pesquisa está fundamentada nas discussões de Escobar (2016), Dussel (2000), Vieira Pinto (1979), Gonzaga (2021), entre outros. Por meio do método de abordagem dialético, compreende-se o objeto deste estudo em sua estrutura e dinâmica de existência, considerando sua historicidade e materialidade na prática do real. Dessa forma, o método de procedimento utilizado é o estudo de caso da marca “Nalimo”, com a técnica de documentação direta intensiva, por meio de entrevistas não estruturadas para coletar dados, que foram analisados pelo método de Bardin (2004) a partir de eixos temáticos identificados por meio dos dados produzidos. Os resultados apontam para um caminho objetivo e subjetivo trilhado pela atuação colaborativa que constitui moda criativa baseada nas cosmovisões ancestrais. Portanto, a moda como discurso político e social possibilita que as potencialidades indígenas sejam materializadas nas peças da Nalimo, como sementes de realidades decoloniais na moda brasileira.

Palavras-chave: moda brasileira; decolonialidade; povos indígenas; Nalimo.

ABSTRACT

The Latin American decolonial movement is related to the legacy of colonized Brazil, a secular and emerging agenda of critical reflection, given the necessary appreciation of the culture of native peoples, increasingly invisible by Brazilian society and politics. In this sense, the relationship between decoloniality and fashion constitutes a pluriversal possibility and reality, in which indigenous culture resists and becomes existence. Slow fashion is understood as the weaving of different paths and lines of thought, connected with space-time and the appreciation of indigenous creative power. The social and political context of indigenous people in Brazil has been characterized by the existence of bills that aim to exclude constitutional rights, such as Bill 490/2007, which intends to change the criteria for demarcating indigenous lands, starting to require proof of ownership. Considered abusive, in addition to allowing the exploitation of indigenous lands by miners, among other provisions. Thus, it is essential to change paths, to question the current reality in search of the valorization of native peoples and their rights. Thus, this research aims to analyze the fashion brand “Nalimo” (2020-2021) as a representative of the relationship between fashion and the decolonial movement in Brazil, especially the culture of Brazilian native people. The research is based on discussions by Escobar (2016), Dussel (2000), Vieira Pinto (1979), Gonzaga (2021), among others. Through the method of dialectical approach, the object of this study is understood in its structure and dynamics of existence, considering its historicity and materiality in the practice of reality. Thus, the procedure method used is the case study of the “Nalimo” brand, with the technique of intensive direct documentation, through unstructured interviews to collect data, which were analyzed by the method of Bardin (2004) from thematic axes identified through the data produced. The results point to an objective and subjective path taken by collaborative action that constitutes creative fashion based on ancestral cosmovisions. Therefore, fashion as a political and social discourse makes it possible for indigenous potential to be materialized in Nalimo's pieces, as seeds of decolonial realities in Brazilian fashion.

Keywords: Brazilian fashion; decoloniality; indian people; Nalimo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Síntese da tríade teórica da pesquisa	21
Figura 2 –	Coleção “Terra de Gigantes”. Estilista Ronaldo Fraga e a modelo Suyane Moreira	59
Figura 3 –	Coleção “Terra de Gigantes”. Vestido crochê	59
Figura 4 –	Coleção “Terra de Gigantes”. Bordado Cariri.....	60
Figura 5 –	<i>Chemesy</i> cores da Bahia.....	61
Figura 6 –	Macacão acredite no seu Axé.....	61
Figura 7 –	Desfile “Panterona” de Isaac Silva no SPFW/2022.....	62
Figura 8 –	Chapéu “Bucket” dupla face em patchwork de tecido africano / collab Meninos Rei + Ziê	63
Figura 9 –	Conjunto em-alfaiataria Obi	63
Figura 10 –	Macacão curto Gueto de tecido africano	64
Figura 11 –	Dayana Molina	86
Figura 12 –	Coleção denominada “Weá Terra Fértil” para o canal da <i>National Geographic</i>	94
Figura 13 –	Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 01.....	95
Figura 14 –	Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 02.....	95
Figura 15 –	Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 03.....	96
Figura 16 –	Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 04.....	96
Figura 17 –	Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 05.....	97
Figura 18 –	Kimono Nalimo	98
Figura 19 –	Estampa Pirarucu	98
Figura 20 –	Loja <i>on-line</i> Nalimo.....	99
Figura 21 –	Bolsa-rede	99
Figura 22 –	Vestido Trenzadas	100
Figura 23 –	Avó de Dayana Molina, inspiração para estampa do vestido Trenzadas	101
Figura 24 –	Estampa do vestido Trenzadas da Nalimo	102
Figura 25 –	Avó Naná e Dayana Molina	102
Figura 26 –	Nalimo: Coleção Corpo Território	103
Figura 27 –	Mundo que caiba muitos mundos	104

Figura 28 –	Minimalismo	104
Figura 29 –	Coleção Nuestros Abuelos	105
Figura 30 –	Kimono bordado	105
Figura 31 –	Manualidades afetivas	106
Figura 32 –	Estampa com dizeres indígenas escritos manualmente na peça	106
Figura 33 –	Coleção Nalimo 2022-Memória	107
Figura 34 –	Equipe Nalimo 2022	108
Figura 35 –	Modelos Nalimo.....	108
Figura 36 –	Passarela Nalimo	109
Figura 37 –	Pare o genocídio indígena.....	109
Figura 38 –	SOS Yanomami.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Objetivos e procedimentos utilizados.....	71
Quadro 2 –	Protocolo de pesquisa voltado para a análise da marca Nalimo	78
Quadro 3 –	Delineamento de pesquisa	83

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA	12
1.1	PROBLEMÁTICA DA PESQUISA.....	16
1.2	OBJETO DE ESTUDO E OBJETIVOS.....	17
1.2.1	Objeto de estudo.....	17
1.2.2	Objetivos geral e específicos.....	18
1.3	METODOLOGIA GERAL	18
1.4	TRÍADE TEÓRICA DA PESQUISA.....	20
2	CONTEXTO DECOLONIAL NA AMÉRICA LATINA NA DÉCADA DE 1990 E SUAS INFLUÊNCIAS NA MODA BRASILEIRA	22
2.1	CONTEXTO DECOLONIAL NA AMÉRICA LATINA NA DÉCADA DE 1990	23
2.2	INFLUÊNCIAS DO MOVIMENTO DECOLONIAL NA MODA BRASILEIRA.....	35
3	MODA DECOLONIAL NO BRASIL	44
3.1	CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO E CULTURAL	45
3.2	DECOLONIALIDADE DA MODA BRASILEIRA.....	53
4	METODOLOGIA.....	67
4.1	MÉTODO DE ABORDAGEM DIALÉTICO.....	69
4.2	MOVIMENTOS DA PESQUISA	71
4.3	MÉTODO DE PROCEDIMENTO: ESTUDO DE CASO.....	76
4.4	ENTREVISTAS COM A ESTILISTA INDÍGENA DAYANA MOLINA.....	78
4.5	ANÁLISE DE CONTEÚDO	81
5	O CASO NALIMO: HISTÓRIA, VALORES E SUAS PROSPECÇÕES (REFLEXÕES E ANÁLISES DE DADOS)	85
5.1	TRAJETÓRIA DECOLONIAL E ANÁLISE DA NALIMO NA MODA BRASILEIRA.....	93
5.2	RELAÇÃO DO MOVIMENTO DECOLONIAL NA MARCA DE MODA NALIMO	111
6	DECOLONIZAR RECOMEÇOS: CAMINHOS FINAIS OU INICIAIS?	115
	REFERÊNCIAS	122
	APÊNDICE A – RESUMO PUBLICADO NO COLÓQUIO DE MODA	

2021 - A MODA DECOLONIAL COMO EXPRESSÃO CULTURAL.....	129
APÊNDICE B – ROTEIRO DA PRIMEIRA ENTREVISTA COM A DAYANA MOLINA	131
APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	133
APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DA PRIMEIRA ENTREVISTA COM A DAYANA MOLINA	136
APÊNDICE E – ROTEIRO DA SEGUNDA ENTREVISTA COM A DAYANA MOLINA	152
APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DA SEGUNDA ENTREVISTA COM A DAYANA MOLINA.....	153
ANEXO A – CERTIFICADOS E FOTO COM DAYANA MOLINA.....	170

1 INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVA

A moda é potente marcador social de narrativas histórico-culturais. É fenômeno efêmero que se movimenta por desejos e necessidades do mercado de consumo. Apesar do seu caráter capitalista, a moda é também sistema estruturante da cultura e identidade do ser humano, constrói e reconstrói memórias contadas por artefatos que simbolizam culturas (SVENDSEN, 2016).

Dessa forma, a moda é caracterizada por se materializar em indumentárias, ideologias, comportamentos e linguagens. A roupa se relaciona com o ser humano que a veste de forma contínua, em interação dialética que gera significados culturais. Portanto, moda é artefato cultural e instrumento constitutivo de transformações sociais, políticas e econômicas (CALANCA, 2011).

Moda e realidade se interpenetram e refletem espaço-tempo histórico e cultural das pessoas e seus contextos. No caso da moda brasileira, ela possui raízes nas influências ocidentais, contexto de seu surgimento, e essas influências, de forma geral, continuam perpetuando relações eurocentradas nos processos produtivos de marcas de moda, nas inspirações, tendências e comportamentos em sociedade (LIPOVETSKY, 2009).

Esses fatos desencadeiam reflexões sobre o colonialismo que permeia a cultura de sociedades latino-americanas e fortalecem o preconceito e racismo às culturas originárias. Trata-se da decolonialidade, é uma vertente teórica originada na América Latina nos anos 1990, questiona o eurocentrismo colonial que domina o desenvolvimento do ser humano, seja na cultura, política ou economia. E sua influência no Brasil, impacta diversos campos epistemológicos, como o da moda enquanto manifestação de cultura e identidade (ESCOBAR, 2003).

No Brasil, a decolonialidade se relaciona ao legado de estudos do Grupo Modernidade/Colonialidade (M/C), formado por renomados pesquisadores latino-americanos em 1990, como Escobar, Dussel e Mignolo, constituindo grupo de investigação e reflexão crítica por meio de ações contínuas, dissociadas de preceitos coloniais. A decolonialidade não pretende desfazer o passado, não se nega a história e as relações produzidas, o intuito é pensar e criar possibilidades de representatividade e valorização de culturas originárias, para que ocupem espaços e constituam diferentes mundos baseados na pluralidade. (GONZAGA, 2021)

Apesar do movimento decolonial não ter se iniciado no Brasil, é uma temática necessária, pois o país é marcado por práticas coloniais eurocentradas, assim como silenciamentos e preconceitos a culturas originárias. Nesse sentido, as reflexões geradas pelo Grupo M/C se tornam publicações científicas e pesquisas que promovem alternativas viáveis para o discurso e práticas decoloniais.

Assim, a moda decolonial se contrapõe à moda fluida e passageira e valoriza as potencialidades criativas indígenas. Características da marca de moda Nalimo, objeto desta pesquisa, cuja diretora criativa Dayana Molina é ativista indígena que cria moda *slow fashion*, participa de movimentos políticos para valorização dos direitos indígenas e trabalha colaborativamente com indígenas e quilombolas. Vale destacar que a estilista se insere no contexto contemporâneo capitalista, como jovem que nasceu no Rio de Janeiro e relaciona cultura e realidade de forma dialética, mantendo sua essência ancestral.

Em face ao exposto, essa temática é emergente no Brasil e as primeiras publicações sobre moda relacionada a decolonialidade datam de 2020. Identificadas ao pesquisar em repositórios de dissertações e teses de programas de pós-graduação e periódicos científicos (CAPES, 2022), citam-se as contribuições do seguinte trabalho: “Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos” (SANTOS, 2020), artigo publicado no periódico “ModaPalavra” teve o objetivo de questionar o conceito ocidental de moda e seus possíveis usos.

É necessário valorizar a cultura brasileira, seus modos de fazeres, saberes e potencialidades nos mais diversos campos de atuação, a fim de possibilitar reflexões que visem a valorização dos povos indígenas, que tem sido marginalizados sócio-historicamente. Cita-se como exemplo deste contexto o Projeto de Lei 490 de 2007 da Câmara dos Deputados, de autoria do Deputado Homero Pereira, que foi aprovado em junho de 2021 pela Comissão de Constituição e Justiça e está em vias de análise pelo Plenário desde 23 de novembro de 2021.

Esse projeto de lei muda os critérios de demarcações do território indígena, prevê que só serão consideradas terras indígenas aquelas que já estavam em posse desses povos na data da promulgação da Constituição Federal vigente, 5 de outubro de 1988. Então, passa a exigir uma comprovação de posse considerada abusiva e ainda permite a exploração de terras indígenas por garimpeiros, dentre outras determinações (BRASIL, 2007).

Assim, as disposições do PL 490/2007 são consideradas inconstitucionais e ameaçam a existência dos povos indígenas em suas terras e culturas. Esse projeto de lei exemplifica a realidade que se encontra os povos originários no Brasil, desvalorizados e em constante luta por direitos fundamentais. Destarte, a temática deste trabalho busca a representatividade dos povos indígenas por meio de reflexões que fomentem mudanças políticas e sociais, especificamente ao analisar a marca de moda Nalimo, como instrumento de valorização e transformação social desse cenário brasileiro por meio da moda.

Manifestações tem surgido no sentido de oposição a tal projeto. Cabe destacar, o movimento “Ato pela Terra”, ocorrido no dia 9 de março de 2022 em Brasília, idealizado pelo cantor e compositor Caetano Veloso e artistas de várias regiões do país. Nesse protesto, posicionaram-se contra projetos de lei que tramitam no Congresso Nacional, como o já citado PL 490, além de outros assuntos relacionados ao uso da terra para exploração econômica (PL 510, PL 191, PL 6299 e PL 2159), que impactam não só os direitos fundamentais da população indígena, mas o meio ambiente e todos os seres vivos (NOBERTO; MEDEIROS, 2022).

Vale ressaltar também o caso de desaparecimento de uma comunidade de povos Yanomami (25 integrantes), localizados no Estado de Roraima. Em maio de 2022, a comunidade denunciou a violência de garimpeiros ilegais contra as suas crianças, depois disso a comunidade desapareceu e sua moradia foi encontrada queimada. Esse fato repercutiu não só entre as lideranças indígenas, mas também nas redes sociais, a *tag* “Cadê os Yanomami” questionou o governo e sociedade por ações de investigação desse caso (MENDONÇA, 2022).

Entende-se que o território dos povos indígenas é considerado sagrado e cada comunidade possui relação de ancestralidade e espiritualidade com o local em que vivem. Portanto, os garimpeiros invadiram e violentaram não só um espaço físico, mas também a integridade dos povos Yanomami, ressaltando o necessário respeito às culturas originárias, mediante a diversidade de crenças, saberes e fazeres no território brasileiro.

Por fim, cita-se o episódio ocorrido em junho de 2022, o assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista britânico Dom Phillips. A dupla ficou desaparecida durante onze dias na região do Vale do Javari, no Amazonas. Esse local possui diversos povos indígenas isolados do convívio social, assim como garimpeiros ilegais, pesca exploratória e casos de crimes organizados (CARTA CAPITAL, 2022).

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

Diante da contextualização apresentada, percebe-se que no Brasil, o sistema colonial transformou-se em um sistema tão enraizado que acabou se tornando linguagem, comportamento, história e memória da cultura brasileira. O encontro com o objeto desta pesquisa, a relação entre moda e decolonialidade, é resultado de atravessamentos subjetivos durante o caminho de pesquisa.

Essa trajetória do estudo da cultura se fundamenta desde a graduação em Direito (2019), como garantia constitucional e inerente à pessoa humana. Se desenvolveu durante a graduação em Design de Moda e Estilismo na Universidade Federal do Piauí (UFPI, 2019), no Trabalho de Conclusão de Curso, no estágio, monitoria e projeto de extensão relacionados à museologia e indumentária. E esse estudo da cultura e identidade brasileira tem se fortalecido no mestrado, como na oportunidade de estágio docência na disciplina de Design e Cultura - UFPE, e nesta dissertação, analisando marca de moda decolonial, Nalimo, da estilista e ativista indígena Dayana Molina.

Essa travessia é um mergulho no processo subjetivo da escrita, que cria possibilidades decoloniais no âmbito da moda brasileira *slow fashion*, por meio de reflexão crítica contínua sobre a realidade. Através da pesquisa bibliográfica inicial e diálogo com autores como Vieira Pinto (1979), Dussel (2000), Hooks (2020) e Bardin (2004), dentre outros.

Assim, foi utilizado o método de abordagem dialético que contempla o objeto de estudo em constante movimento e contradições e o método de procedimento estudo de caso, através de entrevistas com a Dayana Molina, os dados foram analisados e discutidos conforme os eixos temáticos produzidos. Portanto, a Nalimo contribui para que culturas imateriais sejam cada vez mais acessíveis e que se democratize as informações sobre a cultura indígena, sobre manualidades, artesanias e seus significados. A moda decolonial da Nalimo é movimento político orgânico que empodera culturas, inspira revoluções, promove autonomia e fomenta a criatividade ancestral na sociedade brasileira.

1.1 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA

Ao contextualizar a temática, vale destacar que, de acordo com o Censo Demográfico do Brasil realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 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 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, em 2007 por exemplo, foram assassinados 92 índios no Brasil e em 2014, o número subiu para 138. Em 2022, os indígenas têm lutado contra a PL 490/2007 que foi citada anteriormente neste texto, para conseguir manter seu direito constitucional de acesso a terras (IBGE, 2021).

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 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 pandemia gerada pelo covid-19, em que muitas indústrias e lojas tiveram que 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 (ABIT, 2022).

Nesse contexto da moda, de acordo com Vidal (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 eurocentrados, efêmeros, pois se baseiam na rapidez das tendências, em que a branquitude geralmente exerce cargos de poder e tomada de decisões.

A moda brasileira reflete o comportamento da sociedade contemporânea global, baseada em referências das semanas de moda internacionais, birôs de estilo que pesquisam tendências globais de comportamento, cores ditadas por empresas americanas, assim como análise de redes sociais para tentar prever o consumo do público (SANTOS, 2020). Essas estratégias são criações europeias reproduzidas na moda brasileira. Então, questiona-se sobre a valorização da cultura local, da moda *slow fashion* e das referências brasileiras na moda. Onde estão os povos criativos indígenas na moda do Brasil?

1.2 OBJETO DE ESTUDO E OBJETIVOS

1.2.1 Objeto de estudo

O objeto de estudo é a marca de moda Nalimo. E o objeto de pesquisa é a relação entre moda e decolonialidade. Para que seja constituída esta relação, este estudo foi delimitado pelo recorte espacial, temporal e setorial. A delimitação espacial se concentra no Brasil, em que o movimento decolonial ainda é considerado recente e possui pesquisas insuficientes acerca da temática decolonial no âmbito da moda.

A historicidade brasileira é caracterizada pela invasão e colonização de seu território e de suas formas de vida, de maneira que os impactos dessa opressão ainda se perpetuam ao longo das estruturas da sociedade brasileira. Já o recorte temporal é situado entre os anos 2020-2021, no qual, foi analisada a trajetória da Nalimo e suas práticas decoloniais.

A Nalimo comunica a ancestralidade indígena de forma contemporânea e artística, além de trazer ao mercado de moda a representatividade da cultura originária como potente criadora de design. Com processo produtivo *slow fashion*, inspira-se no território da natureza e nas memórias afetivas para criar peças de moda com significado político.

Por fim, a pesquisa possui recorte setorial que se refere ao campo de atuação no qual o objeto será estudado e nesse caso o setor é o da moda brasileira. Dessa forma, a moda é instrumento de comunicação cultural e possibilita que narrativas plurais sejam contadas e recontadas por meio dela. De acordo com Miller (2013, p. 37): “[...] roupas não chegam a representar pessoas, mas a constituí-las”, o autor defende a relação da cultura material com a formação do ser humano, tanto de suas memórias, quanto de sua identidade e repertório. Logo, o contexto e os artefatos

de moda possuem relação dialética com a formação dos sujeitos, visto que a objetificação transcende coisas e pessoas.

1.2.2 Objetivo geral e específicos

Analisar a marca de moda brasileira “Nalimo” (2020-2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros. Para alcançar o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Mapear o movimento decolonial de 1990 na América Latina e suas influências na moda brasileira em 2020-2021;
- Identificar o contexto sócio-histórico e cultural da decolonialidade na moda brasileira;
- Caracterizar a marca de moda “Nalimo” como possibilidade de representação do povo indígena.

1.3 METODOLOGIA GERAL

Considerando o movimento de questionar a realidade para entender e refletir sobre interações circundantes, como no caso, a relação entre moda e decolonialidade, a metodologia desta pesquisa é baseada no método de abordagem dialético. Assim, essa escolha foi capaz de promover compreensões sobre o objeto de estudo em constante mutabilidade, que produz mediações, relações e traz à tona contradições da realidade.

A dialética possui como princípios a interconexão entre moda e decolonialidade e o princípio do movimento permanente desses fenômenos sociais (RICHARDSON, 2011). Assim, a pesquisa constitui processo metódico que envolve teoria, método, contradições da realidade e criatividade do pesquisador.

É esse nível de atuação metódica e universal, permitindo a comparação de processos e de resultados, que tornou a ciência a forma de conhecimento mais legitimada na sociedade moderna. [...] Ser pesquisador é também estar integrado no mundo: não existe conhecimento científico acima ou fora da realidade (MINAYO, 2014, p. 19).

Essa integração da pesquisa científica com a realidade foi delineada em conformidade com o método de procedimento escolhido, o estudo de caso, para contemplar a caracterização da marca de moda Nalimo no contexto brasileiro, analisando como são criadas possibilidades de representatividade cultural dos povos indígenas por meio da moda. Esse método permitiu aprofundamento da temática por meio da investigação empírica. De acordo com Gil (2009), a natureza holística do estudo de caso permite que se considere a investigação do caso como um todo, considerando a relação entre as partes que o compõe.

A escolha da marca de moda citada, resulta de pesquisas de mercado em relação ao propósito da empresa, essência, gestão, cadeia produtiva, impacto social e ambiental. Por meio da análise dos sites, *e-commerce* e redes sociais identificou-se que a Nalimo possui como estilista e diretora criativa a Dayana Molina, ativista indígena que produz moda minimalista com narrativa indígena.

O estudo de caso foi realizado por meio da técnica de observação direta intensiva, a entrevista não estruturada focalizada (MARCONI; LAKATOS, 1990), em que a entrevistada, Dayana Molina, teve liberdade para desenvolver os temas nas direções que fossem pertinentes a sua linha de pensamento e a pesquisadora tinha um roteiro de perguntas que era consultado para guiar a conversa e retornar ao foco da pesquisa, caso fosse necessário. Dessa forma, novos questionamentos eram realizados durante a conversa, de acordo com o desenvolvimento do diálogo.

Por meio de uma conversação guiada, pretende-se obter informações detalhadas que possam ser utilizadas em uma análise qualitativa. A entrevista não estruturada procura saber que, como e por que algo ocorre, em lugar de determinar a frequência de certas ocorrências, nas quais o pesquisador acredita (RICHARDSON, 2011, p. 208).

Dessa forma, os dados produzidos na fase inicial de pesquisa bibliográfica referente ao movimento decolonial na América Latina e moda decolonial no Brasil, assim como as transcrições das entrevistas com a estilista da marca Nalimo, Dayana Molina, foram analisadas conforme o método de Bardin (2004). A análise de conteúdo foi realizada em três etapas conforme o delineamento da pesquisa, a pré-análise, a exploração do material e a descrição e a interpretação dos dados obtidos. Para isso, foram utilizados dois eixos temáticos, primeiro sobre a história da Nalimo, valores,

gestão e projeções futuras e o segundo acerca da relação do movimento decolonial na marca de moda.

A análise e discussão dos resultados foi realizada de forma dialética, dialogando com os dados das entrevistas com Dayana Molina, teóricos estudados nesta pesquisa como Gonzaga (2021), Hooks (2020) e Vieira Pinto (1979), produzindo relações entre moda e decolonialidade fundamentados na pesquisa realizada, possibilitando reflexões críticas sobre a valorização e representatividade das culturas originárias por meio da moda brasileira.

1.4 TRÍADE TEÓRICA DA PESQUISA

Os principais campos do conhecimento desta pesquisa, assim como dos pressupostos teóricos que foram delimitados constituem a tríade: design, antropologia e história. O design abrange o campo da moda e seu contexto fundamentado em autores como Svendsen (2010) e Calanca (2011), dialogando com a marca de moda Nalimo sobre a história, essência, gestão, os valores e inspirações da marca da estilista Dayana Molina.

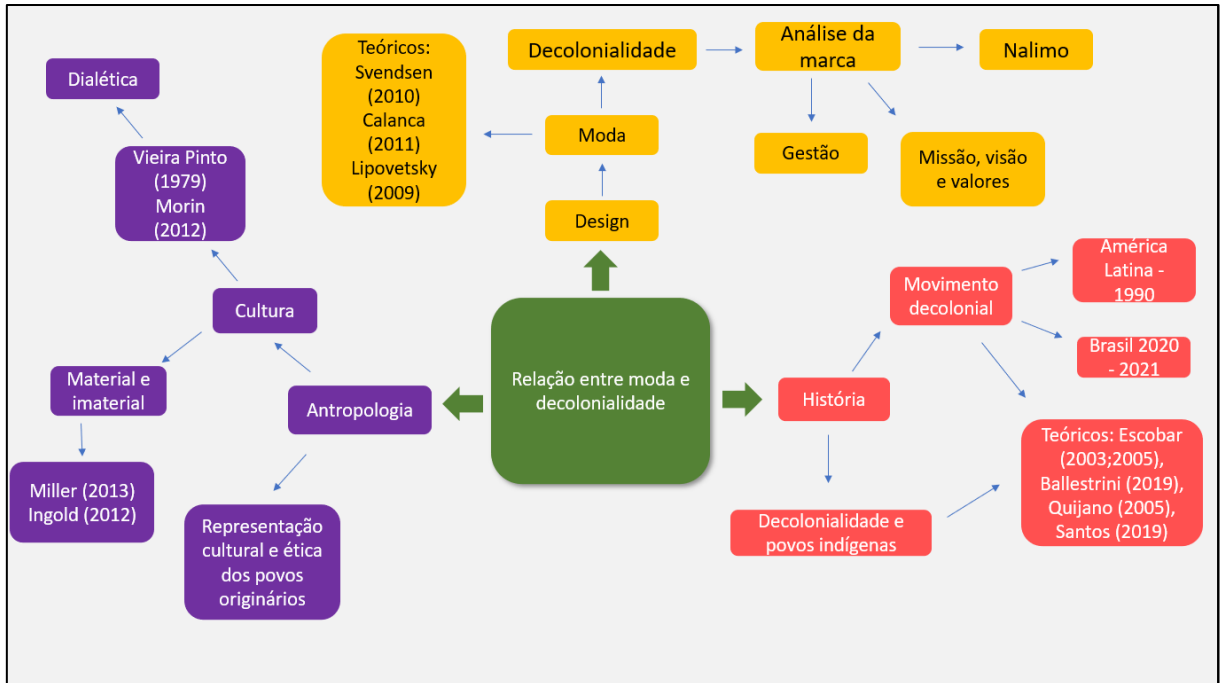
O “[...] design significa aproximadamente aquele lugar em que arte e técnica (e, conseqüentemente, pensamentos, valorativo científico) caminham juntas, com pesos equivalentes, tornando possível uma nova forma de cultura” (FLUSSER, 2017, p. 184). Assim, o autor relaciona o design com a antropologia, pois é constituinte de culturas e técnicas pluriversais.

A antropologia se relaciona a temática desta pesquisa pois corrobora com os autores Miller (2013), Ingold (2012), dentre outros. Esses antropólogos estudam a cultura material e imaterial e seus pontos de contato com a moda, auxiliando na análise sobre moda e decolonialidade para a representação do povo indígena.

O campo da história contribui para a compreensão do contexto originário da decolonialidade na América Latina nos anos 1990 e suas influências no Brasil, notadamente, considerando 2020 e 2021. Essa temática possui contribuições dos autores Escobar (2003), Quijano (2000), Ballestrini (2013), dentre outros.

A seguir, a Figura 1 sintetiza o referencial teórico desse projeto que emerge do objeto de pesquisa ao centro e se conecta com a tríade da pesquisa. As ramificações que partem de design, antropologia e história são as abordagens elucidadas nesta pesquisa:

Figura 1 – Síntese da tríade teórica da pesquisa



Fonte: Produção da pesquisadora, referente às dimensões da pesquisa.



2 CONTEXTO DECOLONIAL NA AMÉRICA LATINA NA DÉCADA DE 1990 E SUAS INFLUÊNCIAS NA MODA BRASILEIRA



Fonte: Arte criada pela autora. Representação do peixe Tambaqui, característico da região amazônica, com estampa em seu dorso, inspirada na essência da marca Nalimo.

2 CONTEXTO DECOLONIAL NA AMÉRICA LATINA NA DÉCADA DE 1990 E SUAS INFLUÊNCIAS NA MODA BRASILEIRA

2.1 CONTEXTO DECOLONIAL NA AMÉRICA LATINA NA DÉCADA DE 1990

A historicidade do conhecimento é um processo em constante devir. É através do pensamento crítico humano sobre a realidade que a história possibilita explicitar ações e movimentos sociais e culturais. Dessa forma, as narrativas da prática social são tão diversas quanto às identidades dialéticas dos sujeitos, mas que são de modo geral, silenciadas pelas ideologias discriminatórias, de resistência e dominação das estruturas de poder, saber e ser das sociedades.

Nessa perspectiva, no desenvolvimento da cultura ocidental, cunhou-se que a narrativa única da sociedade globalizada seria baseada no mundo capitalista, colonizador, líquido e moderno, como padrão a ser seguido e idealizado. Porém, essa visão de mundo caracterizada pelo consumo, racismo, desigualdades sociais e desequilíbrios ambientais têm gerado críticas e reflexões acerca de necessárias mudanças epistemológicas e possibilidades de criação de novos mundos que valorizem vozes e cosmovisões oprimidas (ESCOBAR, 2016).

De acordo com Freire (2007) a dimensão do conhecimento ético, estético e político deve estar presente na educação e na prática científica de forma conjunta. Nesse sentido, o design é a área do conhecimento inserida nessas dimensões, pois é a representação material e imaterial de criações que transcendem a estética, projetadas por técnicas que comunicam o imaginário social, cultural e histórico em que está inserido. O design aliado à moda pode vir a ser ferramenta política de expressão na sociedade, conforme narrativas de unidades na diversidade.

Esse contexto sócio-histórico do design e da moda caracteriza-se pela cultura ocidental e globalização cunhada no imaginário capitalista, colonizador, moderno e europeu como única perspectiva da sociedade latino-americana. Nessa realidade de silenciamento e preconceitos às culturas originárias da modernidade hegemônica, os estudos decoloniais emergem como resposta às sistemáticas opressões do discurso de mundo eurocentrado (ABDALA; SIQUEIRA, 2019).

Segundo Escobar (2014), esses estudos se orientam para apresentar alternativas viáveis para o discurso e práticas desse mundo e, para trazer à tona

múltiplos projetos e vozes de cosmovisões oprimidas e encobertas. Para isso, é necessário olhar para a moda enquanto produto cultural da sociedade e seus significados, redirecionando seus modos de criação e produção de conhecimento.

A moda ocidental é fenômeno efêmero, movimentado pelo sistema capitalista para satisfazer necessidades e desejos consumeristas. Ela reflete o espírito do tempo e apesar do seu viés de consumo, é também movimento sócio-histórico e cultural de linguagens, discursos, identidade e metamorfoses do ser humano. A moda é manifestação cultural, transcende a materialidade do vestir, é movimento dialético e comporta narrativas da diversidade de manifestações culturais.

[...] a história do vestuário não constitui uma espécie de inventário das diferentes formas que se seguiram nos séculos, mas é uma história que se delineia circularmente, na qual as perspectivas econômicas, social e antropológica, longe de estarem separadas em compartimentos estanques, estão profundamente interligadas (CALANCA, 2011, p.11).

A partir dessa reflexão, compreende-se que a roupa comunica discursos de seu contexto em sua materialidade, sendo ferramenta de transformação e inovação social. Então, o direcionamento do fazer e pensar moda na perspectiva social latino-americana corresponde aos preceitos do pensamento decolonial, em busca de referências pluriculturais, valorizando vozes indígenas como fontes originárias representativas de relevantes epistemologias e ontologias para a realidade latino-americana e brasileira (VIDAL, 2020).

Essas cosmovisões decoloniais em debate estão vinculadas às reflexões decorrentes dos estudos de 1990 na América Latina, liderada por teóricos como Escobar (2016), Dussel (2000) e Maldonado-Torres (2005) pertencentes ao Grupo Modernidade-Colonialidade (M/C). Esse grupo realizava diálogos, seminários e publicações em torno da investigação do modo eurocêntrico vigente, questionando criticamente essa dominância colonial do poder, saber e ser latino-americano (ESCOBAR, 2003).

As origens do Grupo M/C podem ser relacionadas ao desencadeamento de reflexões críticas culturais da década de 1970, defendidas pelo “Grupo de Estudos Subalternos” liderado pelo indiano Ranajit Guha. Esse grupo tinha como objetivo “analisar criticamente não só a historiografia colonial da Índia feita por ocidentais

européus, mas também a historiografia eurocêntrica nacionalista indiana” (GROSFOGUEL, 2008, p. 116).

As contribuições do grupo de intelectuais sul-asiáticos acerca de reflexões sobre globalização, cultura, etnia, gênero, classe e migração foram categorias fundamentais para analisar as lógicas coloniais modernas focadas em grupos subalternos e excluídos da sociedade. Dessa forma, inspiraram as discussões pós-coloniais em outros contextos, como dos latino-americanos em 1980 e 1990.

Em 1998, foi fundado o “Grupo Latino-Americano dos Estudos Subalternos” - GLAES, tendo como seus integrantes o argentino Walter Mignolo e o sociólogo peruano Aníbal Quijano, considerados figuras centrais no pensamento decolonial latino-americano atualmente (BALLESTRINI, 2013). Assim, o grupo foi criado diante de mudanças políticas na América Latina que geraram necessidade de questionamento da ordem vigente para buscar novas formas de pensar e agir diante do desmantelamento dos regimes autoritários, final do comunismo e processos de democratização, período repleto de mudanças que geram questionamentos sobre a própria identidade latino-americana.

Por sua vez, a mudança na redefinição das esferas política e cultural na América Latina durante os anos recentes levou a vários intelectuais da região a revisar epistemologias previamente estabelecidas nas ciências e humanidades. A tendência geral para uma democratização outorga prioridade a uma reconceituação do pluralismo e das condições de subalternidade no interior das sociedades plurais (Grupo Latino-americano de Estudos Subalternos, 1998, p. 70).

Então, mudou-se a lente em direção às vias políticas, ao questionar o imperialismo e silenciamento de culturas subalternizadas. O Grupo Latino-Americano dos Subalternos se caracterizou pela marcante publicação: “Colonialidad y modernidad racionalidad”¹ de 1992, do autor Quijano, publicado no periódico “Peru indígena”. Essa publicação trata da necessária e urgente crítica ao paradigma europeu, para uma nova comunicação intercultural, troca de experiências e libertação da dominação e exploração no campo do conhecimento.

¹ Disponível em: <https://www.lavaca.org/wp-content/uploads/2016/04/quijano.pdf>> Acesso em: 10 maio 2022.

O GLAES foi desagregado no final de 1998, devido a divergências teóricas e questionamentos sobre os objetivos do grupo, o termo “subalterno” se contrapõe às sociedades dominantes e determina indivíduo excluído da sociedade civil, como uma identidade. E essa nomenclatura, de acordo com Ballestrini (2013), é um termo que ressoa como carimbado e irreversível, como se as teorizações sobre ele, não o findassem.

Além disso, havia críticas internas acerca do uso de autores europeus e norte-americanos nas pesquisas desenvolvidas pelo grupo, sendo necessário valorizar teóricos latinos para desenvolver e potencializar o movimento. Tais instabilidades geraram o rompimento do grupo, pois faltava representatividade latina e necessidade de transcender da perspectiva ocidental para decolonizar a epistemologia. Vale destacar, que posteriormente, alguns membros do GLAES constituíram o Grupo Modernidade/Colonialidade que será abordado posteriormente.

Dessa forma, pode-se observar que tanto o Grupo dos Subalternos Asiático dos anos 1970 quanto o Grupo dos Subalternos Latino-americanos de 1992 foram identificando como gerar reflexão crítica decolonial, valorizando território, cultura e contexto inserido. E assim, criando redes que se conectam em pensamentos correspondentes para fortalecer a mudança de pensamento hegemônico.

Segundo Freire (2007, p. 36), “[...] a história é termo de possibilidades e não de determinações”, então a história demanda liberdade, lutar por ela é uma forma possível de se inserir na narrativa histórica. Os grupos de estudos discutidos nesta pesquisa (Grupo de Estudos Subalternos Indianos, Grupo Latino-americano de Estudos Subalternos e Grupo Modernidade/Colonialidade) geraram possibilidades de pensamentos e ações decoloniais ao analisarem a realidade que estavam inseridos e questionarem os padrões a que a sociedade está submetida. E assim, construir possibilidades de histórias e realidades múltiplas coexistentes.

No caso do Grupo Modernidade/Colonialidade (M/C), foi estruturado de acordo com as necessidades e lacunas de pesquisas identificadas nos grupos de estudo subalternos, o Grupo M/C é formado por 13 intelectuais, que se reúnem em seminários, diálogos e publicações desde o final de 1998. Uma das publicações mais relevantes do grupo é: “La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales” de Lander (2000), neste livro estão condensadas pautas discutidas nos dois primeiros anos de trabalho coletivo. Trata acerca da colonialidade do saber enraizada no legado eurocentrista, que impede de se compreender o mundo a partir dos diversos contextos

de realidades e mundidades. Além disso, disserta sobre a formação das ciências sociais, modernidade e construção de conhecimento científico.

Esse livro (LANDER, 2000) questiona a sociedade sobre as potencialidades que podem ser identificadas no conhecimento, na política e na cultura a partir da afirmação da alteridade do mundo periférico colonial, do indígena invisibilizado e do negro escravizado, por exemplo. Assim, ao dar voz à identidade de pessoas negadas pela modernidade, é possível transcender do imaginário ocidental, universal e hegemônico (DUSSEL, 2000).

De acordo com Dussel (2000), a Modernidade da Europa constitui narrativa única da história mundial, como paradigma de vida a ser seguido, de forma que todas as outras culturas são consideradas ultrapassadas ou inferiores. Nesse sentido, o mito da Modernidade (Dussel, 2000) como civilização desenvolvida e superior possui o intuito de desenvolver civilizações primitivas e para isso, tem a possibilidade de exercer uso da coerção caso seja necessário destruir obstáculos que dificultem a modernização do mundo.

Observa-se a falácia desenvolvimentista do processo de modernização hegemônica que constitui uma narrativa colonial excludente e até mesmo violenta para impor sua universalidade. Dussel (2000) afirma que o mito da modernidade se consolida com a chegada dos europeus à América e instauração da hierarquia epistêmica e ontológica em uma realidade homogeneizadora. Essa visão de mundo se ampliou globalmente imbricada em relações de poder e opressão sob o território latino-americano.

Dessa forma, é necessário observar a face negada e vitimizada desse contexto e dar-lhe voz, possibilidade de saber, ser e ter poder. Nesse sentido, Dussel (2000) desenvolveu a noção de transmodernidade, abordagem que critica o eurocentrismo e é caracterizada por direcionar mudanças no *status-quo*, pois menciona a necessidade de decolonização e pluralidade como projeto universal para libertação das epistemes coloniais de dominação.

Por tudo isso, se se pretende a superar o mito da “Modernidade”, será necessário negar a negação do mito da Modernidade. Para tanto, a outra-face negada e vitimada da “Modernidade” deve primeiramente descobrir-se “inocente”: É a “vítima inocente” do sacrifício ritual, que ao descobrir-se inocente julga a “Modernidade” como culpada da violência sacrificadora, conquistadora originária, constitutiva, essencial. Ao negar a inocência da “Modernidade” e ao afirmar a

Alteridade do “Outro”, negado antes como vítima culpada, permite “des-cobrir” pela primeira vez a “outra-face” oculta e essencial à “Modernidade”: o mundo periférico colonial, o índio sacrificado, o negro escravizado, a mulher oprimida, a criança e a cultura popular alienadas, etc. (as “vítimas” da “Modernidade”) como vítimas de um ato irracional (como contradição do ideal racional da própria “Modernidade”). Apenas quando se nega o mito civilizatório e da inocência da violência moderna se reconhece a injustiçada da práxis sacrificial fora da Europa (e mesmo na própria Europa) e, então, pode-se igualmente superar a limitação essencial da “razão emancipadora” (DUSSEL, 2000, p. 29, grifo do autor).

Ao reconhecer os dois paradigmas da Modernidade, a transmodernidade torna-se necessária para que haja o pensamento solidário e coletivo. E assim, haja a libertação do caráter emancipador racional europeu em direção a pensamentos e ações integradoras em vias políticas, sociais, históricas e culturais. Então, Dussel (2000) conceitua a modernidade ocidentalista e a concepção planetária de modernidade (transmoderna), esta concatena variedades de narrativas locais, latino-americanas, periféricas que foram essenciais para mudanças de pensamento e ações dentro do grupo modernidade/colonialidade.

É considerada que a modernidade nasceu efetivamente quando da sua mundialização empírica, em 1492, em que a Europa se firma como centro de uma história mundial *in natura*. Nessa relação de dominação centro-periferia, a modernidade se estrutura no capitalismo enquanto sistema-mundo. Dussel (2000) inclusive critica a clássica citação de Descartes (1994, p. 67) “penso, logo existo” e adapta para a sentença: “eu conquisto, logo existo” (GROSFOGUEL, 2008, p. 59) porque a modernidade europeia imperial seria em princípio um projeto de conquista do resto do mundo, vinculada ao egocentrismo do “eu” que intenciona a dominação.

Dessa forma, foram citados fatores relevantes e tangíveis para entender o movimento Modernidade/Colonialidade na América Latina, caracterizados pela realidade política e histórica de 1990, com a formação de estados centrais e impérios transoceânicos, capitalismo, colonização do imaginário, racionalização de corpos, culturas, territórios, histórias, conhecimentos, espiritualidades e colonialidade do sujeito moderno ocidental. Essas características fundamentadas ao longo desta pesquisa contribuíram para esse movimento epistemológico que critica a hegemonia e narrativa única da sociedade.

Portanto, a identidade do Grupo Modernidade/Colonialidade se constitui com base nas influências do pensamento crítico latino-americano do século XX. Para

Escobar, esse grupo é um programa de investigação que apesar de ter sido formado em 1998, suas teorias possuem base nos anos sessenta e setenta. O Grupo contribui para a constante renovação analítica e utópica do pensamento crítico latino-americano constituindo conceitos, pesquisas e ações que visam incluir culturas silenciadas. De acordo com Escobar (2003, p. 53), as influências dessa pesquisa incluem:

Teologia da Libertação desde os sessenta e setenta; os debates na filosofia e ciência social latino-americana sobre noções como filosofia da libertação e uma ciência social autônoma (por ex., Enrique Dussel, Rodolfo Kusch, Orlando Fals Borda, Pablo Gonzáles Casanova, Darcy Ribeiro); a teoria da dependência; os debates na América Latina sobre a modernidade e pós-modernidade dos oitenta, seguidos pelas discussões sobre hibridismo na antropologia, comunicação nos estudos culturais nos noventa; e, nos Estados Unidos, o grupo latino-americano de estudos subalternos. O grupo modernidade/colonialidade encontrou inspiração em um amplo número de fontes, desde as teorias críticas europeias e norte-americanas da modernidade até o grupo sul-asiático de estudos subalternos, a teoria feminista chicana, a teoria pós-colonial e a filosofia africana; assim mesmo, muitos de seus membros operaram em uma perspectiva modificada de sistema-mundo. Sua principal força orientadora, no entanto, é uma reflexão continuada sobre a realidade cultural e política latino-americana, incluindo o conhecimento subalternizado dos grupos explorados e oprimidos.

Escobar (2003), sintetiza o contexto de formação do “Giro decolonial”, termo cunhado originalmente por Nelson Maldonado-Torres (2005). Esse é um movimento que se caracteriza pela resistência política e epistemológica com base na crítica à lógica da modernidade/colonialidade, sua origem global decorre desde os primeiros questionamentos acerca das desigualdades relacionadas ao pensamento eurocentrado, no qual se firma legitimidade às histórias e pensamentos negados.

Así, la opción de-colonial [...] es opción frente a dos grandes esferas del conocer/entender: 1) la esfera de las ciencias (sociales, naturales y humanas), incluyendo tanto las variaciones y variedades de las últimas décadas (post-estructuralismo, post-modernismo, post-colonialismo) como las configuraciones académicas que crean y celebran nuevos objetos de estudio y 2) la esfera de las opciones políticas controladas, en el mundo/moderno colonial, por la hegemonía/dominación de los macrorelatos de la teología cristiana (católica y protestante), la ego-logía (el desplazamiento secular de la teo-logía a partir de René Descartes) conservadora y liberal, y la ego-logía socialista-marxista. La opción de-colonial presupone desprenderse de las reglas del juego cognitivo-interpretativo

(epistémico-hermenéutico), de los espejismos de la ciencia y del control del conocimiento (mediante categorías, instituciones, normas disciplinarias) que hace posible la presunción de objetos, eventos y realidades (MIGNOLO, 2008, p. 246-247).

Portanto, a decolonialidade é um termo considerado recente, mas significa uma estrutura de pensamento enraizada na cultura das sociedades. Assim, a transmodernidade de Dussel (2000) propiciou estratégias para o desenvolvimento do movimento decolonial, baseado na valorização da pluriversalidade de mundos, vozes e conhecimentos diversos.

Destaca-se a diferença entre o termo *decolonização* e *descolonização*. De acordo com Walsh (2014), o termo sem o “s” é para marcar uma distinção com o significado de *descolonizar* em seu sentido clássico, sendo utilizado nesta pesquisa o termo *decolonizar*. Pois, a intenção não é desfazer o colonial ou revertê-lo, e sim provocar um posicionamento contínuo de transgredir e insurgir, o decolonial implica movimento e não nega as contribuições coloniais.

Autores brasileiros como Vieira Pinto (1979) e Freire (2007) refletem sobre a formação de conhecimento científico brasileiro e sua relação com a sociedade e cultura. Diante do contexto político marcado pela colonialidade nas estruturas de poder, questionam essas estruturas racistas e europeias, rumo a libertação do pensamento brasileiro do legado opressor de culturas e saberes originários.

Destaca-se a contribuição do filósofo Vieira Pinto (1979) sobre a formação de conhecimento científico como possibilidade de desenvolvimento da sociedade e realidade em movimento. O referido autor defende a relevância da pesquisa científica como instrumento de libertação política, econômica e cultural dos atrasos causados pela servidão e apropriação da ciência. Em outras palavras, por meio da decolonialidade na pesquisa, a ciência torna-se instrumento de libertação do ser humano pensante, que ressignifica a realidade que está inserido.

[...] a apropriação da ciência, a possibilidade de fazê-la não apenas por si e para si, é condição vital para a superação da etapa da cultura reflexa, vegetativa, emprestada, imitativa e a entrada em nova fase histórica que se caracterizará exatamente pela capacidade, adquirida pelo homem, de tirar de si as ideias de que necessita para se compreender a si próprio tal como é para explorar o mundo que lhe pertence, em benefício fundamentalmente de si mesmo (VIEIRA PINTO, 1979, p. 4).

Nesse sentido, o contexto da cultura citada pelo autor se refere ao regime militar no Brasil (1964-1985), situação de omissão de vozes, negação de saberes e poderes de culturas silenciadas brasileiras. De acordo com Vieira Pinto (1979), a cultura está relacionada ao desenvolvimento do ser humano e é inerente à sua existência, é considerada como resultado do processo produtivo existencial do ser humano.

Destarte, à medida que o ser humano produz cultura, produz a si mesmo, pois, ele é criador das condições que o criam. Além disso, a cultura possui função de mediação nas relações do ser humano e da sua realidade, que constituem a sua existência, sendo então a mediação entre ações e ideias, que possibilitam a expansão do conhecimento (VIEIRA PINTO, 1979).

Outro autor brasileiro que valoriza a cultura e a dialética das relações existenciais é Freire (2007), notadamente ao realçar que os sujeitos da história são capazes de reinventar a narrativa numa direção ética, estética e política em movimento constante. Posto que a vida não é estática, é na prática social que o ser humano vai sendo constituído e vai construindo mundos. Logo, a consciência da realidade possibilita a aprendizagem, ou seja, a educação para a libertação “tem como imperativo ético (e político) a desocultação da verdade”. (FREIRE, 2007, p. 94).

As pesquisas de Freire (2007) e de Vieira Pinto (1979) emergem em repostas às sistemáticas do discurso mundo-universal no contexto brasileiro. Esses autores, ao assumirem uma posição dialética e crítica da história, denunciam ideologias discriminatórias, possibilitando desvelar cosmovisões oprimidas e opressoras.

Dessa forma, o pensamento decolonial é a transformação epistêmica, de compreensão e respeito a alteridade de outras culturas de forma pluriversal. Não restam dúvidas que se baseiam em princípios da colaboração, valorização do território local, diversidades de culturas e saberes, democratização da economia e tecnologia, soberania e autonomia, reciprocidade e comunalidade, conforme Lang (2016).

A concepção de pluriverso é fundamentada em Escobar (2016) ao assumir a existência de um mundo habitado por muitos mundos e vozes. Formado pela diversidade ontológica invisibilizada por meio de abordagens interdisciplinares e intepistêmicas, têm por base a diversidade de configurações de conhecimentos, saberes e territórios.

Escobar (2016), define alguns conceitos basilares para o entendimento do pluriverso e da ontologia política como premissas para configurações de conhecimento integrador e coletivo. Para isso, analisa o *diseño* (desenho ou design, porém, possui multiplicidade semântica mais abrangente na língua hispânica) como instrumento de construções de realidades específicas, pode significar não só desenho, mas projetos, instituições, relações pessoais e até mesmo a forma como se constrói o mundo.

O termo *diseño* é estabelecido como um agente que cria formas de ser, conformadoras do real. Dentre elas, contribui para constituir iniciativas acadêmicas, indígenas, ativistas e de outros movimentos fomentados pela perspectiva relacional. Esse é outro conceito criado por Escobar, define relacionalidade como a multiplicidade de maneiras em que o mundo é *diseñado* e as relações que coexistem entre essas mundidades. Nesse sentido, o *diseño* cria a relacionalidade, considerada outra forma de entender a realidade a partir da concepção de que surgimos de uma complexa rede de relações entre o humano e o contexto inserido.

Dentro da ideia de relacionalidade, o *diseño* ontológico é colocado na base das propostas para uma mudança ou transição à uma nova época, uma transição da hegemonia da ontologia moderna de um só mundo a um pluriverso de configurações sócio-naturais (ESCOBAR, 2016, p. 18).

Essa rede de relações cria laços de interdependência, ao se compreender que não apenas tudo se relaciona, mas para que algo exista, todo o resto deve existir. Essas concepções de Escobar (2016) constituem as bases para o pluriverso, com a valorização da comunalidade e território da diversidade de culturas e identidades. A proposição de um sistema comunal se baseia em um espaço autônomo para luta e tomada de decisões de forma livre e organizada, sem ignorar as formas de poder que habitam em toda comunidade.

A autonomia na comunalidade possibilita ampliação de horizontes e escuta ativa de diferentes vozes dentro de um território, assim como o uso da natureza para subsistência. Dessa forma, a relação com o local significa pensar a partir do conceito de territorialidade para uma reativação política de outras cosmovisões de mundos relacionais. Segundo Krucken (2009), por meio da conexão com o território, são

criados produtos locais e ecológicos, que manifestam culturalmente a comunidade que o gerou de forma física e cognitiva.

Dessa forma, os produtos locais reforçam a importância de considerar essa produção como parte de uma cadeia de valor, orientada a promover a melhoria da qualidade de vida da comunidade e território inserido. Trata-se de um ciclo de ações decoloniais para favorecer recursos e potencialidades locais, promover a integração e diversidade de saberes incorporando tecnologias e diálogos em rede.

Nesse caso, o design e a moda são potentes ferramentas de contribuição para o território, por meio da produção local de artefatos com função social que comuniquem para a sociedade a cultura e saberes de um povo invisibilizado e possa lhe gerar sustento. O design pluriversal para a comunidade promove relações e ações que valorizem conjuntamente o capital territorial e o capital social, em uma perspectiva duradoura e sustentável em longo prazo. De forma a conduzir ações em nível sistêmico e estabelecer redes favoráveis ao desenvolvimento local.

A construção de relações entre territórios e saberes locais ancestrais, ao ser materializada pela moda, respeita e preserva a lógica das comunidades e promove diálogo político com a realidade em movimento e suas contradições que lhe são inerentes. Segundo Konder (2008), todas as coisas estão em movimento, e é isso que lhes potencializa, interação e transformação do real. É o pensamento crítico e transformador, que por via dialética exige a mediação das contradições. Nesse contexto, a moda como ferramenta de manifestação da cultura, possui relação dialética com a formação do ser humano, ambas estão em constante transformação dinâmica.

Vale ressaltar que, de modo geral, todas as coisas e fenômenos estão relacionados, todavia, isso não garante a explicitação destes. A relação manifesta a essência das coisas e conecta a vida, a consciência, o conhecimento e a compreensão. De acordo com Cheptulin (2004), o conceito de relação abrange a conexão das formações materiais coexistindo, produzindo e provocando mudanças e interligações, posto que “[...] tudo o que existe encontra-se em relação, e essa relação é a verdade de toda existência” (CHEPTULIN, 2004, p.179).

A relação entre moda e decolonialidade tem como base a valorização do território local, potencialidades culturais e práticas sustentáveis na produção. De acordo com Krucken (2009), os produtos desenvolvidos com base nas manifestações culturais da sociedade que os criou constituem uma visão sistêmica do processo de

criação e de trocas de valor simbólico. Por meio do reconhecimento das qualidades referentes ao território, conhecimentos e recursos naturais incorporados à sua produção, é possível contar e preservar histórias culturais perpetuadas na materialidade em moda.

Considerando o pensamento decolonial aplicado à sociedade, o campo da moda como articuladora simbólica de ideias e desejos em materialidades, necessita de olhar crítico para seus processos, cadeia produtiva, consumo, pesquisadores e produtores de conhecimento. Nesse sentido, a moda pode ser instrumento de transformações sociais decoloniais ao se relacionar com sentidos de comunalidade, relatividade e valorização da cultura dos povos originários.

Destarte, a moda trata-se de fenômeno cultural espiralado, que reflete a identidade social vigente no espírito do tempo, de forma material e imaterial. De acordo com Stallybrass (2016, p. 28) roupa é um tipo de memória social, pois “[...] a roupa carrega, além do valor material em si, o corpo ausente, a memória, a genealogia”. Os artefatos materiais criados pelo design de moda, são carregados de significado simbólico que corporificam as relações sociais, assim como são instrumentos de comunicação e expressão que constituem a cultura.

Destaca-se a relevância da interpretação e análise dos artefatos de moda como documento de pesquisa, constituindo metodologia para o estudo das sociedades, assim como para manifestações da realidade vigente, gerando transformações no imaginário coletivo. Por conseguinte, moda enquanto comunicação cultural evidencia trajetórias passadas, presentes e propõe reflexões acerca da constituição de futuro representado pelas necessidades de determinado contexto em artefatos materiais.

Neste trabalho, a moda é entendida como a tecitura de diferentes caminhos e linhas de pensamentos, conectados com o tempo-espço e a valorização da potência criativa indígena. Nessa perspectiva, a decolonialidade é uma corrente de pensamento que tem gerado reflexões em várias categorias sociais, inclusive da moda, cenário que pode ser considerado excludente e ditador de normas e tendências, em que estilistas representantes de culturas originárias tem criado formas de fazer moda, fora das regras universais ocidentais. De acordo com Escobar (2016), a intenção da decolonialidade não é mudar o mundo, é possibilitar a construção de novos mundos, cosmovisão defendida por ativistas da moda decolonial.

De acordo com princípios da Nalimo (2022), marca considerada como eixo de análise deste estudo, se uma roupa é feita só de design e tecido, ela nem deveria existir. A estilista indígena Dayana Molina defende a moda com significado valorativo, emocional e cultural, em que a moda não é criada com intuito apenas de vender e gerar desejo, mas sim de comunicar histórias, saberes e vozes silenciadas por meio da arte manual que se pode vestir.

Na próxima subseção, serão mapeadas as influências do movimento decolonial na moda brasileira no recorte dos anos 2020 e 2021. Para isso, será explicitado o panorama da moda ocidental capitalista até as críticas à modernidade hegemônica dentro da moda brasileira.

2.2 INFLUÊNCIAS DO MOVIMENTO DECOLONIAL NA MODA BRASILEIRA

Conforme a história ocidental, foi a partir da expansão europeia do século XVI, que as sociedades e territórios colonizados foram concebidos e desenhados com base na lógica eurocentrada. Assim, a hegemonia branca, patriarcal e capitalista norteava as sociedades como forma de justificar mecanismos permanentes de extração de renda e controle social (LIPOVETSKY, 2009).

O contexto de surgimento da moda se insere nessa colonialidade do poder e do saber e fundamentam esses imaginários de repressão e desigualdades. Assim, é necessário repensar como se faz moda e o que ela comunica para a sociedade, pois ela é reflexo da realidade inserida e pode ser ferramenta de transformações sociais positivas que visem a representatividade e inclusão.

De acordo com Lipovetsky (2009), a moda é uma realidade sócio-histórica característica do Ocidente e da própria modernidade. O sistema da moda constituído pela modernidade europeia se constitui pelo efêmero e pela teatralidade estética, fundamentada na autonomia das consciências para sociedade capitalistas burguesas e relações de dominações.

A moda é formação essencialmente sócio-histórica, circunscrita a um tipo de sociedade. Não é invocando uma suposta universalidade da moda que se revelarão seus efeitos fascinantes e seu poder na vida social, mas delimitando estritamente sua extensão histórica (LIPOVETSKY, 2009, p. 24-25).

Essa visão da moda eurocêntrica da modernidade fortalece barreiras de desigualdades da colonialidade que refletem em posicionamentos nas sociedades contemporâneas. Porém, assim como afirma a citação, a moda não é universal, é heterogênea e pluriversal. Deve ser questionada a colonização da moda, que se baseia em padrões estrangeiros como legítimos de serem seguidos, para que outras vozes possam se manifestar por meio da moda.

O movimento decolonial da América Latina ocorrido na década de 1990, explicitado na subseção anterior, desencadeou a reflexão crítica principalmente para países colonizados pelos europeus, como no caso do Brasil. Apesar de não ter participado diretamente do grupo de intelectuais investigativos Modernidade/Colonialidade, os questionamentos acerca da necessária valorização das narrativas históricas, sociais e culturais brasileiras silenciadas pela dominação europeia, estão presentes no imaginário científico desde o desenvolvimento das ciências sociais no Brasil.

De acordo com Laville e Dionne (1999), a não autonomia do pensamento científico-racional se relaciona à ordem patrimonial e escravocrata dominante no Brasil, durante todo o século XIX. Entretanto, o pensamento social brasileiro já insinuava para crítica da realidade na área do direito, literatura e da política. Mas apenas com o fim do regime escravocrata e senhorial (início do século XX) e transição para regime de classes sociais, “a reflexão sobre a sociedade brasileira adquire uma autonomia que lhe permite o desenvolvimento de padrões científicos” (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 55):

A obra *Os sertões*, de Euclides da Cunha, ao apresentar uma descrição e uma interpretação do meio físico, dos tipos humanos e das condições de vida no Nordeste, torna-se um marco importante no pensamento das ciências humanas brasileiras. Em *Alberto Torres* aparecem as primeiras referências a um pensamento pragmático através de obras como *O problema nacional brasileiro, introdução a um programa de organização nacional*, e outras, motivadas pela busca de soluções para a crise decorrente da nova ordem não escravocrata.

Dessa forma, a análise histórica-sociológica da realidade brasileira foi sendo materializada cientificamente. O avanço dos estudos críticos em que vigorava a concepção de um saber social universal e crítico passa a incluir atividades de planejamento governamental e privado para problemas sociais diversos. Busca-se a

multiplicidade de abordagens metodológicas para captar o real social, sob a lente da pluriversalidade que possibilita ampliar territórios e diminuir barreiras dentro do Brasil.

Essa é a influência do pensamento decolonial latino-americano constituído no Brasil. A decolonialidade é uma forma de enxergar problemas que já existem nas sociedades, com potência para que essa corrente epistêmica gere ações efetivas, mudanças do padrão hegemônico e criação de mundos possíveis. Dessa forma, o movimento decolonial da América Latina criou uma teia de interação em prol do fortalecimento e desenvolvimento desse movimento social, político e cultural, rumo a mudanças de via no Brasil e América Latina para libertação e construção de outras realidades.

Quijano (2000) afirma que mesmo com o fim do colonialismo nas sociedades que foram colonizadas, não há o fim da colonialidade. As relações de dominação estão imbricadas no âmago da estrutura social. Por isso a necessidade do pensamento decolonial em questionar a narrativa única que rege a construção dos saberes, comportamentos, modos de vestir, falar e ter voz.

Nesse sentido, a moda é, antes de tudo, mecanismo social, forma específica de mudança da sociedade, que permite a compreensão do próprio ser humano e sua historicidade (SVENDSEN, 2010). Relaciona-se com a decolonialidade à medida que comunica por meio de seus produtos, modos de fazer, técnicas ou outras ações na marca de moda que sejam para a visibilidade, representatividade e valorização de culturas excluídas e silenciadas. Como no caso de estudo desta pesquisa, os povos indígenas, frequentemente ameaçados pela sociedade opressora e pelas políticas que tentam excluir sua proteção constitucional e apagar seu legado.

Por meio da moda como ferramenta de transformação social da realidade, a decolonialidade é discurso que move povos indígenas dentro de marcas de roupa, comunicando sua ancestralidade, relação com natureza, território e sua historicidade. A potência criativa do indígena vai além dos tradicionais grafismos tribais que são característicos dessas culturas, pois eles possuem liberdade criativa para fazer a moda decolonial conforme seus próprios princípios, inseridos na realidade contemporânea e criando estampas de acordo com seus interesses e inspirações.

A moda é instrumento de comunicação que veste o corpo moldada pelo ser humano em suas metamorfoses, é ferramenta de linguagem política e social ao longo dos tempos (CALANCA, 2011). A moda decolonial reivindica esse espaço pluriversal para narrar histórias e mundidades culturais autênticas.

As cosmovisões indígenas estão pautadas por uma cultura viva e eficiente (simbólica, moral e política). No Brasil, convivem cerca de 300 nações indígenas, e a sociedade intitula esses indivíduos como “índios” por uma etiqueta racial, pois significa “atrasado, primata”, termo excludente e colonizador (VIDAL, 2020).

A Constituição Federal de 1988, nos artigos 231 e 232 reconhece aos povos indígenas os direitos originários sobre as terras que tradicionalmente ocupam, protegidas pela União e reconhece sua organização política, costumes, crenças e tradições (BRASIL, 1988). Apesar de serem direitos constitucionais, a política brasileira se movimenta para extinguir tal proteção e tomar as terras indígenas para fins capitalistas (como na PL 490/07, que pretende estabelecer que as terras indígenas sejam demarcadas por lei). De acordo com Dayana Molina, estilista da marca de moda decolonial, Nalimo:

Lutar o tempo todo para existir e fazer parte, para integrar, é cansativo. Não somos mais nós que temos que ir atrás dessas oportunidades, são essas oportunidades que precisam nos acompanhar naturalmente, são elas que precisam bater a nossa porta, são elas que precisam aprender o que é fazer uma moda decolonial conosco (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

Esse cenário expressa a realidade da luta indígena para conviver com a sociedade de consumo acelerado e manter seus princípios e tradições. A relação entre moda e povos indígenas se baseia na construção de um mundo paralelo aos princípios capitalistas, pois essa relação se constitui na base do respeito aos costumes, tradições, natureza, que percorre um caminho diferente do que o desenvolvimento dentro do mercado de moda.

A moda decolonial busca valorizar e representar a cultura dos povos originários por meio da criação de produtos, geração de empregos no mercado de moda, inclusão, conscientização para a causa indígena e respeito à sua cultura. Enquanto o sistema de moda capitalista global prevê o crescimento e lucro acelerado das indústrias, a moda decolonial pretende promover reflexões, diálogos e fazer moda sustentável valorizando recursos locais por meio da contribuição da criatividade e capacidade indígena na moda brasileira. Seja na direção de marcas de moda, produção de figurino ou *casting* de modelos indígenas nas passarelas de moda, que sejam presença e resistência dentro desses espaços.

A moda relacionada à cultura indígena se apresenta nos modos de agir, sentir e nos costumes, dialoga com códigos culturais que fazem sentido para uma determinada sociedade. Essa moda é fruto de resistência, se perpetua ao longo de milênios, repassada de geração em geração, em simbiose com seu território. E nesse percurso, ela se relaciona com o contexto capitalista em que os povos indígenas se localizam e com os movimentos políticos que enfrentam.

Apesar dos povos indígenas em sua maioria, não se basearem na cultura europeia para criar artesanatos e roupas, essa cultura está dissipada pela globalização e suas contribuições não podem ser negadas de forma radical. Posto que a criatividade é fluida e se baseia nas percepções de cada indivíduo, a moda é resultado das vivências dos indivíduos e das relações que são produzidas na realidade, então são referências que ao mesmo tempo são ancestrais, indígenas, contemporâneas e tecnológicas, não se dissociam entre si.

Nesse sentido, a decolonialidade na moda brasileira é um caminho que está sendo trilhado por estilistas-ativistas de forma inicial, enfrentando o padrão que é baseado no corpo e raça europeus. De acordo com a estilista indígena da marca de moda Nalimo:

A moda no Brasil reflete o que a sociedade brasileira é: a sociedade brasileira é racista! Muito racista. Racista e elitista. E o que acontece com essa moda brasileira, ela é reflexo de como as pessoas se comportam, moda é política. O que a gente faz ou deixa de fazer importa. Moda é antropologia. Moda é comportamento. Então quando a gente compreende que a moda reflete o comportamento social, a gente vai olhar para uma moda que ainda nos exclui. [...] As pessoas brancas ocupam naturalmente lugares de destaque, liderança, autonomia e decisão. As pessoas indígenas ou negras não estão nesses lugares ainda. Então quando a gente chega nesses lugares, a primeira coisa que a gente pensa é: somos minoria, e que poder temos de decidir? Entende? Então isso é uma estrutura social racista. Quando vivemos em uma sociedade em que não temos poder de decisão, autonomia criativa, liberdade criativa, força criativa, inserção do nosso talento dentro de uma estrutura, é óbvio que essa estrutura é racista porque ela nos exclui, nos apaga, fragmenta a nossa existência, diminui a importância da diversidade (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

Nessa fala de Dayana Molina, estilista que defende a decolonialidade na moda brasileira, relata o quanto sente na pele o racismo dentro das estruturas da moda e persiste nessa luta para a reflexão crítica, educação decolonial e para ações

efetivas que incluam povos originários na moda. Assim, o protagonismo indígena dentro da moda brasileira, tem possibilidade de ser escrito pelas mudanças de comportamento, pelo questionamento das estruturas de poder, pela pesquisa científica e luta contínua da decolonialidade.

Sobre iniciativas decoloniais na moda brasileira em 2020, cita-se a criação do Coletivo Indígenas Moda Latino América, foi idealizado por indígenas que trabalham com moda e juntaram forças para dialogar em comunidade e estimular a protagonização indígena no mercado e indústrias de moda. Essa iniciativa foi criada por Dayana Molina, estilista indígena da marca Nalimo, objeto de estudo desta pesquisa. Ao se questionar “onde estão os indígenas na moda?”, iniciou esse movimento em rede, de busca e conexão entre indígenas pelo Brasil. Além de Molina, Sioduhi, Isiz Aguiar, Zaya e Elly Queiroz são alguns dos cofundadores do coletivo. Dentre os componentes: estilistas, modelos, maquiadores, fotógrafos, produtores de moda e designers lutam pela moda decolonial no Brasil.

O objetivo do Coletivo Indígenas Moda Latino América é empoderar e potencializar a construção de novos espaços possíveis para as gerações atuais e futuras, pautados nos valores de coletividade, diversidade e inclusão, responsabilidade social e respeito à singularidade indígena. Essa comunidade possui um perfil da rede social *Instagram* (@indigenasmodabr) que explicita seus princípios e divulga os trabalhos dos integrantes.

Vale destacar também a criação da Rede de Estudos Decoloniais em Moda (REDeM), que reúne pesquisadores de todo o Brasil, com o intuito de decolonizar práticas e discursos nos trabalhos em moda. Seus integrantes constituem um coletivo de origem brasileira que se expande mundialmente, numa rede caracterizada pela diversidade cultural e que atua em frentes educacionais, promovendo ações conjuntas. Portanto, o ano de 2020 possui significativos acontecimentos em relação a moda e decolonialidade no Brasil, mais especificamente voltada à valorização dos povos indígenas.

No ano de 2021, o São Paulo Fashion Week (SPFW), considerado o maior evento de moda do Brasil, reúne marcas de moda em apresentações ou desfiles que comunicam múltiplas identidades brasileiras. O SPFW contribui para a formação da cultura da moda desse país. Na edição número 52, que ocorreu em novembro de 2021, teve recorde de modelos pretos e indígenas, correspondente a cinquenta por cento (50%) do *casting*, movimento inédito no contexto da moda. O diretor criativo do

SPFW, Paulo Borges defende a equidade racial nas passarelas do evento, que deveria ser válido para todos os espaços sociais, dentro e fora da moda. Esse fato considerado atípico na indústria da moda, resultado dos questionamentos acerca da inclusão e necessidade de mudança de como se faz moda no cenário brasileiro, mas que ainda é um caso isolado e considerado minoria, pois a moda brasileira é marcada pelo racismo e preconceito aos indígenas (SPFW, 2021).

No âmbito das publicações científicas, ao pesquisar na programação do 16º Colóquio de Moda, que aconteceu em setembro e outubro de 2021, identificou-se vinte e cinco (25) trabalhos submetidos ao “GT: Sul-localizando a moda: produção de vestuário e decolonialidade” e dois trabalhos de outras áreas que se relacionaram a moda e decolonialidade, como a pedagogia e o a moda afro-brasileira (COLÓQUIO DE MODA, 2021).

E ao pesquisar na plataforma “Google acadêmico” com as palavras-chave: moda, decolonial e brasil, 483 publicações de 2021 foram encontradas. Porém, nem todas se relacionam às três palavras-chave da busca, algumas só contemplam uma ou duas. Nesse sentido, ao analisar títulos e objetivos, foi possível identificar apenas 19 trabalhos que abordam assuntos ligados a moda decolonial brasileira (GOOGLE, 2022).

Esses dados demonstram o desenvolvimento da pesquisa científica com a temática da moda decolonial do Brasil, mas que ainda é considerado incipiente e necessita de maior mobilização, assim como no mercado de moda, pois essa é uma realidade que está sendo construída aos poucos. Por meio da resistência se concretiza a existência da moda decolonial na sociedade brasileira, dando visibilidade à cultura pluriversal indígena e trazendo reflexões para além do imaginário social.

Desse modo, o imaginário decolonial constitui possibilidade de se tornar realidade por meio da moda. De acordo com Calanca (2011), deve-se constatar a profundidade da ligação do real com o imaginário, vertentes que se interpenetram, pois o real é tecido de imaginário e o imaginário é um dos componentes do real. Essas relações lógicas dialéticas compõem, ideias, comportamentos e narrativas.

Teóricos como Vieira Pinto (1979) e Paulo Freire (2007) defendem o conhecimento científico pautado na diversidade cultural e no questionamento político sobre a historicidade brasileira. Suas contribuições são relevantes para o movimento decolonial brasileiro, liberto da história condicionada à lógica europeia. Nesse sentido, para Freire (2007), a história constitui possibilidade que demanda liberdade de

pensamento e materialização da utopia unidade-diversidade. Logo, o ser humano reinventa suas narrativas em movimento, pois ninguém nasce pronto, é na interação que o mundo se cria.

Com o entendimento da cultura enquanto movimento e condição existencial humana, Azevedo (2010, p. 38-39) defende o seguinte conceito de cultura:

A cultura, nas suas múltiplas manifestações, sendo a expressão intelectual de um povo, não só reflete as ideias dominantes em cada uma das fases de sua evolução histórica, e na civilização de cuja vida ele participa, como mergulha no domínio obscuro e fecundo em que se elabora a consciência nacional. Por mais poderosa que seja a originalidade que imprime à sua obra literária ou artística, o gênio individual nela se estampa, com maior e menor nitidez de traços, a fisionomia espiritual e moral da nação.

O autor caracteriza a cultura brasileira diante da complexidade social e diversa do país, em que a consciência nacional é construída conforme o legado colonizador dominante e com base na memória da civilização e suas produções culturais ao longo da história. Nesse sentido, Azevedo (2010) caracteriza a cultura com autêntica manifestação social, mas adverte, que ela só contemplará a verdadeira realidade nacional se desabrochar para todos os tempos e todos os povos, ou seja, de forma decolonial.

Portanto, o contexto do movimento decolonial da América Latina na década de 1990 retrata a trajetória de constituição do Grupo de estudos Modernidade/Colonialidade, de acordo com o cenário sócio-histórico e cultural da América Latina e reflexões sobre a colonialidade do poder e do saber que regem essas culturas como narrativa única. Por meio de investigações científicas, seminários e publicações, esse movimento do pensamento tem influenciado outras nações também colonizadas para a libertação do pensamento universal eurocêntrico e mudança de via, rumo a construção de mundos e narrativas em devir.

Assim, parar criar realidades, é preciso transicionar e vislumbrar práticas transformativas de contextos. A manifestação do movimento decolonial latino-americano se conecta com a historicidade, cultura e sociedade da nação brasileira. Dessa forma, o movimento cria possibilidades de reflexões acerca da colonialidade enraizada de forma secular no Brasil, diante do cenário de opressão e violência aos povos originários, é necessário pesquisar no meio acadêmico para fomentar transformações sociais e políticas. Nesse sentido, a relação entre a decolonialidade e

a moda tece diferentes caminhos e linhas de pensamento que se conectam com a valorização criativa indígena.

Na seção seguinte, é identificada a contextualização da moda decolonial brasileira por meio da relação entre teóricos da historicidade da moda global e brasileira com contribuições dos intelectuais do movimento decolonial. Esse rebatimento de saberes possibilita que aspectos sociais, históricos e culturais da moda brasileira sejam abordados diante do movimento decolonial.

3 MODA DECOLONIAL NO BRASIL



3 MODA DECOLONIAL NO BRASIL

3.1 CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO E CULTURAL

A palavra “moda” surgiu no contexto do Ocidente, possui etimologia latina, vem de “modus” (modo, maneira) e foi utilizada com frequência na Itália, século XVII. Naquele contexto, era utilizada para se referir ao caráter de mutabilidade e busca por elegância da classe privilegiada, seja em relação a roupas, comportamentos, objetos decorativos, modos de pensar e escrever da época. Nessa perspectiva, o significado da palavra moda possui raízes ocidentais na classe burguesa e envolve diversas áreas da vida humana que comunicam o contexto temporal e espacial inserido até a realidade vigente.

De acordo com a análise de Lipovetsky (2009), a moda desde sua instituição no final da Idade Média, se caracteriza pelo consumo de moda das classes superiores e obedecia a essência do esbanjamento ostentatório, para conquistar e conservar honra e prestígio através do vestuário. Segundo o autor, as variações incessantes da moda se caracterizavam pela nova relação de si em relação ao outro, do desejo de afirmar suas próprias identidades e personalidades, e não apenas pelo ato de consumir por si só. Trata-se da celebração cultural das identidades das pessoas, pois a moda é considerada uma das engrenagens da sociedade, da cultura e da política.

Vale destacar a influência da realidade em relação ao desenvolvimento da moda ao longo da história, como no caso da Revolução Francesa por exemplo, que ocorreu em 1789. Um dos acontecimentos que mais marcaram a história do Ocidente, pela derrubada do absolutismo e rompimento definitivo dos costumes seculares que favoreciam somente as classes altas, submetendo camponeses às obrigações feudais. Com essa revolução tiveram fim as “Leis suntuárias”, em 1793, que existiram por séculos, elas regulavam hábitos de consumo, dentre eles, determinavam como as pessoas da Europa podiam ou não se vestir (FERREIRA, 2016).

Durante essa época, os revolucionários exaltavam as vestimentas simples que faziam correspondências aos valores republicanos, trazendo a ideia de igualdade social. Portanto, conclui-se que a moda exterioriza transformações sociais pelos

comportamentos, atitudes e significados do vestuário. A moda é fenômeno político, instrumento de resistência e diálogo sobre o corpo e sobre o espaço na sociedade.

De acordo com Rousseau (1999, p. 7), “em um piscar de olhos tudo é dito”, pois, a imagem expressa o tempo, a história e a identidade.

Para a humanidade, o vestir-se é pleno de um profundo significado, pois o espírito humano não apenas constrói seu próprio corpo como também cria as roupas que o vestem, ainda que, na maior parte dos casos, a criação e a confecção das roupas fiquem a cargo de outros homens e mulheres, vestem-se de acordo com preceitos desse grande desconhecido, o espírito do tempo (KÖHLER, 2011, p. 58).

Essa moda é delineada como sistema capitalista efêmero, estruturante dos padrões sociais de beleza, corpo e inserção em determinados grupos sociais. Essas características gerais da moda vêm sendo questionadas nos últimos anos, sobre os efeitos negativos que a moda pode gerar para as relações sociais e para o meio ambiente, devido à sua produção em massa de produtos de consumo. Portanto, a moda se situa “[...] na contracorrente do espírito do crescimento e do desenvolvimento do domínio da natureza. Mas por outro lado, a moda faz parte estruturalmente do mundo moderno em devir” (LIPOVETSKY, 2009, p. 36).

Essa característica de transição da moda, acompanha o comportamento do ser humano, ser social que transforma seus contextos. Defende-se as transformações de impacto positivo na moda, pois impactam na sociedade, meio ambiente, relações trabalhistas, ética e diversidade cultural na moda brasileira.

Cita-se como exemplo o movimento global “Fashion Revolution”, fundado por Carry Somers e Orsola de Castro após o desastre do Edifício Rana Plaza em 2013, que desabou e causou a morte de 113 trabalhadores da indústria de confecção. Essa organização acredita no poder de transformação positiva na moda, e tem como principais objetivos conscientizar sobre os impactos socioambientais do setor, incentivar as pessoas a transmitir e fomentar a sustentabilidade. Ocorre no Brasil desde 2014, no mês de abril e envolve aulas, debates e exibição de filmes que sustentam mudanças de mentalidade e comportamento em consumidores e empresas (FASHION REVOLUTION, 2022).

Esse movimento busca aumentar a conscientização sobre a cadeia produtiva da moda e as consequências que a produção em massa gera ao planeta e para cada território em específico, de acordo com suas demandas e necessidades

locais. São questionamentos pertinentes acerca do modo de ser fazer moda, pois não existe uma única forma de fazê-la, existem diversas vertentes da moda, como a sustentável, *slow fashion*, autoral, por exemplo que não seguem diretamente os padrões produtivos europeus, pois interpretam a realidade inserida e constituem outros processos produtivos que dialogam com a sociedade, meio ambiente e cultura.

Esse caráter efêmero e ditador da moda não é considerado hegemônico, pois a moda é fenômeno dialético, que está em constante movimento e transformação, as demandas de mercado se relacionam ao comportamento da sociedade, e o produto torna-se apenas uma consequência final material de significados e processos que conversam com a natureza e território. Portanto, a produção e o consumo de moda em seu sentido clássico são questionados pela sociedade, mercado e pesquisadores acadêmicos, que trazem luz e pensamento crítico acerca do propósito da moda.

A pessoa (que ainda existe hoje) que acumulava objetos deixará de existir (em breve teremos vergonha da forma como agimos). Ela cederá lugar a quem cria conhecimento. 'Não coisificar nada, por favor', será o lema (até porque as melhores coisas da vida não são coisas, como dizem por aí). A nova riqueza será cognitiva e cultural, imaginativa e artística. O capital essencial de amanhã não será o dinheiro. Será o talento, a inteligência, a intuição e a imaginação. E isso muda tudo. Na educação. Na empresa. Na cidade. No mundo. A sociedade do conhecimento e da consciência tomará o lugar da velha sociedade industrial e capitalista (CARVALHAL, 2016, p.13, grifo do autor).

O referenciado autor defende o manifesto pela grande virada das percepções relacionadas a moda, de acordo com fatos e análises de comportamentos da sociedade nos últimos anos, em que o pensamento crítico pauta as reflexões sobre moda de forma local e global. Carvalhal (2016, p. 86) afirma “a moda que se veste da gente (e de gente), não a moda que manda na gente”, pois a moda que dita tendências e comportamentos como normas e regras está relacionada à colonialidade do ser, baseada em padrões que aprisionam a sociedade. Busca-se a moda com pensamento crítico da realidade, liberdade de escolhas e manifestações identitárias.

De acordo com Calanca (2011), na maior parte dos estudos teóricos e históricos relativos à moda e ao costume, o vestuário é considerado objeto central das investigações, pois o vestir expõe o corpo a uma metamorfose, tornando o corpo significativo de características pertinentes ao indivíduo. Além disso, a vestimenta se caracteriza por suas simbologias para além do significado material, como também

cultural e ancestral de cada povo. Entre as vias de acesso à compreensão da moda e de sua história, o modo de vestir tem um papel proeminente.

Como objeto de pesquisa, de fato, a indumentária é um fenômeno considerado completo, porque, além de propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele. Nessa perspectiva pode-se afirmar que o vestir funciona como sintaxe, ou seja, como sistema de regras mais ou menos constante (CALANCA, 2011, p. 16).

Essa percepção da moda ocidental clássica tem sido questionada criticamente na sociedade de forma geral, tem-se exigido que governo, instituições e empresas ajam em prol do meio ambiente, questões sociais e políticas. As novas gerações, por exemplo, mobilizam-se acerca de problemas da realidade e sobre a formação de consciência pessoal e coletiva. Greta Thunberg (ativista sueca desde os 15 anos de idade) e a Catarina Lorenzo (ativista baiana, 14 anos de idade) são jovens que geram reflexões de impacto positivo de forma global, discursaram na Organização das Nações Unidas (ONU) e se tornaram representantes da resistência jovem sobre a causa climática (FAVALLE, 2020).

A moda é considerada a indústria responsável por entre 2% e 8% das emissões de carbono com grande impacto sobre o clima, então questionamentos como das jovens ativistas citadas geram efeito mundial sobre mudanças de comportamento que são emergentes dentro da sociedade e influenciam gerações (ONU NEWS, 2021). Nesse sentido, a moda enquanto reflexo do contexto inserido, vive período de transições e possui diversos nichos, ela não se generaliza como narrativa única, pois no cenário *slow fashion*, por exemplo, a roupa é instrumento de transformações sociais, de luta, em que a moda abandona a lógica primordial do lucro e passa a ser norteadada pela consciência crítica da realidade.

Ao entender a moda como sistema global em constante movimento que comunica identidades, este conceito geral se relaciona ao seu contexto mercadológico, de consumo efêmero. Como exposto, a moda em seu sentido clássico possui características coloniais, de valorização de tendências e criações europeias, como se culturas fora desse circuito tivessem que acompanhar o que é ditado por elas. Então, a decolonialidade contribui para dar visibilidade e voz a culturas

marginalizadas pelo preconceito e apagamento histórico de suas contribuições históricas.

Porém, a moda se adequa às necessidades, desejos e realidades que está inserida, e possui diversos nichos que coexistem entre si, em que a cadeia produtiva, matéria-prima utilizada e propósito de marca constituem diversas formas de se criar e comercializar a moda. Nesse sentido, a moda é caracterizada pelo seu movimento constante e suas diversas camadas, dentre elas, o cenário de moda *slow fashion*, recorte tratado nesta pesquisa.

O conceito de moda *slow fashion* dialoga com diversas manifestações culturais e vozes decoloniais, sendo o foco desta pesquisa, a moda enquanto instrumento de transformações sociais e políticas. Então, o *slow fashion* não se refere apenas ao tempo de produção, representa uma abordagem em que a sociedade se preocupa e se mobiliza em relação aos impactos que os produtos de moda possam causar para trabalhadores, comunidades e ecossistemas, sugerindo alternativas mais sustentáveis e éticas (FLETCHER, 2011).

O *slow fashion* é defendido por Fletcher (2011), em que as ideias de design, produção e consumo lento começaram a ser desenvolvidas no *slow food* em 1986, originado na Itália com Carlo Perini, movimento que buscava enaltecer o produtor local e conscientizar o consumidor sobre a importância de se valorizar a cultura, tradições e atividades agrícolas regionais. Trata-se de uma nova lente para constituir novos mundos, que não exclui os existentes, coexiste e gera novas formas de projetar, desenvolver, consumir e viver melhor.

Isso tem a ver com a cultura do ser (que está sempre em transformação). Seremos encorajados não só a ser mais autênticos como a nos transformar e experimentar cada vez mais tudo o que está disponível no mundo. Só que com um modelo mental mais consciente, em que não precisamos somente comprar, comprar e comprar para ter (e ser). Isso favorece a economia compartilhada. Uma nova mentalidade de consumo em que não é preciso mais comprar para usufruir. Pode-se pegar emprestado, alugar, trocar... e viver (CARVALHAL, 2016, p. 57).

Situado o recorte da área da moda na perspectiva *slow fashion*, ela se comunica com pensamentos e práticas decoloniais na moda pois dialogam com propósitos sociais e ambientais, tendo o consumo apenas como consequência final, porém essa prática não é o que rege a produção predominante de moda. O *slow*

fashion se caracteriza por possuir tempo próprio de fabricação, desconectado da lógica europeia de tendências de moda, o tempo não é o ocidental, pois não se baseia em passado, presente e futuro. Trata-se do tempo conectado com o presente, que se assemelha ao tempo indígena, pois, de acordo com Gonzaga (2021), é um tempo cíclico, em movência, baseado na natureza e no agora.

A moda *slow fashion* valoriza a cultura e território, gerando menor impacto aos recursos naturais. Vale destacar o conceito de cultura para Vieira Pinto (1979, p. 137):

A cultura de cada momento representa a mediação histórica que possibilita a aquisição de outros dados culturais, que condiciona a expansão do conhecimento. [...] A cultura enquanto ideia, imagem, valores, conceitos e teorias científicas, se cria a si mesma por intermédio das operações práticas de descobertas das propriedades dos corpos e da produção econômica dos bens necessários à vida social.

A cultura possui dimensão local e ao mesmo tempo global, pois constitui o indivíduo, assim como estabelece relações de comunicação e troca entre diferentes cenários existenciais. É o caminho que conduz o ser humano a se apropriar da realidade, transformá-la e expressá-la (RICHARDSON, 2011). Além disso, a cultura é composta por artefatos materiais e imateriais, como a indumentária, responsável por conectar o corpo a sentidos e significados que transcendem o mundo físico (INGOLD, 2012).

Para classificar a moda como decolonial é preciso entender o movimento decolonial latino-americano de 1990 e suas influências no Brasil. Desse modo, o Grupo Modernidade/Colonialidade (M/C) formado por Arturo Escobar, Aníbal Quijano, Walter Dignolo, dentre outros, realizava diálogos, seminários e reuniões para compreender o modo eurocêntrico de pensar o mundo e o conhecimento. Assim, questionavam e produziam críticas à modernidade eurocentrada, para então criar alternativas para refletir, incluir e valorizar a cultura local e o conhecimento subalternizado dos grupos explorados e oprimidos.

O M/C atua de forma investigativa há pouco mais de dez anos, o grupo compartilha noções, raciocínios e conceitos que lhe conferem uma identidade e um vocábulo próprio, contribuindo para a renovação analítica e utópica das ciências sociais latino-americanas do século XXI (BALLESTRINI, 2013).

Ou seja, os integrantes do Grupo M/C estudam sobre o sistema Modernidade-Colonialidade para então buscar alternativas de mudanças dessa realidade no sistema vigente. Assim, de acordo com Dussel (2000), a ideologia que fundamentou e justificou a colonização remonta às origens do capitalismo e do pensamento moderno de mundo, em que a ocidentalidade globalizada está imersa no contexto vigente. O desenvolvimento da cultura ocidental e da globalização perpetuaram imaginário capitalista, colonizador, consumista, opressor e desigual como única visão de mundo.

Com esses estudos, o “Giro decolonial” proposto por Maldonado-Torres em 2005 busca a mudança da mentalidade colonial, com o intuito de questionar ideologias, girar conceitos e buscar a reforma do pensamento, para a valorização das culturas originárias. Para Mignolo, “a conceituação mesma da colonialidade como constitutiva da modernidade é já o pensamento de-colonial em marcha (MIGNOLO, 2008, p. 249).

Ou seja, o termo decolonial surgiu para nomear ideologias e mudanças que já existiam dentro dos questionamentos sociais há algumas décadas, pois a genealogia do pensamento decolonial incorpora movimentos sociais que questionam a cosmovisão ocidental como mundo-uno. Destaca-se a seguinte fala de Dayana Molina em entrevista concedida para a pesquisadora em 22/11/2021, acerca da decolonialidade refletida sob o âmbito da moda, no caso, da marca Nalimo:

Do que adianta a gente dizer: olha, vocês estão vendo que vocês pautaram todo o segmento de beleza em uma cultura eurocêntrica? Agora a gente está fazendo contrário, a gente está dizendo o seguinte: que as nossas belezas importam, que elas são diversas e elas resistem. E nesse processo de resistência, a gente vai conduzir essa moda por um caminho autoral, de profunda autenticidade e de profunda conexão e beleza com aquilo que a gente é. Isso é decolonialidade! (Entrevista cm Dayana Molina, 22/11/2021).

Assim, pensar e fazer pesquisa no âmbito da moda decolonial via consciência crítica permite a interpretação e compreensão da vida, como processo interativo de aprendizado ativo. Hooks (2020) define pensamento crítico como o anseio do saber, que foca em descobrir “o quem, o que, o quando, o onde e como das coisas [...] e então utilizar o conhecimento de modo a sermos capazes de determinar o que é mais importante” (HOOKS, 2020, p. 33). Portanto, pensar é ação constante, mergulho além da superfície para que se constitua conhecimento e pensamento

crítico. A definição do que é considerado significativo em uma sociedade se refere aos contextos, à interpretação da realidade por diferentes lentes, com ética, justiça e inclusão social.

Todas essas definições abrangem a compreensão de que o pensamento crítico requer discernimento. É uma forma de abordar ideias que tem como objetivo entender as verdades centrais, subjacentes e não simplesmente a verdade superficial que talvez seja a mais óbvia. Um dos motivos pelos quais a desconstrução ficou tão popular nos círculos acadêmicos é o fato de ela ter levado as pessoas a pensar muito, com intensidade e pensamento crítico; a destrinchar; a mergulhar sob a superfície; a trabalhar pelo conhecimento (HOOKS, 2020, p. 34).

Destaca-se a relevância do pensamento crítico como vetor de possibilidades de transformações para o bem-estar social, pois se liberta da concepção de mundo-uno e reconhece a decolonialidade como via regenerativa dentro da sociedade. Dessa forma, o estudo da relação entre o design e o movimento decolonial latino-americano estimula o diálogo com a modalidade cognoscitiva do ato de pensar criticamente sobre o design, para constituir possibilidades de reflexões políticas na sociedade por meio da pesquisa científica e promover a circulação de saberes que valorizem culturas originárias.

Esses questionamentos têm se desenvolvido no Brasil de forma minoritária, citam-se as contribuições de Santos (2020) para reflexões sobre moda decolonial na pesquisa científica:

[...] devemos compreender que a moda é um conceito inserido no projeto da colonialidade que ignora a história e a mudança entre os povos não ocidentais, ou melhor, que entende que esses povos estão presos em suas tradições culturais. Com 'presos' incluímos a ideia de colonizador de que as sociedades não ocidentais vivem imersas em um tempo circular contínuo que não se abriria para mudanças (SANTOS, 2020, p. 180, grifo da autora).

A autora questiona o conceito de moda em seu sentido de sistema capitalista formulado pelo Ocidente, pois outros modos, maneiras e técnicas de criação podem constituir processos de moda, para que ela possa ser cada vez mais decolonial. Considerando que existem e continuarão existindo diversos tipos de se

fazer moda, com mercado e seus consumidores, defende-se o pluriverso, conceito de Escobar (2014) que se baseia na existência de diversos territórios e práticas que configuram a existências de um mundo habitado por muitos mundos: “[...] múltiplas práticas territoriais, sociais e políticas mantidas por muitas comunidades em muitas partes do mundo” (ESCOBAR, 2014, p.19), constituindo uma pluralidade de universos.

Portanto, os estudos em direção ao pluriverso envolvem abordagem interdisciplinares e inter-espistêmicas, baseadas na diversidade de saberes que dialogam e convivem de forma harmônica entre si. Por meio da colaboração e diálogo construtivo entre as diferenças no campo da moda brasileira, com foco no bem comum da humanidade, para mover-se além dos formatos unidimensionais do pensamento, da existência e da vida.

Esse movimento é considerado emergente no Brasil, construído por artistas e estilistas ativistas que lutam pelo reconhecimento de suas manualidades afetivas em criações de moda, marcada pelo seu caráter excludente e elitista no Brasil. Na seção a seguir é tratado da decolonialidade na moda brasileira, analisando alguns movimentos iniciais de marcas decoloniais que resistem e agem em diálogo político com a sociedade e natureza.

3.2 DECOLONIALIDADE NA MODA BRASILEIRA

O decolonialismo se caracteriza pelo enfrentamento da colonialidade do poder que, mesmo após a formalização da independência de regiões colonizadas, permanece como herança do racismo e do capitalismo nas esferas do poder, saber e do ser. De acordo com Gonzaga (2021), no Brasil, a decolonialidade se relaciona à recepção de estudos do Grupo Modernidade/Colonialidade formado por pesquisadores latino-americanos na década de 1990, que questionam o legado epistemológico europeu e estadunidense, a fim de compreender o mundo a partir do território em que se vive e das epistemes que lhes são próprias.

Considerando o tópico anterior, sobre o contexto sócio-histórico e cultural relacionado à moda brasileira, pode-se compreender que a noção de moda está incluída dentro de um *corpus* amplo, próprio do âmbito colonial. À medida que inclui padrões de comportamento, beleza e status social, ou seja, binarismos que caracterizam a colonialidade enraizada nas estruturas sociais brasileiras.

Essas características foram definidas no início da instituição da moda no Ocidente, diante de suas influências e consequências para a sociedade e história. Noções e conceitos que não são estáticos, posto que a moda é fenômeno espiralado, dialético, que pode ser usado como ferramenta de diálogo entre sociedades e culturas, pois a moda é feita pelo ser humano diante das suas circunstâncias em devir.

Podemos considerar as críticas às perspectivas que tomam a moda como um 'privilégio' do Ocidente como recentes, sendo possível localizar os primeiros trabalhos neste sentido em meados dos anos 1990, quando os estudos etnográficos sobre vestuário começam a questionar essa perspectiva exclusivista sobre a moda (SANTOS, 2020, p. 178, grifo do autor).

Nesse sentido, a crítica decolonial visa questionar a produção intelectual e as ideias, inverter o olhar das análises, posto que a produção de conhecimento é uma das ferramentas fundamentais para a manutenção do poder pelos europeus. Assim como a conservação das memórias, das histórias e do legado cultural das civilizações colonizadas, em que suas vivências foram apagadas e impostas no viés europeu.

Como se os povos originários brasileiros não detivessem de capacidade criativa ou de conhecimento para escrever sua própria história. O preconceito aos povos indígenas consolidou o imaginário de que esses povos seriam selvagens e inferiores, devido as suas diferenças no modo de falar, se vestir, cor da pele, crenças e saberes. É preciso refletir e questionar essas estruturas de poder, compreendendo os povos indígenas como construtores de uma cultura viva e eficiente, cuja singularidade e originalidade deve ser preservada e valorizada. A seguinte fala de Dayana Molina, estilista da Nalimo, foco desta pesquisa, afirma:

A gente começa a escrever nossa história quando a gente adentra dentro dos espaços que foram negados aos nossos e então a gente começa a produzir conhecimento ancestral a partir da perspectiva de autoria, porque até então não existia, né? Tudo o que a gente tinha eram mediadores e pessoas fazendo isso no nosso lugar (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2022).

De acordo com Vidal (2020, p. 19) “[...] indígena se refere àquilo que nos une culturalmente e politicamente, enquanto o nosso povo é aquilo que nos diferencia enquanto indígenas”. Assim, é por meio da autoafirmação de pertencimento e reconhecimento do povo que se as pessoas se identificam como indígena.

Posto que a cultura não é estática, se altera com a passagem temporal e mudanças sociais. Assim, “[...] as comunidades indígenas não precisam permanecer estáticas no tempo e isoladas para que sejam admitidas como tais” (GONZAGA, 2021, p. 18). Pois toda manifestação cultural é vívida, os povos indígenas se conectam com o presente e o agora, o tempo para eles está em movimento contínuo.

E qual a relação entre moda e decolonialidade? Ela pode gerar possibilidades de transformações sociais? Considerando que a moda faz parte da cultura e da vivência social, reflete o contexto e as indagações, a moda é comunicação e retrata o espírito do tempo, o cenário da moda vem mudando e se adaptando às reflexões críticas. Entendendo que somos seres múltiplos, a moda possui vários universos, e um deles se relaciona com a decolonialidade. Dessa forma, Dayana Molina compartilhou em entrevista no dia 22/06/2022, ações decoloniais na moda da sua marca Nalimo, reiterando a relevância das manualidades brasileiras como perpetuação de identidades:

Eu estou criando uma relação de empoderamento, com uma cultura originária e além disso, gerando fonte de renda. Mostrando que é possível a gente trabalhar com os recursos que a gente tem no nosso Brasil e com os diversos talentos que a gente tem aqui. Isso para mim é o ápice da decolonialidade. [...] Então, eu olho pra isso e penso: quanto talento e quanta riqueza não valorizada neste país, sabe! E fazer a curadoria também, desse trabalho, entender o que conecta com a identidade da marca, com a estética da marca, cara, tem um saber muito especial! Descobrir uma artesã, no extremo sul da Bahia, que faz um chapéu de palha de Buriti, tinge manualmente... gente, isso é de uma riqueza! Vim para Belém do Pará, encontrar aqui outras riquezas, sabores... isso é a artesanaria da vida! Eu costumo dizer que a gente perdeu a manualidade do afeto. E eu comecei a discutir e escrever manualidades de afeto recentemente. E me dei conta que manualidade do afeto é o quanto a gente está disposto a renovar os nossos laços com o ser humano e com a terra (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

A decolonialidade conecta seres humanos com território, com suas raízes ancestrais, saberes e fazeres presentes na diversidade do Brasil e materializados em artefatos de moda. São memórias culturais que vem se perdendo pelo racismo e pelo eurocentrismo. Por isso, é pauta secular e necessária no Brasil e América Latina, pois são recorrentes as notícias relacionadas ao descaso com os povos indígenas e afrodescendentes, desvalorização dos povos originários, assassinatos e racismo estrutural que permeia na sociedade. Portanto, torna-se essencial mudar de via,

valorizar a representatividade indígena e utilizar da responsabilidade acadêmica para gerar reflexões sobre os silenciamentos da cultura originária brasileira, vítima da colonialidade até os dias atuais.

O humanismo está em crise em face das derivas e retrocessos nacionalistas, do recrudescimento do racismo e da xenofobia, do primado do interesse econômico sobre todos os outros. A consciência da comunhão de destinos dos seres humanos deveria regenerá-lo e conferir concretude a seu universalismo até agora abstrato: cada um poderá então sentir sua integração na aventura da humanidade. E, se essa consciência se propagar pelo mundo e se tornar força histórica, o humanismo poderá suscitar uma política da humanidade (MORIN, 2020, p. 42).

Lutar por direitos humanos, defesa de territórios e políticas raciais é um ato contínuo no Brasil. De acordo com a antropóloga e historiadora Lilia Schwarcz (2019, p. 20-21), a “democracia racial” é um dos mitos fundantes do Brasil cujo objetivo era “produzir nos cidadãos o sentimento de pertencer a uma comunidade única, a qual permaneceria para sempre inalterada”. Ou seja, esse mito era uma estratégia para silenciar o passado e as consequências de exploração e escravidão, que ainda encontram repercussão no tempo presente.

Assim, a sociedade capitalista brasileira é regida pela tomada de poderes e saberes, em que a cultura e história indígena carecem de valorização e preservação. Como por exemplo em práticas de pesca e garimpo que convivem com a cultura originária em regiões amazônicas, citam-se casos de silenciamentos de vidas em prol da exploração da natureza nessas regiões. Protetores e aliados em defesa da vida, das florestas, quilombos, aldeias, como Chico Mendes, por exemplo, foi assassinado em 1988 por lutar contra o desmatamento e reivindicar melhores condições de vida para os seringueiros.

Vidas são silenciadas, mas não os ideais que elas defendem. Essa realidade é latente e incômoda, pois a impunidade e violência se repetem nesse ciclo de colonialidade da sociedade brasileira. Em 16 de junho de 2022, Bruno Pereira e Dom Philips foram assassinados por apoiarem a vida indígena e lutarem por elas, assim como descrito na introdução desta pesquisa. Dom atuava como colaborador do jornal britânico “The Guardian” para investigar as principais ameaças da região (pesca ilegal, garimpo e crime organizado) e contava com o apoio de Bruno, indigenista, conhecedor das terras indígenas do Vale do Javari, na Amazônia, por sua longa

atuação com servidor da Fundação Nacional do Índio – FUNAI (CARTA CAPITAL, 2022).

Esse é mais um caso que ilustra a necessária mudança de pensamentos e práticas na atuação da sociedade e governo brasileiro, pois a luta indígena pela vida, território e natureza entra em confronto com grandes empresários e com exploradores da Amazônia que se valem do poder para conquistar terras e explorar bens naturais e espirituais da tradição indígena.

É por meio da produção científica como instrumento de libertação, que a pauta da decolonialidade assume uma postura de luta permanente para registrar uma nova história dos colonizados como personagens sociais participantes do processo e não como agentes moldáveis, subjugados e subalternos. Assim, “[...] o conhecimento é reflexo da realidade adquirido pela capacidade perceptiva que o ser vivo, segundo sua possibilidade de organização vital, está habilitado a fazer dessa realidade” (VIEIRA PINTO, 1979, p.19).

Essa percepção dialética diante do conhecimento se conecta com a cultura e consequentemente com a moda, fenômeno em constante transformação, estrutura o corpo com signos culturais diante do contexto inserido, ou seja, o espírito do tempo (*zeitgeist*²), conjunto do clima intelectual e cultura do mundo. Nesse sentido, o cenário de moda brasileiro tem se destacado pela diversidade de vozes na moda, fazeres e saberes culturais e políticos de marcas de moda *slow fashion* e autorais, que possuem propósitos sociais de reflexão, questionamento e busca de novas vias e pautas conectadas com o cenário brasileiro.

Sejam as riquezas naturais, ou as problemáticas sociais como o contexto de desigualdades e questões políticas, destacam-se estilistas e marcas de moda no cenário brasileiro que trazem a pauta decolonial para o cerne de discussão de forma criativa e com referências culturais e processo produtivo singular, com base em cada matéria prima e no tempo de produção das pessoas envolvidas. Ronaldo Fraga, por exemplo é natural de Belo Horizonte, em Minas Gerais, formado em Estilismo pela Universidade Federal de Minas Gerais, é um estilista que se interessa pela moda por trazer junto ao vestuário protestos e reflexões relevantes para a sociedade brasileira.

² Termo alemão que significa “espírito do tempo” ou “sinal dos tempos”, pois são as percepções culturais, comportamentais, sociais e históricas em determinado espaço-tempo. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rce/article/view/86802/89801>> Acesso em: 18 junho 2022.

Em 2021, Ronaldo Fraga exibiu no 51º São Paulo Fashion Week a coleção “Terra de Gigantes” que fez em parceria com Sesc e Senac, inspiradas em Museus Orgânicos do Cariri, no Ceará. A moda de Ronaldo não é apenas sobre a roupa, é o processo de criação, o caminho percorrido, trazendo à tona discussões culturais e políticas em forma de manifestos que se tornam diálogos (ABEST, 2021).

Os Museus Orgânicos não tratam das obras dos artistas, mas sim da vida e trajetória deles, é o universo intangível do mestre, que por meio desse espaço transmite conhecimentos e inspirações. A coleção terra de gigantes trouxe percepções da cultura do Cariri (CE) materializadas em criações moda envolvidas em narrativa poética e política.

[...] Cultura é água fluida, aquilo que escorre, fertiliza e nos alimenta com os hábitos que estamos vivendo agora [...]. O mundo como descobrimos, já não há. Precisamos descobrir os matizes da formação da nossa ancestralidade, dos laços com as nossas essências, dos nossos saberes e fazeres e reinventar um novo mundo. Precisamos de uma nova escrita, sem repetir os erros de negação, exploração e extermínio das culturas originárias desse país (ABEST, 2021, p.01).

Essa fala de Ronaldo Fraga é sobre a decolonização na moda e na sociedade, discurso que acompanha sua trajetória, desde 1990, mas que ainda não possuía esse nome específico de luta contínua coletiva. Ronaldo Fraga é um dos estilistas brasileiros que fazem moda política questionando o sistema brasileiro e gerando reflexões, que nem sempre são vistas de forma positiva, considerando o cenário excludente e *glamourizado* da moda. Eventos como o São Paulo Fashion Week comunicam a moda brasileira, e nos últimos dois anos vem trazendo visibilidade para a importância da ancestralidade indígena e africana na moda. Seguem imagens da coleção “Terra de gigantes” produzida pelo estilista Ronaldo Fraga:

Figura 2 – Coleção “Terra de Gigantes”. Estilista Ronaldo Fraga e a modelo Suyane Moreira



Fonte: <https://abest.com.br/colecoes/ronaldo-fraga-abriu-o-spfw-n51-e-apresentou-a-colecao-terra-de-gigantes/>

Figura 3 – Coleção “Terra de Gigantes”. Vestido crochê



Fonte: <https://abest.com.br/colecoes/ronaldo-fraga-abriu-o-spfw-n51-e-apresentou-a-colecao-terra-de-gigantes/>

Figura 4 – Coleção “Terra de Gigantes”. Bordado Cariri



Fonte: <https://abest.com.br/colecoes/ronaldo-fraga-abriu-o-spfw-n51-e-apresentou-a-colecao-terra-de-gigantes/>

Essas fotos revelam as cores, texturas e narrativas do Cariri, seja no bordado, no tecido pintado à mão ou crochê. A apresentação das peças foi no formato de filme gravado na região, trouxe a ludicidade de mestres como Espedito Seleiro e Françuli, traduzida em peças de linho com bordados e explosão de cores. Essa coleção não é apenas de moda por si só, pois é de moda decolonial, registro afetivo da resistência cultural do povo brasileiro.

Outra marca que destaca essas temáticas decoloniais é “Isaac Silva Brasil”, possui 5 anos de trajetória, em que desafia o preconceito racial através de criações repletas de referências afro-brasileiras e indígenas. Materializa suas criações com a sua espiritualidade, seu lema é “Acredite no seu axé”, filosofia de vida da empresa. Essa marca iniciou pequena e cresceu para um modelo comercial que envolve parcerias com grandes marcas e se destaca pela diversidade de corpos, gêneros e identidades. A modelagem e o estilo das roupas variam a cada coleção e inspiração, sendo casual ou até mesmo para festas noturnas, pois o intuito é trazer alegria e celebração de culturas diversas (ISAAC SILVA BRASIL, 2022).

Figura 5 – Chemesy cores da Bahia



Fonte: <https://www.isaacsilva.com.br/product-page/alpargatas-cores-da-bahia-31>

Figura 6 – Macacão acredite no seu Axé



Fonte: <https://www.isaacsilva.com.br/product-page/macac%C3%A3o-acredite-no-seu-ax%C3%A9-branco-e-prata-plus>

Figura 7 – Desfile “Panterona” de Isaac Silva no SPFW/2022

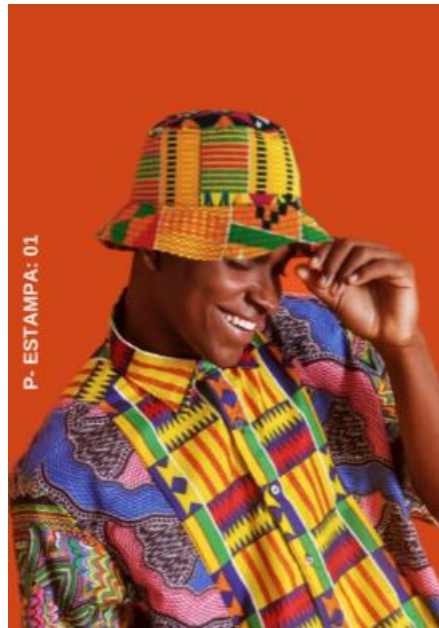


Fonte: https://spfw.com.br/wp-content/uploads/2022/06/isaac_silva_n53_001-scaled.

As imagens mostram peças da coleção “Cores da Bahia”, “Acredite no seu axé” e “Panterona”, respectivamente. A multiplicidade de estilos da marca mostra a miscigenação que é o Brasil, Isaac acredita nos pontos positivos da moda, no quanto ela pode ser alegria e representatividade. Vale destacar a coleção “Acredite no seu axé” pois ela foi criada em colaboração com a marca “Vista Magalu”, do grupo Magazine Luiza. Possui preços acessíveis, cadeia produtiva consciente, transparente e sustentável, além de tamanhos *plus size* (P ao G4). Essa *collab* conecta a sociedade brasileira com a criatividade ancestral, ampliando os horizontes em pontes decoloniais em todo o território brasileiro, seja virtual ou físico.

A “Meninos do Rei” é um outro exemplo, marca de Salvador que (re)existe há 6 anos, tem ganhado notoriedade nos últimos dois anos ao participar do SPFW, maior e mais importante evento do Brasil e América Latina, a marca tem como base tecidos africanos e a valorização da cultura ancestral. No evento, a coleção “Meu Ori, minha voz” se destacou pelo uso de estampas que se conectam com a ancestralidade africana, uso de mantos, coroas e penteados com referências culturais. Trabalham com modelagens volumosas, jaquetas curtas e mistura de estampas usadas de forma atual e original (MENINOS REI, 2022). Seguem exemplos:

Figura 8 – Chapéu “Bucket” dupla face em patchwork de tecido africano / collab
Meninos Rei + Ziê



Fonte: <https://meninosrei.com.br/produtos/chapeu-bucket-dupla-face-em-patchwork-de-tecido-africano-collab-meninos-rei-zie>

Figura 9 – Conjunto em alfaiataria Obi



Fonte: <https://meninosrei.com.br/produtos/conjunto-em-alfaiataria-obi/>

Figura 10 – Macacão curto Gueto de tecido africano



Fonte: <https://meninosrei.com.br/produtos/macacao-curto-gueto-de-tecido-africano/>

“Meninos rei” é a marca dos irmãos Júnior e Céu Rocha que mostram e ensinam a moda descentralizada, onde homenageiam a cultura afro-brasileira e a raça negra, tendo a Bahia como terreno fértil. Misturam estampas e padronagens que fogem do padrão e geram outras formas de se fazer moda, sejam nas cores ou no gênero das peças, ambos plurais.

No cenário acadêmico o tema sobre a decolonialidade na moda brasileira ainda é incipiente, como já foi citado, a primeira publicação de artigo data de 2020 e até junho de 2022, apenas quatro artigos foram publicados, de acordo com pesquisa na plataforma do “Google Acadêmico”. “Notas sobre história da moda e da indumentária no Brasil e possíveis aproximações com perspectivas decoloniais” (MAIA, 2022); “Moda e decolonialidade: processos de transformação cultural e social a partir de uma experiência de estudo” (OLIVEIRA et al., 2021), “A moda e a decolonialidade: encruzilhadas no sul global” (CASARIN et al., 2022) e “A moda decolonial como expressão cultural”, publicação da autora, no 16º Colóquio de Moda (BANDEIRA, 2021).

Essas pesquisas apontam potencialidades e limitações da moda brasileira e suas aproximações com o pensamento decolonial, repensando as noções de moda a partir das dinâmicas culturais brasileiras. Conforme a historiadora Tortora (2010), boa parte das publicações que embasam os estudos em moda no Brasil são de autores do Norte Global, que não possuem relação de familiaridade com fontes externas às suas próprias culturas.

Vale destacar que o primeiro curso de moda do Brasil foi criado em 1988 na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo, seu currículo se estruturou com base nos teóricos estrangeiros e essa prática se encaminhou para o surgimento de outros cursos no Brasil. Portanto, a colonialidade do saber está imbricada na moda de forma global e local, visível na formação de designers e no mercado de moda, pois as marcas brasileiras reproduzem esses padrões (LIMA, 2018).

O Coletivo de Moda Indígena Latino América, plataforma do *Instagram*, reúne e comunica informações sobre marcas decoloniais e criativos indígenas, que agem em coletividade e apoio para o crescimento mútuo. Essa é uma plataforma de união e apoio entre essas marcas e é iniciativa da estilista e ativista indígena Dayana Molina, diretora criativa da Nalimo, foco desta pesquisa, junto com outros 11 indígenas, que fazem parte desse movimento. São marcas feitas por indígenas ou em parceria com esses povos, onde propõem-se a ocupar espaços criativos que possuem direito e capacidade de estar, criando roupas e acessórios que comunicam a essência cultural de cada povo e inspirações na natureza e nas suas vivências, materializando memórias ancestrais em artefatos de moda.

Nesse contexto, marcas de moda decolonial tem surgido e se destacado nos últimos anos em decorrência do cenário social, cultural e político do Brasil. É por meio da relação entre moda e decolonialidade que a resistência indígena e afrodescendente se fortalece na sua existência, construindo um mundo diverso dentro dos mundos da moda, é a unidade na diversidade, que potencializa força e resistência na produção da realidade e das possibilidades da moda decolonial brasileira.

Essas ações geram reflexão crítica, para se pensar a moda mais coerente com a pluralidade de nuances culturais brasileiras. Assim, vale ressaltar que essas marcas trilham o caminho da luta pela representatividade, valorização e respeito às culturas originárias, essa luta é diária e necessita de cada vez mais fortalecimento para que um dia se torne socialmente justa, decolonizar a moda possibilita uma

cosmovisão e convivência mais expansiva do mundo e da cultura em que vive a sociedade brasileira.

No tópico seguinte, será discutida a metodologia de pesquisa desta dissertação, com método de abordagem dialético, método de procedimento estudo de caso com entrevistas não-estruturadas realizadas com a estilista e ativista Dayana Molina e posterior análise de conteúdo dos dados produzidos (Bardin, 2004).



4 METODOLOGIA DE PESQUISA



4 METODOLOGIA DE PESQUISA

A pesquisa científica é processo complexo no qual o ser humano realiza as possibilidades existenciais de construir conhecimento sobre e na realidade. Nesse sentido, a ciência é considerada a investigação metódica em busca da essência dos seres, fenômenos e leis, com o intuito de usufruir da propriedade das coisas em benefício do ser (VIEIRA PINTO, 1979). Assim, Minayo (2014), adverte:

Se teoria, método e técnicas são indispensáveis para a investigação social, a capacidade criadora e a experiência do pesquisador também jogam papel importante. Elas podem relativizar o instrumental técnico e superá-lo pela arte. [...] Essa 'criatividade do pesquisador' corresponde a sua experiência reflexiva, a sua capacidade pessoal de análise e de síntese teórica, a sua memória intelectual, a seu nível de comprometimento com o objeto, a sua capacidade de exposição lógica e seus interesses (MINAYO, 2014, p. 45-46, grifo da autora).

O processo de construção teórica da pesquisa científica, é considerada uma dialética de subjetivação e objetivação. É produzido um determinado tipo de imersão na realidade que se constitui em razões, problemáticas e objetivos, assim como são análises que se conectam com a subjetividade do pesquisador e suas vivências individuais e da prática social.

Assim, a pesquisa qualitativa se constitui por múltiplas práticas interpretativas da realidade, ressalta o estudo do objeto em seu cenário naturalmente construído, limitações situacionais, fenômenos, significados e valores na sociedade (DENZIN; LINCOLN, 2006).

De modo geral, no desenvolvimento das ciências humanas no Brasil, somente a partir da segunda metade do século XX que os padrões científicos desenvolvidos no país se comparam ao que já prevalecia na Europa desde o seu início. Essa dominância europeia do saber se deve pela falta de autonomia do pensamento científico-racional, submetido à ordem patrimonial escravocrata dominante no Brasil e outros países da América Latina.

Nesse contexto, não havia condições para o desenvolvimento independente da ciência em relação aos interesses das elites, condição que reverbera na contemporaneidade e ressalta a necessidade do pensamento

decolonial para a libertação da subordinação europeia no campo científico, social e cultural (LAVILLE; DIONNE, 1999).

4.1 MÉTODO DE ABORDAGEM DIALÉTICO

Dessa forma, pensar cientificamente significa pensar criticamente, compreender a exigência de que o conhecimento deve ser submetido por parte do pesquisador a uma reflexão, para constituir conexões necessárias entre o plano das ideias e a materialidade das ações relacionadas à pesquisa.

Então, “[...] o pensamento deve proceder segundo determinações regulares que assegurarão a certeza dos resultados obtidos no empenho de conhecer a realidade [...] saber que sabe, por que sabe e como sabe” (VIEIRA PINTO, 1979, p. 38), movimento que traz a exigência de submissão do conhecimento a métodos e metodologias particulares. Em que o método é processo de caminhada que se origina em função dos objetos e das situações que o ser humano tem interesse em investigar.

Em consonância com o autor, produzir conhecimento científico implica apropriação da informação e de suas relações. Portanto, para analisar a relação entre moda e decolonialidade, a metodologia desta investigação se baseia no método de abordagem dialético, pois essa pesquisa dialoga com objeto de estudo que está em constante movimento, produzindo relações, mediações, trazendo à tona contradições e categorias diante de sua totalidade. A lógica dialética é sistema de pensamento que reflete as transformações em movimento, seja no plano dos objetos ou fenômeno.

[...] lógica – numa palavra, deu-nos a teoria do capital: a reprodução ideal do seu movimento real. E para operar esta reprodução, ele tratou de ser fiel ao objeto: é a estrutura e a dinâmica do objeto que comandam os procedimentos do pesquisador. O método implica, pois, para Marx, uma determinada posição (perspectiva) do sujeito que pesquisa: aquela em que se põe o pesquisador para, na sua relação com o objeto, extrair dele as suas múltiplas determinações (NETTO, 2011, p. 53).

Assim, pretende-se compreender o objeto de estudo em suas diversas dimensões sociais, históricas e culturais. O materialismo dialético se baseia na investigação das contradições da realidade, em que tudo é matéria em movimento,

diante do ser humano histórico e social. Esse método procura compreender a essência dos fenômenos, por meio do estudo dessas relações (RICHARDSON, 2011).

O método de abordagem dialético, tem por princípios a interconexão entre objetos e fenômenos, movimento permanente e desenvolvimento. Assim, se conecta com esta pesquisa, pois a moda é fenômeno social e histórico que comunica as metamorfoses do ser cultural por meio da sua materialidade, e se relaciona ao movimento epistêmico decolonial constituinte de narrativas pluriversais.

Vale ressaltar a relevância das categorias do materialismo dialético, sendo base para estudo científico e vida social. De acordo com Richardson (2011), as categorias se inter-relacionam e são instrumento metodológico da dialética para analisar os fenômenos da natureza e da sociedade. No caso desta pesquisa, possui ênfase na categoria possibilidade-realidade, pois moda e decolonialidade estão intrinsecamente relacionadas e a marca Nalimo se apresenta como realidade que agrega possibilidades de representatividade da cultura dos povos originários.

Para contemplar o objetivo geral deste trabalho, foi analisada a marca de moda brasileira “Nalimo” (2020 - 2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros. O Quadro 1, a seguir, explicita a relação entre os objetivos da pesquisa, etapas metodológicas, métodos e técnicas que guiam o desenvolvimento desse estudo. Assim, os objetivos específicos foram realizados conforme as estratégias planejadas.

Quadro 1 – Objetivos e procedimentos utilizados.

Objetivos Gerais	Objetivos Específicos	Etapas / Estratégias Metodológicas	Métodos	Técnicas
Analisar a marca de moda brasileira “Nalimo” (2020-2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros	Mapear o movimento decolonial de 1990 na América Latina e suas influências na moda brasileira em 2020-2021;	Levantamento do estado da arte do tema, pela pesquisa bibliográfica, usando livros e internet. Por meio do estudo bibliográfico em teóricos que abordam o movimento decolonial desde sua gênese, como Escobar (2003) e Ballestrini (2013), assim como as influências da moda brasileira.	Método de abordagem dialético	- Documentação indireta; - Pesquisa bibliográfica.
	Identificar o conteúdo sócio-histórico e cultural da decolonialidade na moda brasileira;	Por meio da relação entre teóricos da historicidade da moda brasileira como Lipovetsky (2009) e contribuições de intelectuais do movimento decolonial.	Método de procedimento: Estudo de caso.	- Documentação indireta; - Pesquisa bibliográfica.
	Caracterizar a marca de moda “Nalimo” como possibilidade de representação do povo indígena.	Através das entrevistas realizadas com a estilista Dayana Molina, diretora criativa da marca Nalimo. Entendimento sobre valores, inspirações e gestão da marca relacionados ao movimento decolonial		- Documentação direta intensiva; - Coleta de dados por entrevista não-estruturada;

Fonte: Produção da pesquisadora.

4.2 MOVIMENTOS DA PESQUISA

A pesquisa é constituída de momentos, na fase inicial do estudo, foi realizada pesquisa bibliográfica usando livros e artigos disponíveis na *internet* para realizar o levantamento do estado da arte da temática e em seguida mapear o movimento decolonial de 1990 na América Latina e suas influências na moda brasileira em 2020-2021. Por meio da pesquisa bibliográfica baseada em teóricos que abordam o movimento decolonial desde sua gênese, como Escobar (2003), Ballestrini (2013), Quijano (2000) e Mignolo (2008).

Nessa fase inicial, foram selecionadas duas marcas de moda com princípios decoloniais, a Nalimo e a Tucum Brasil. Inicialmente, o estudo seria dessas duas unidades de análise, mas com o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica e

por meio das orientações das professoras da banca de qualificação de mestrado (dia 31 de janeiro de 2022), optou-se pelo estudo de caso único, da marca Nalimo. Essa escolha decorre da possibilidade de um maior aprofundamento nesta marca, assim como pela disponibilidade da Dayana Molina em contribuir para a pesquisa de forma ativa.

Além disso, a Tucum Brasil é um *marketplace* que revende peças de moda, arte e decoração de centenas de povos indígenas, enquanto a Nalimo é feita e gerida diretamente por mulheres indígenas. Dessa forma, as marcas possuem múltiplas diferenças na filosofia de empresa e formatação de seus negócios, o que eu dificultaria a análise e relação entre elas, considerando o tempo de duração do curso de mestrado.

A fim de contemplar o objetivo desta dissertação, a disciplina cursada como ouvinte no Programa de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura da Universidade de São Paulo (FAU/USP), denominada “Planejamento territorial contra-hegemônico: teorias e práticas descolonizadoras” também contribuiu para a compreensão crítica do pensamento decolonial latino-americano.

Essa disciplina se baseou na cooperação interinstitucional, envolvendo programas de pós-graduação de diferentes universidades: IPPUR/UFRJ, PPCS/UFRRJ, PPE/UFF, PPGAU/UFF, PPGPGP/UTFPR, FAU/USP, FAU/UFBA, PPU/UFPR, PROPUR/UFRGS. Assim, foi ministrada por 16 professores de forma remota pela plataforma *Zoom*, e para os ouvintes, foi possível acompanhar pela transmissão simultânea do *Youtube*, no canal “Labcidade FAUUSP”, tendo em vista que foi solicitada participação via e-mail para as coordenadoras da disciplina, e em comum acordo com a orientadora desta dissertação.

O curso estava fundamentado na literatura sobre colonialidade do saber e do poder, elementos teóricos, conceituais e históricos que fundamentam a crítica do pensamento e das políticas urbanas/territoriais (universais) dominantes. E assim, pensar formas de decolonizar o pensamento no sentido do território, urbanismo e imaginário social. Nessa ocasião, o contexto do movimento colonialidade/modernidade na América Latina e suas influências na formação do pensamento científico foram abordados por intelectuais pertencentes ao movimento, como Agustin Laó-Montes (University of Massachusetts at Amherst).

A oportunidade de cursar essa disciplina como ouvinte possibilitou aprofundar os conhecimentos acerca da genealogia do movimento decolonial. Além

de ampliar o repertório teórico e dialogar com professores especialistas no assunto, para então desenvolver relações com foco na pesquisa sobre moda decolonial indígena. A temática decolonial apresenta quantidade de trabalhos publicados ainda iniciais no Brasil, então cursar essa disciplina e ter acesso a livros e publicações latino-americanas foram essenciais para a constituição deste estudo.

Outro movimento relevante para o desenvolvimento da pesquisa foi a publicação de resumo expandido e apresentação oral no 16º Colóquio de Moda, em setembro de 2021, intitulado “A moda decolonial como expressão cultural” e teve como objetivo refletir sobre a moda decolonial brasileira como manifestação cultural através da trajetória da estilista Dayana Molina (Apêndice - A e certificado em Anexo). A defesa oral foi no Grupo de Trabalho “Sul-localizando a moda: produção de vestuário de decolonialidade” e a publicação está disponível nos anais do evento³. No Colóquio, o debate crítico fomentou a moda como estudo teórico e como relação sócio-produtiva por meio de trabalhadores e produtos com perspectivas decoloniais para repensar a estrutura da moda brasileira.

O diálogo sobre a temática pôde ser aprofundado ao palestrar no evento “Intera Design: design, integração e inovação”, em dezembro de 2021 (certificado em Anexo), promovido por estudantes e professores da graduação em Design da Universidade Federal do Cariri (UFCA). Esse evento teve como objetivo conectar estudantes, profissionais e pesquisadores sobre temas contemporâneos que envolvem design, marketing, gráfico e moda. Nesse caso, o diálogo produzido na função de palestrante do evento foi sobre a relação entre moda e decolonialidade, gerando questionamentos aos alunos sobre quais ações decoloniais eles podem praticar no âmbito da moda, para que no contexto do Município do Cariri, localizado no Ceará, possam suscitar sobre inclusão local e representatividade indígena no curso de graduação em design.

Além disso, em paralelo ao curso do mestrado, foi realizada e concluída pós-graduação *latu sensu* em Moda, Varejo e Comportamento do Consumidor no Centro Universitário Santo Agostinho em Teresina, Piauí. Essa especialização possui carga horária de 430 horas e foi concluída em 14 de março de 2022, contribuiu para

³ Disponível em:
http://anais.abepem.org/getTrabalhos?chave=SUENE+MARTINS&search_column=autor.

aprofundar conhecimentos sobre o mercado de moda atual, comportamento da sociedade, inovações, mudanças no setor e perspectivas futuras sobre o campo de moda brasileira e internacional. Assim, foi possível ter contato com os profissionais atuantes, entender ciclos produtivos e comportamentos de consumo em moda.

Durante o período 2021.1, a experiência de estágio docência na disciplina “Design e Cultura” da graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) sob orientação da professora Virgínia Cavalcanti, contribuiu para estimular o desenvolvimento de habilidades profissionais e pessoais. O aprofundamento na temática foi relevante na pesquisa de mestrado e para explicitar relações entre teoria e prática do design. O exercício de síntese das temáticas e referências exigiu dedicação, estudo aprofundado e pesquisa por repertórios dentro do universo dos alunos, de forma a criar apresentações de qualidade didática.

Além disso, o estágio possibilitou exercitar a comunicação, a oratória, a interação com a professora e alunos, a escuta e análise das necessidades do outro, rapidez na citação de referências e na criação de relações que permitissem a compreensão dos assuntos. Assim como a rapidez na tomada de decisões e adaptabilidade diante dos imprevistos da aula *on-line*. Essas habilidades se desenvolvem com a prática, e esse treino como docente é essencial para o pesquisador, pois transitar entre as posições de ensinar e aprender permite conhecer diferentes realidades ao constituir pesquisa científica.

A orientação da professora Virginia e o contato com a colega estagiária ocorreram de forma colaborativa, em que as tomadas de decisões foram feitas em conjunto, possibilitando aprendizado sobre planejamento, colaboração e didática nesse primeiro contato com os alunos da graduação.

Desse modo, o estágio estimulou a busca por estratégias de ensino criativo, referências, textos complementares e diálogo com os alunos. Presenciar a trajetória deles e perceber suas habilidades, dificuldades e posterior amadurecimento, potencializa o interesse pela docência e defesa da educação como constituidora de realidades possíveis.

Outra experiência que contribuiu para a trajetória desta dissertação ocorreu durante a especialização em Moda, Varejo e Comportamento do Consumidor na UNIFSA, em que conheci a pesquisadora Mi Medrado, ela estuda a moda relacionada ao racismo e a decolonialidade. Entrei em contato por *e-mail* e marcamos uma conversa pelo *Google Meet* dia 28 de maio de 2021, na ocasião, perguntei sobre a

sua pesquisa de doutorado que desenvolve em *Los Angeles* e sua trajetória de estudos. E então recebi o convite para fazer parte da Rede de Estudos Decoloniais em Moda (REDeM) que estava se iniciando, seus integrantes constituem um coletivo de diversidades culturais que atuam em frentes sociais, culturais de ensino, pesquisa e extensão.

Fazer parte da REDeM desde abril de 2021 tem gerado conexões com acadêmicos e interessados em moda e decolonialidade no Brasil e alguns países que possuem estudantes brasileiros, como nos Estados Unidos. A Rede possui o objetivo de traçar caminhos que envolvam ensino, pesquisa e sociedade, para refletir sobre a moda sob o viés decolonial, promovendo giros epistemológicos. Assim, articula estudos, pesquisas, debates, eventos, construindo um espaço de troca de saberes, métodos e epistemologias de forma coletiva.

Nesse movimento de interação com a produção de conhecimento, em março de 2022 foi enviado artigo para periódico internacional *Research, Society and Development*⁴, qualis B2 em ensino, que foi aceito e publicado no volume 11, número 4, com a seguinte pesquisa “Design e educação: mediação cultural na preservação do patrimônio brasileiro” em coautoria com a orientadora desta dissertação, a professora Virgínia Cavalcanti.

Este artigo objetivou analisar a atuação do design e da educação como mediação cultural na preservação do patrimônio brasileiro, assim, refletiu-se como o design pode contribuir para a valorização do patrimônio cultural brasileiro e qual a relação entre design e educação patrimonial. Os questionamentos suscitados dialogam com esta pesquisa de mestrado, pois a conexão entre design, cultura material, memória e educação são pautas decoloniais de valorização da identidade brasileira por vias de design.

Por conseguinte, em agosto de 2022 foi aprovado artigo para o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D Design 2022, considerado o evento científico mais relevante e tradicional na área em nível de Brasil. O artigo intitula-se “Design e decolonialidade na pesquisa científica: ferramenta política de reflexão” e a sua defesa oral será em outubro de 2022, é um recorte da

⁴ Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/27620>>. Acesso em: 23 maio 2022.

pesquisa de mestrado, com o objetivo de relacionar design e movimento decolonial latino-americano na pesquisa científica como ferramenta política de reflexão.

4.3 MÉTODO DE PROCEDIMENTO: ESTUDO DE CASO

Assim, descritas as ações que contribuíram para escrita e desenvolvimento desta pesquisa, serão explicitadas as características da metodologia e seus movimentos iniciais. Por meio da pesquisa bibliográfica, foi utilizada a técnica de documentação indireta, que implica o levantamento de dados que orientam o desenvolvimento da escrita. De acordo com Marconi e Lakatos (1990) a técnica de pesquisa reúne processos que constituem o desenvolvimento científico e possibilitam seu desenvolvimento. A técnica da documentação indireta na pesquisa bibliográfica propiciou o exame de temas já publicados, mas com lentes ou abordagens diversas que geram reflexões inovadoras.

Então, a construção desta pesquisa se baseia em etapas que delineiam suas conexões. Por conseguinte, o segundo movimento da pesquisa bibliográfica identificou o contexto sócio-histórico e cultural da decolonialidade na moda brasileira, através da análise resultante da relação entre teóricos da historicidade da moda brasileira e contribuições de intelectuais do movimento decolonial. Esse rebatimento foi realizado por meio da documentação indireta, em que foram analisadas pesquisas brasileiras sobre decolonialidade para compreender a relação temática com o âmbito da moda (LAKATOS, 2003).

Adiante, para contemplar o terceiro objetivo específico desta pesquisa, caracterizou-se a marca de moda Nalimo desde sua gestão, valores e princípios, até as ações que tornam a marca decolonial. Além disso, analisou-se como essa marca de moda cria possibilidade de visibilidade dos povos indígenas. A escolha da Nalimo foi um processo de pesquisa de mercado realizado de forma *on-line*, no site da empresa e nas redes sociais. Foi possível identificar na forma de comunicação dessa marca seus princípios, ações que se relacionam com a decolonialidade, preocupação social e ambiental materializada em produtos que objetivam a visibilidade indígena.

Nesse caso, aplicou-se o método de procedimento estudo de caso, a técnica utilizada foi a documentação direta intensiva, com entrevistas não-estruturadas para coletar dados da estilista Dayana Molina, diretora criativa da Nalimo. De acordo com Lüdke e André (1986), as entrevistas são técnicas privilegiadas de

comunicação, nela, a relação que se cria é de interação, havendo uma atmosfera de influência recíproca entre o entrevistador e o entrevistado. E quanto menos estruturada é a entrevista mais “permite emergir e ressaltar os níveis afetivos-existenciais” (MINAYO, 2014, p. 266).

No caso da classificação da entrevista não-estruturada, o informante é convidado a dialogar livremente sobre um tema e é guiado por algumas perguntas que aprofundam ou guiam a conversa. A liberdade do percurso constitui relação intersubjetiva de diálogo para compreender os participantes em seus próprios termos e experiências (YIN, 2016).

Nesse contexto, utilizou-se a entrevista como técnica de pesquisa para obter informações sobre aspectos da realidade durante o estudo de caso, que foi realizado na marca de moda Nalimo. De acordo com Yin (2001, p. 32):

[...] o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

Portanto, esse método de procedimento foi utilizado para contribuir com o processo de análise da relação entre moda e decolonialidade no Brasil, de acordo com os relatos da estilista de moda que vivencia a representatividade indígena na moda brasileira.

O estudo de caso foi realizado, considerando a fase exploratória com a análise da historicidade da empresa Nalimo, ações e publicações em redes sociais. Em seguida, o convite e a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), agendamento das entrevistas por *e-mail* permitiu o contato direto e trocas de informações com a Dayana Molina, que também ocorreram por mensagens na rede social *Instagram*. Assim, com a organização de registros, gravações e transcrições, a análise e interpretação dos dados obtidos possibilitou reflexão crítica acerca da marca Nalimo e sua atuação política na moda.

Para estruturar a entrevista, o protocolo de pesquisa detalhou a cobertura temática, questões principais a serem abordadas, fontes e técnicas de pesquisa. Essas etapas auxiliaram na trajetória metodológica da pesquisa de campo e foram estabelecidas no Quadro 2, a seguir:

Quadro 2 – Protocolo de pesquisa voltado para análise da marca Nalimo.

Cobertura temática	Questões	Fontes de investigação	Técnicas de pesquisa
Compreensão geral da Nalimo: história, valores, gestão e prospecções futuras	- Qual a história da marca? Como iniciou? - Quais foram as dificuldades? - Como se dá o processo de criação? - Qual o público-alvo? - Qual a missão, visão e valores da marca?	Dayana Molina, estilista da Nalimo.	- Entrevista não estruturada; - Documentação direta intensiva.
Relação do movimento decolonial na marca de moda Nalimo	- Como o movimento decolonial da América Latina impactou o campo de moda brasileiro? - Quais ações da marca a tornam decolonial? - Que características do movimento decolonial estão presentes na filosofia da marca e nos produtos? - Como a Nalimo pode contribuir para a representatividade dos povos originários do Brasil?	- Fonte bibliográfica; - Dayana Molina, estilista da Nalimo.	- Levantamento de dados, pesquisa bibliográfica; - Documentação indireta; - Entrevista não estruturada; - Documentação direta intensiva.

Fonte: Produção da pesquisadora, protocolo para auxiliar no estudo de caso e na entrevista.

Os questionamentos do protocolo nortearam as entrevistas e guiaram o desenvolvimento da escrita, análise e interpretação de dados. Justifica-se a escolha da marca de moda e o recorte no âmbito do mercado da moda decolonial com foco nos povos indígenas, devido às emergenciais necessidades de inclusão de seus saberes e fazeres na sociedade e na vida política.

Apesar de terem direitos resguardados pela Constituição Federal de 1988, os indígenas sofrem racismo, violência, invisibilidade e diversos projetos de lei visam a exclusão de seus direitos ao território e à própria vida. Nesse sentido, a moda como fenômeno histórico-social retrata a realidade da sociedade, se comunica por meio da criatividade, alcança voz e espaço político. A relação entre moda e decolonialidade indígena pode constituir possibilidades de valorização da cultura originária brasileira.

4.4 ENTREVISTAS COM A ESTILISTA E ATIVISTA INDÍGENA DAYANA MOLINA

As entrevistas ocorreram nas datas 22/11/2021 e 22/06/2022 com o intuito de contemplarem o terceiro objetivo específico da pesquisa: caracterizar a marca de

moda Nalimo como possibilidade de representação do povo indígena. Nesse sentido, as entrevistas compõem os eixos temáticos desta pesquisa, o primeiro sobre a Nalimo e sua história, valores, gestão e prospecções futuras e o segundo eixo de análise acerca da relação do movimento decolonial na marca de moda (conforme o Quadro 2).

O primeiro contato com a Nalimo foi por meio de *e-mails*, no qual a marca enviou material para pesquisa detalhada sobre a trajetória da empresa. Além disso, a primeira conversa *on-line* com a Dayana Molina ocorreu no dia 22 de novembro de 2021, com duração de 47 minutos e 30 segundos, por meio da plataforma *Google Meet* e gerou 19 páginas de transcrição.

Essa entrevista é localizada no Apêndice - D deste documento e foi essencial para criação inicial de redes de diálogo entre a estilista e diretora criativa Dayana Molina, “ativista” indígena que faz moda de forma política e artística. O seu método de criação de moda é particular, ancestral e não segue regras de moda europeia vinculada a tendências, cores ou modelagens. A entrevista foi pautada em conhecer a subjetividade da marca, a via de mão dupla entre a marca e povos indígenas para além do material escrito na *internet*, de maneira a perceber de forma sensorial a teia que liga a decolonialidade com a moda da Nalimo, enquanto necessidade de transformação social, conforme relata Dayana Molina:

Eu fico muito feliz quando eu vejo assim, estudantes buscando, compreendendo, entendendo e escrevendo sobre isso, porque existe uma responsabilidade na intelectualidade, de se compreender com essas pautas e produzir inclusive biografias, citar esses autores, conversar com esses autores, porque isso tem uma contribuição social, o que você está escrevendo vai virar história, porque o meu nome já está na história, sabe. E então todas essas contribuições fortalecem esse movimento, dão mais visibilidade, dão protagonismo e ajuda no ativismo que é real e diário, que é a luta pela sobrevivência, é a luta pela inclusão, é a pauta antirracista, é a pauta de gênero, é o fortalecimento de mulheres que estão fortalecendo outras mulheres (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021).

Nesse primeiro contato, Dayana demonstrou empolgação com a pesquisa, atendeu no horário de almoço, por volta de 13 horas da tarde e estava de câmera desligada, mas ao final ligou a câmera para tirarmos uma foto (em Anexo). Um dos propósitos da estilista é educar para a decolonialidade, é compartilhar ideias e construir a história junto com a pesquisa científica.

Durante a entrevista comentou que “[...] se um dia eu tiver cem ateliês, eu vou querer direcionar todos eles, todas as etapas disso. Eu acho que o diferencial da marca é o quanto eu estou envolvida nos processos”. Pois Dayana faz questão de participar das entrevistas e contar sobre a sua marca, mesmo que outros colaboradores da empresa possam fazer isso, mesmo que seu tempo seja muito corrido, ela faz questão de acolher e contar sua história com muita energia e esperança de transformações na moda, de forma inspiradora.

No dia 22/06/2022, das 8:22 às 9:23, aconteceu a segunda entrevista com a Dayana Molina por meio do *Google Meet*, que gerou 14 páginas de transcrição, para marcar essa conversa o contato foi feito pelo *e-mail* e pelo *direct* do *Instagram*. A estilista demonstrou em todas os encontros muita disposição em colaborar com o desenvolvimento deste estudo. Dayana estava em Belém, capital do Estado do Pará, trabalhando como *stylist* para uma campanha de moda, ocasião que aproveitou para conhecer a cidade e seus criativos de culturas originárias, assim como o artesanato local. A estilista comentou ter acordado super cedo para a entrevista e fazer questão de estar presente, mesmo que estivesse cansada, pois segundo a sabedoria indígena que ela acredita, não se reclama da vida ou da natureza das coisas, pelo contrário, se valoriza o momento presente em sua inteireza.

Na ocasião, foi mostrado o andamento da dissertação, por meio do compartilhamento de tela, Dayana demonstrou gostar da produção textual e comentou diversas vezes que quer ler tudo e fica muito feliz com essa pesquisa, pois a moda decolonial está adentrando o espaço acadêmico.

As perguntas dessa segunda entrevista foram sobre dúvidas e informações que faltavam para compor a pesquisa, como a sua data de nascimento por exemplo, assim como reflexões sobre mudanças que ocorreram na marca desde a última entrevista, sobre a relação da Nalimo com povos indígenas e quilombolas, pois trabalham de forma colaborativa e produzem acessórios para a marca. Além disso, foi dialogado também sobre a visão de Dayana sobre a moda brasileira atual e críticas sobre a realidade racista em que se vive.

E eu sei a contribuição que eu tenho nesse movimento e nesse processo. Eu sei. E eu não vou me isentar de fazer isso porque eu estou em uma semana de moda ou porque eu já trabalhei com grandes empresas [...] eu não estou preocupada com isso! Eu estou vivendo esse tempo para fazer essas mudanças, essa é a minha missão, esse é o meu propósito. O que você está fazendo nessa dissertação é uma

coisa histórica. As pessoas terão de ler o que você está escrevendo e conversando comigo para falar de um movimento que é emergente no Brasil. Então eu não tenho dúvida que isso aqui que a gente está fazendo é história. Eu lembro quando a gente se falou pela primeira vez, eu te falei isso para você! Então, quero reafirmar a importância do teu trabalho e do que você está construindo e do legado que você também está escrevendo junto comigo e essa contribuição que é acadêmica, que é intelectual, que é necessário. A gente precisa estar em todos os espaços e você está fazendo parte disso (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

Dayana inspira a pesquisa científica, a luta decolonial, o diálogo, a mudança e a valorização da natureza. Fala da sua marca de forma poética e fluida durante cerca de 20 minutos sem pausa, deixando visível sua conexão com a Nalimo e com a representatividade das culturas originárias. A estilista política é potência ancestral em sua fala, em suas ações e em suas criações de moda. E espera-se que, por meio da Nalimo esse caminho para a moda decolonial se fortaleça criando possibilidades de escrita de narrativas pluriversais sociais e políticas, baseadas na valorização da cultura originária brasileira.

As entrevistas se desenvolveram de forma leve, com reflexões profundas e falas ininterruptas da Dayana, sobre a essência da marca, decolonialidade, conexão com natureza e artesanato. A estilista inclusive brincou e questionou se a pesquisadora não pensa em fazer um livro sobre a vida dela, pois durante as conversas o assunto flui e ela consegue falar de forma poética e engajada sobre a sua relação com a moda da Nalimo.

A fim de organizar essa análise, o universo desta pesquisa é a moda decolonial brasileira, a unidade é a marca alinhada com a decolonialidade no Brasil, com estudo de caso único, a Nalimo. Essa delimitação permite descobrir os núcleos de sentido que compõem a pesquisa (MINAYO, 2007).

4.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para examinar os dados da investigação, a análise de conteúdo se baseia em parâmetros da técnica de Bardin (2004), conjunto metodológico que descreve objetivamente, sistemática e quantitativamente o conteúdo comunicacional. Conforme atitude de vigilância crítica na pesquisa qualitativa, essa análise é conceituada por:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2004, p. 37).

Assim, a escolha da análise de conteúdo conforme Bardin (2004) se aplica a discursos diversos e “[...] pode ser um recurso útil para compreender além dos seus significados imediatos” (BARDIN, 2004, p. 24). Esse processo é realizado por meio da leitura aprofundada dos dados obtidos, buscando realçar seus sentidos e sistematizar o seu conteúdo.

Neste estudo, a análise dos dados pretende contemplar o terceiro objetivo específico desta pesquisa: caracterizar a marca de moda Nalimo como possibilidade de representação do povo indígena. Dessa forma, foi realizada a análise de conteúdo das entrevistas não-estruturadas com a estilista e diretora criativa da Nalimo, Dayana Molina.

Produzidos os dados, a partir dos instrumentos e técnicas selecionados, a análise e a interpretação tiveram os seguintes eixos temáticos, o primeiro sobre compreensão geral da Nalimo: história, valores, gestão e prospecções futuras e o segundo sobre a relação do movimento decolonial na marca de moda Nalimo. Os dados analisados são as mensagens das comunicações interlocutoras na forma de entrevista realizada de modo remoto, pelo *Google Meet* nos dias 22/11/2021 e 22/06/2022, que foram reassistidas e transcritas pela pesquisadora. Ressalta-se que as gravações das entrevistas não possuem imagens, pois a câmera da entrevistada estava desligada, pois a estilista se sentiu mais confortável dessa maneira.

Dessa forma, a análise busca compreender os dados elaborados, respondendo as questões formuladas e relacionando com autores que tratam da temática. Esse diálogo permite que a investigação, de acordo com Bardin (2004), atenda três fases, consideradas “pólos cronológicos” (BARDIN, 2004, p. 89) que servem como guias de análise de conteúdo, que elencam as etapas que compõe esse método, organizados segundo o quadro a seguir:

Quadro 3 – Delineamento de pesquisa

ETAPAS	AÇÕES
Pré-análise	Leitura exploratória dos dados obtidos por meio da pesquisa bibliográfica sobre a marca, assim como as transcrições das entrevistas não-estruturadas realizadas com a estilista Dayana Molina, a fim de entender os aspectos gerais da marca Nalimo. Na ocasião procurou-se identificar conexões e relações entre moda e decolonialidade na marca em estudo, realizando anotações e percepções iniciais.
Exploração do material	Aprofundamento do estudo com reiteradas anotações e produção de relações, constituindo os eixos de análise desta pesquisa, o primeiro é sobre a Nalimo: história, valores, gestão e prospecções futuras e o segundo sobre a relação do movimento decolonial na marca de moda Nalimo.
Descrição e interpretação	Manifestação dos resultados por meio da descrição detalhada sobre a marca Nalimo e dos dados obtidos baseados em relatos de Dayana Molina e fundamentados em autores como Gonzaga (2021), Hooks (2020) e Escobar (2014). Por fim a interpretação dos dados, que não se dissocia das fases anteriores, pois constitui movimento dialético, reflexões sintéticas e criativas.

Fonte: Elaboração da pesquisadora a partir de Bardin (2004), Bandeira (2021) e dados das entrevistas.

Esse quadro apresenta uma síntese das etapas de análise de conteúdo conforme Bardin (2004). Na primeira etapa, a pré-análise, consiste na sistematização de ideias, leitura flutuante de dados obtidos na primeira etapa metodológica de pesquisa bibliográfica, além das transcrições de entrevistas com a Dayana Molina. Essa fase atende aos critérios da exaustividade, representatividade e homogeneidade.

De acordo com Bardin (2004), a exaustividade se compromete com a inteireza dos elementos da pesquisa, seleção atenta do *corpus* da pesquisa. A representatividade se relaciona à seleção da amostra que foi analisada e esta deve ser uma representação do todo da pesquisa, no caso, no universo de marcas de moda decoloniais, o estudo é da marca Nalimo. E por último o critério da homogeneidade se refere ao conteúdo dos documentos obtidos, que tratam sobre a temática decolonial em análise na marca Nalimo.

A segunda etapa do processo de análise de conteúdo se caracteriza pela exploração do material, ou seja, com o estudo aprofundado dos dados da pesquisa

para determinar eixos temáticos que foram analisados. Para isso, foi feita organização dos dados conforme a história da Nalimo, inspirações da marca, características das peças, processos produtivos e visão de futuro da Dayana Molina, presentes na próxima seção desta pesquisa. Assim como a relação da marca com o movimento decolonial latino-americano.

Por último, o tratamento dos resultados iniciou pela descrição dos dados produzidos, inicialmente pela pesquisa bibliográfica em sites e redes sociais da Nalimo e posterior análise das transcrições das entrevistas. Por conseguinte, a interpretação dos dados, realizada com reflexão crítica que requer discernimento, para destrinchar e mergulhar para além da superfície (HOOKS, 2020).

A interpretação, conforme Bardin (2004), é feita a partir da realidade sócio-histórica e cultural brasileira, contexto em que se localiza a cultura originária. Nessa etapa, pratica-se a dialogicidade, compreensão e colaboração que geram reflexões sintéticas e inovadoras sobre a relação entre moda e decolonialidade como mecanismo de transformação possibilitada pela pesquisa científica.

Na seção seguinte, será realizada análise e síntese dos dados de pesquisa extraídos do site da marca e redes sociais da Nalimo, assim como serão apresentados os dados das entrevistas realizadas que contemplam a investigação desta pesquisa conforme os eixos temáticos selecionados.

5 O CASO NALIMO: HISTÓRIA, GESTÃO, VALORES E SUAS PROSPECÇÕES (REFLEXÕES E ANÁLISE DE DADOS)



5 O CASO NALIMO: HISTÓRIA, GESTÃO, VALORES E SUAS PROSPECÇÕES (REFLEXÕES E ANÁLISE DE DADOS)

A Nalimo foi criada em 2016 pela estilista indígena e diretora criativa da marca Dayana Molina. Ela nasceu em 4 de abril de 1988, atua na moda desde dezembro de 2007, ou seja, aproximadamente 15 anos de carreira. Nasceu e cresceu em Niterói, Rio de Janeiro. É originária do povo indígena *fulni-ô*, que 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 foto da estilista Dayana Molina

Figura 11 – Dayana Molina



Fonte: <https://www.nalimo.com.br/>

A 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 se

localizam em Niterói, no Rio de Janeiro, e estão passando por uma transição, mudando para São Paulo, no bairro 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 marca, em contato com a capital paulista, em que o setor de moda é considerado o mais significativo do país.

Mas assim, mudanças que eu acho que acontecem e seguem acontecendo: o nosso posicionamento inspira as pessoas a fazerem as coisas da melhor forma possível. [...] Em termos de crescimento, eu vejo que a gente tem um crescimento que é contínuo, ele é natural, não é uma coisa acelerada, nem forçada. Mas eu percebo que mesmo quando a gente passa pelos desafios, a marca continua firme, sabe? Porque os nossos valores são firmes e isso é o que inspira a gente a continuar a seguir forte, a seguir coerente com o que a gente faz (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

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 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).

E então, uma das coisas assim que eu pensava muito na Nalimo é que existiam muitas marcas de moda e que não precisava ser mais uma marca, sabe. O que tinha de diferencial nisso? A primeira coisa era sobre o nível de representatividade, porque eu cresci sem me enxergar em nenhum espaço midiático ou artístico ou de protagonismo. [...] Então esse nível de representatividade foi uma alavanca, assim, para enxergar que eu precisava me sentir representada por essa moda, eu precisava também representar outras mulheres que também tem fenótipos como o meu e sentir orgulho do nosso cabelo, da cor do nosso cabelo, da cor da nossa pele, dos nossos traços, isso é um processo (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021).

Nesse relato de Dayana ela trata sobre o diferencial da Nalimo no mercado e da necessidade de se sentir representada do âmbito da moda, como uma memória

que lhe gerou e ainda lhe gera exclusão social, de espaços habitados majoritariamente por pessoas brancas. De acordo com a estilista, apenas quando crianças olharem para a Nalimo e enxergarem um espelho de quem são, mulheres reais e de diversas etnias e corpos, esse abismo de falta de representatividade poderá vir a ser sanado, pois a Nalimo é uma marca ética e comprometida com os valores que preza.

E eu sempre falo que a Nalimo é mais do que uma marca de moda, a Nalimo é um empreendimento feminino que empodera mulheres em sua produção e que tem um trabalho muito colaborativo e que eu também tento lembrar que toda essa relação com o capitalismo, toda essa relação de romantizar o empreendimento, ela está muito desconectada de quem eu sou. Porque eu sou super pé no chão e eu sempre trago a ideia de que moda é comportamento e moda é muito mais que uma tendência, sabe? É algo político, 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 (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021).

A visão da Dayana sobre a moda decolonial da Nalimo é voltada para as mudanças sociais e políticas geradas pela marca. Desde as ideias de criação, processo produtivo, execução e 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, na paz e na ancestralidade indígena. Não utiliza referências caricatas, pois é uma jovem inserida na sociedade capitalista, é dialética e transforma sua percepção de mundo em arte e resistência.

Então eu preciso buscar esses códigos que vão fortalecer a minha existência enquanto ser humano e olhar para eles e dizer assim: gente, espera aí! Eu vou fazer uma moda que vai falar disso, da história, de política, de sociedade, mas essa moda automaticamente, ela não precisa ser caricata, cheia de grafismos... porque eu não sou assim! Eu sou uma mulher contemporânea que está em uma cidade, que está fazendo esse movimento real, então assim, porque que eu vou fingir ser uma coisa que não é? O que eu faço na marca, eu visto. Eu estou vestida agora disso, então isso tem uma conexão muito forte (Entrevista 22/11/2021).

De acordo com Gonzaga (2021), um dos mitos fundacionais relacionados aos povos indígenas é de que eles vivem nas florestas e são considerados antiquados. Essa percepção colonial questiona se o indígena que usa um aparelho celular deixa de ser indígena, ou no caso dessa pesquisa, se a estilista indígena mantém seus preceitos culturais ao criar moda “não caricata”, contemporânea e minimalista. Esse mito gera muitos preconceitos e demonstra desconhecimento brasileiro acerca da sociodiversidade indígena. Nesse sentido, “[...] é relevante concordar que há uma imensa diversidade de status indígena das quais ‘habitar a mata’ é somente uma delas” (GONZAGA, 2021, p. 18, grifo do autor).

Considerando que os povos indígenas possuem autonomia para se delinearem e definirem sua história, a Dayana se tornou colonista da revista *Harper’s Bazaar Brasil* em 2022, escreveu sobre temas como “Roupa manifesto: nossa pele no mundo” e “Moda e comportamento na América Latina”. Nessa revista, reflete sobre a moda como ferramenta para ampliar sua voz e trazer a relevância da decolonização da moda e luta por direitos originários, demarcações de terras indígenas e antirracismo. Sua presença em uma revista de nível internacional demonstra as transformações positivas que se tem iniciado na moda, porém, ainda em minoria, então é necessário dar palco para diálogo necessário sobre a existência indígena, no contexto de um país indígena. Segue trecho escrito na coluna em 29 de março de 2022:

É puramente ancestral manifestar nosso corpo político e suas práticas antes de nossas roupas. Fazer isso a mão, com a essência de construir para si e o outro é ancestral. Nós que desaprendemos. O que vestimos hoje é reflexo de nossa memória. Nem sempre por escolha, porque somos atravessados por vias capitalistas. Mas ainda assim, acredito no vestir expressando o sentir, algo que conecta além da estética (MOLINA, 2022, p. 01).

A Nalimo é uma marca de moda com potência ancestral, processo de criação natural e territorial, que materializa a luta política indígena em peças minimalistas, tingidas naturalmente, sustentáveis e inspiradas na natureza indígena. 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 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.

É uma troca muito rica, muito poderosa e muito conectada com o que eu estava falando, olhar para isso é verdadeiramente o sentido do que é decolonialidade, porque é sobre esse lugar, da não imposição, do fluir da artesanaria, da manualidade, pelo respeito às tradições. Por mais que a gente faça um aprimoramento de uma peça, a gente está aprendendo o que tradicionalmente se faz com aquela peça, que tipo de fibra, como que trama, de que jeito, com que material... então isso tudo nos conecta profundamente com a relação de onde vem isso. Não é comprar por compra, a gente também está em uma constante relação de curadoria e de novas descobertas artesanais e isso é muito incrível porque a gente vai passando por lugares e vivendo experiências locais e que economicamente são super importantes para que essas pessoas continuem vivendo onde elas escolheram viver, isso é muito sustentável, porque, quando economicamente esse tipo de artesanaria não se suporta na sua origem, o que acontece? Essas pessoas precisam migrar para outros lugares. Existe um deslocamento cultural e a cidade ainda é um lugar que os povos tradicionais que vivem da artesanaria se deslocam, então a gente acredita também que isso é uma contribuição importante para que se mantenha localmente naquele lugar (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

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. Vale ressaltar que essas ações se relacionam a concepção de bem viver que é adotada pela cultura indígena. De acordo com Acosta (2017), o bem viver enaltece o equilíbrio e a sustentabilidade da vida entre os seres, a natureza e a sociedade por meio de relações comunitárias que consideram a pluralidade de cosmovisões múltiplas.

Assim, sobre o processo criativo da Nalimo, para Dayana Molina a moda pode ser criada com base na natureza e em códigos ancestrais da identidade cultural dos povos originários. O que a inspira é a sua relação com a natureza, a história da

sua família, a sua conexão sagrada com a floresta, o artesanato e trabalhos manuais, a espiritualidade, os fluxos dos rios, dos mares, as cores das flores e as metamorfoses da vida. E sobre essas inspirações, Dayana discorre a seguir:

E também estou dizendo o seguinte: que, toda aquela relação e referência que inspira a maior parte das pessoas que fazem design de moda, não é suficiente para mim. 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** (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021, grifo da autora).

Nos cursos brasileiros de graduação em moda, a base de autores é europeia e norte-americana, assim como o processo de criação de coleções baseada em empresas como *WGSN* que estuda o comportamento da sociedade de forma global e lança relatórios para empresas e designers, determinando previsões de tendências futuras, modelagens que serão usadas e qual o comportamento do consumidor (LIMA, 2018).

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).

O maior público da Nalimo não é indígena. O maior público da marca é de pessoas que estão em movimento de apoio e não são indígenas, mas tem uma consciência gigante. [...] E eu te digo o porquê que o meu maior público não é indígena, porque ainda que meu público fosse predominantemente indígena, a gente está em um lugar de menor nível de consumo do que a população não indígena. Eu acho

que o meu público, por mais que tenham muitos indígenas que consomem, de várias etnias... eu vendo pra indígenas, mas vejo também que a nossa forma de consumir é um pouco diferente do consumo não indígena, sabe? (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

Os povos indígenas possuem conexões diferentes em relação ao capitalismo e ao consumo, que diverge de sua natureza, mesmo que localizados na sociedade contemporânea e sejam sujeitos desejantes da marca. Pois o propósito da Nalimo é muito além da venda, é sobre inspirar e questionar politicamente a sociedade, construindo a Nalimo junto com os povos indígenas.

A estilista Dayana Molina busca trazer visibilidade ao pensamento decolonial para além do contexto do mercado de moda e para a formação da sociedade. Em janeiro de 2021 criou a Aldeia Criativa do Futuro, escola voluntária de design de moda decolonial para a formação profissional de indígenas. É um projeto pioneiro na América Latina, em ensino gratuito sobre design de moda criativo para indígenas, possibilita acesso à pesquisa e profissionalização indígena de forma democrática. Essa Aldeia é feita em parceria com o Coletivo Indígenas Moda Latino América, e visam capacitar jovens brasileiros e da América Latina (NALIMO, 2022).

Eu não sou uma estilista apenas, eu sou uma militante política, então eu me reivindico com uma trabalhadora de moda e uma trabalhadora organizada, consciente do seu papel. Basicamente a escola funciona com plano de voluntariados, ela tem uma fluidez, por ela ser uma escola *on-line*, em alguns momentos a gente também pausa, volta, sabe, olha e vai fazendo esse movimento como realmente dá. E o meu desejo é ter uma escola decolonial presencial. Onde possa ser mesmo um centro de estudo, centro de pesquisa, um centro de desenvolvimento e um lugar de acolhimento para a gente formar esses profissionais e eles chegarem preparados pro mercado, porque ainda existe uma disputa muito desleal, no sentido de que, como que você vai disputar o mercado tão competitivo e tão excludente quanto a moda, se você não tem nem a possibilidade de adentrar em uma escola de moda? [...] Então para mudar esse jogo, a gente tem que criar essa relação de força, encorajamento e acolhimento e empoderamento dentro da nossa rede, nossa comunidade. Por isso que essa escola existe (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021).

O ensino da moda decolonial é com base no modo de criação e produção desenvolvido na Nalimo, com metodologias e princípios ancestrais. Assim, a Nalimo é uma marca de moda que transcende o aspecto material e capitalista da roupa, ocupando espaços na moda, ao criar comunidades de vozes criativas indígenas e

comunicar de forma política a luta e necessidade de mudança de pensamento hegemônico.

Portanto, a essência da marca Nalimo é percebida na análise do site (www.nalimo.com.br), rede social *Instagram* (@oficialnalimo), de acordo com as postagens, conteúdo social e político, ações ativistas e análise dos produtos da Nalimo, matéria-prima e pessoas que compõem a marca. Assim, é possível identificar os princípios decoloniais na 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.

5.1 TRAJETÓRIA DECOLONIAL E ANÁLISE DA NALIMO NA MODA BRASILEIRA

A Nalimo faz parte do “#MovimentoELLE2022”, projeto solidário idealizado pela Revista ELLE e pensado para impulsionar pequenos empreendedores de moda *slow fashion* e autoral brasileira, dando ferramentas de conhecimento para o seu desenvolvimento sustentável e impacto positivo no planeta. Fazer parte desse movimento permite que as empresas tenham reuniões periódicas sobre o assunto, com profissionais que auxiliam as empresas, assim como é espaço para escuta e acolhimento coletivo, visando a construção de pontes dentro do mercado de moda (SORDI, 2022).

Sobre a trajetória da Dayana Molina na moda brasileira, participou como apresentadora do primeiro *Reality Show* de moda sustentável do Brasil, em junho de 2021, o *Design Vision*, promovido pelo Instituto Focus Têxtil de São Paulo, com alunos de moda da região de grande SP. Juntamente com Walter Rodrigues, Alexandre Herchcovitch, Jackson Araújo, dentre outros estilistas que eram mentores e davam *workshops* aos participantes. Essa ocasião deu visibilidade para a marca Nalimo, pois a estilista participou de um evento pioneiro no Brasil acerca da sustentabilidade em conjunto com renomados estilistas do mercado da moda.

Esse é um exemplo de decolonização dos espaços da moda, não só na criação de roupas, mas na comunicação brasileira, em um programa nacional exibido na televisão. O *Design Vision* propunha aos participantes desafios como ações de

conscientização através do *upcycling*⁵ e desafios de criação de peças com reaproveitamento de materiais. Essas ações ensinam ao mesmo tempo que entretêm o público brasileiro, para que projetem criações de moda para o bem-estar social e ambiental.

Cita-se também a *National Geographic*, rede americana de televisão paga, com reconhecimento global pelo seu compromisso em prol de explorar e proteger o meio ambiente, que convidou a Dayana Molina juntamente com o estilista indígena Sioduhi para criarem juntos uma coleção sobre a Amazônia. Essa parceria ocorreu em setembro de 2021 com o intuito de homenagear o dia da Amazônia e alertar sobre o seu constante desmatamento.

A coleção denominada “Weá Terra Fértil” foi feita de forma promocional, sem intuito de venda comercial. Buscou demonstrar como é possível se fazer moda confortável e estilosa reduzindo o impacto da indústria têxtil no meio ambiente, por meio do reaproveitamento de materiais já existentes (*upcycling*). Além disso, também foi realizado um minidocumentário que passou no canal da *National Geographic* ilustrando esse projeto. Essa iniciativa celebra a cultura originária brasileira, conecta a moda com a sustentabilidade, decolonialidade e criatividade plural. A seguir o resultado da coleção:

Figura 12 - Coleção “Weá Terra Fértil” para o canal da *National Geographic*



Fonte: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/national-geographic-e-coletivo-indigenas-moda-br-desenvolvem-colecao-conceitual-1632499916/20210924422113>.

⁵ Alternativa ecológica que reaproveita material descartado gerando outro produto, com novo significado, função e qualidade. Disponível em: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/255/2552905007/2552905007.pdf>> Acesso em: 18 junho 2022.

Figura 13 - Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 01.



Fonte: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/national-geographic-e-coletivo-indigenas-moda-br-desenvolvem-colecao-conceitual-1632499916/20210924422113>.

Figura 14 - Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 02



Fonte: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/national-geographic-e-coletivo-indigenas-moda-br-desenvolvem-colecao-conceitual-1632499916/20210924422113>.

Figura 15 - Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 03



Fonte: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/national-geographic-e-coletivo-indigenas-moda-br-desenvolvem-colecao-conceitual-1632499916/20210924422113>.

Figura 16 - Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 04



Fonte: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/national-geographic-e-coletivo-indigenas-moda-br-desenvolvem-colecao-conceitual-1632499916/20210924422113>.

Figura 17 - Coleção “Weá Terra Fértil”. Peça slow fashion 05



Fonte: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/national-geographic-e-coletivo-indigenas-moda-br-desenvolvem-colecao-conceitual-1632499916/20210924422113>.

Dayana é representante do movimento *Fashion Revolution* em Niterói, Rio de Janeiro desde 2015 e em São Paulo desde 2022, está engajada nesse projeto, promovendo debates, oficinas e questionamentos para o mercado de moda local. Esse projeto busca realçar o trabalho invisível por trás das roupas e conscientizar que a compra é o último processo de uma jornada que envolve centenas de pessoas, processos e planejamentos, incentivando a transparência nessas relações trabalhistas, assim como práticas cada vez mais sustentáveis.

Vale destacar, que, para ocorrer a sustentabilidade de forma sistêmica, é necessário compreender a identidade brasileira e promover a sustentabilidade social, pois fomentar culturas de raças silenciadas é uma resolução ética e anti-colonial. Refletir sobre pluralidade brasileira é pensar práticas mais sustentáveis no sentido cultural, ambiental e social, posto que os povos originários defendem as comunidades, a partilha, o território e práticas naturais.

A Nalimo teve oportunidade de reconhecimento nacional em 2021, por meio da rede de Televisão Globo, que deu visibilidade para a marca por meio do projeto “Vamos ativar o empreendedorismo” (VAE), que busca valorizar empreendedores em formato de vídeos passados durante as propagandas da Rede Globo. O vídeo da

Nalimo conta um pouco da jornada criativa, ativismo e propósito da marca e continuou a ser divulgado na televisão durante o ano de 2022.

As imagens a seguir são das peças de roupa da marca, com ensaios fotográficos que captam a essência da Nalimo e estão disponíveis no site da empresa:

Figura 18 – Kimono Nalimo



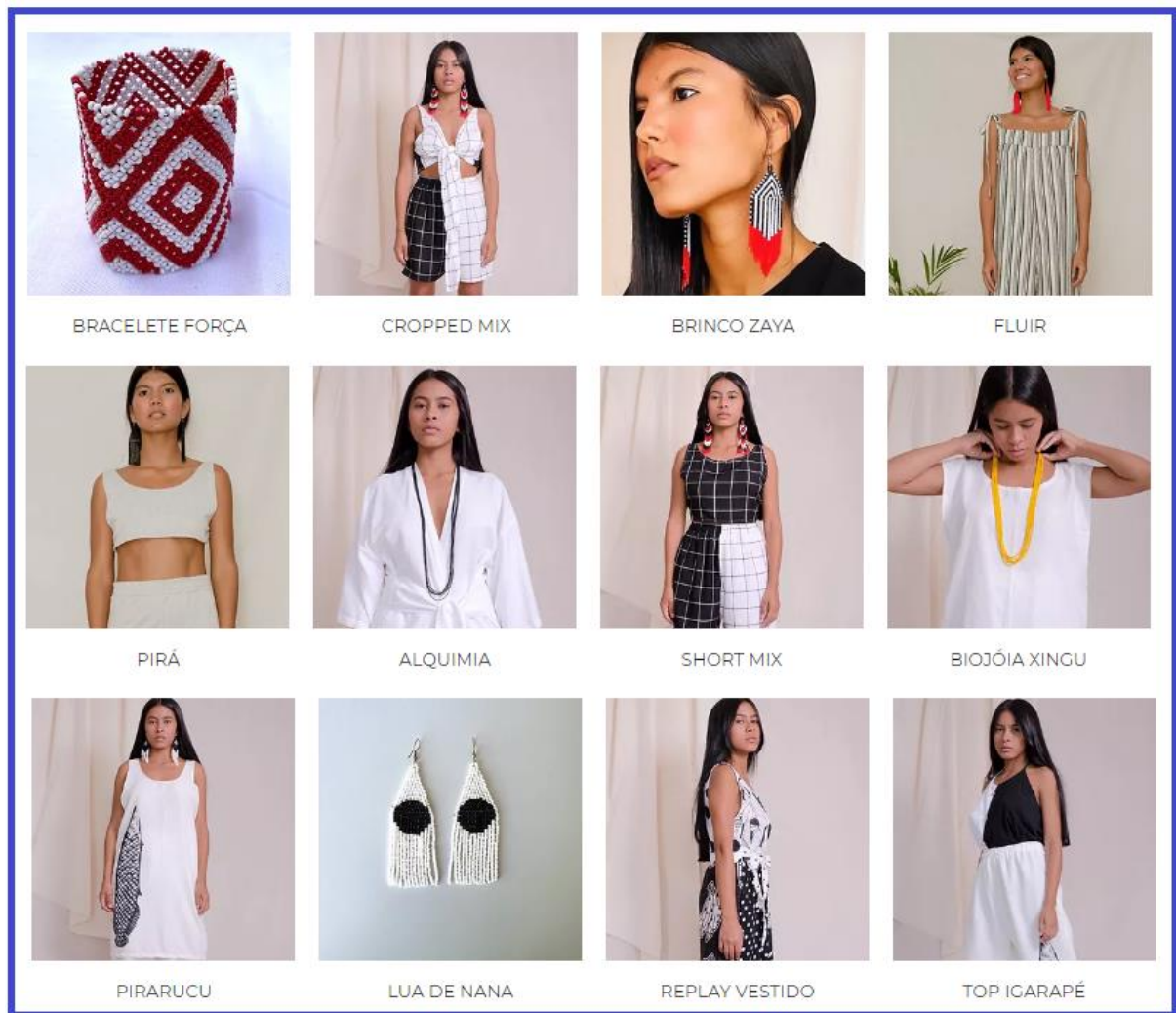
Fonte: <https://www.nalimo.com.br/blog>

Figura 19 – Estampa Pirarucu



Fonte: <https://www.nalimo.com.br/product-page/camiseta-pirarucu>

Figura 20 – Loja *on-line* Nalimo



Fonte: <https://www.nalimo.com.br/shop?page=5>

Figura 21 – Bolsa-rede



Fonte: <https://www.nalimo.com.br/product-page/bolsa-rede>

Figura 22 – Vestido Trenzaz



Fonte: <https://www.nalimo.com.br/product-page/vestido-trenzaz>

Essas imagens comunicam as cores, modelagens e estampas vestidas e criadas pelos corpos indígenas. São fotos clicadas na natureza, rio e floresta que transmitem leveza, solidez e sofisticação pela estética imagética e pela força política que as imagens conseguem retratar. O contraste das fotos e as sombras demonstram força, questionam e causa curiosidade. De forma poética e potente, a Nalimo comunica os trançados da bolsa de palha, as estampas pintadas a mão e as modelagens amplas e confortáveis que vestem o sujeito contemporâneo minimalista, sustentável e decolonial.

A figura 18 retrata o “conjunto paz”, tecido composto por linho 100% algodão e estampa pintada à mão pela estilista Dayana Molina. A maioria das peças disponíveis no site apresenta *status* “esgotado” (figura 20), mas na descrição delas é indicado que a peça é feita por demanda ou sob medida. Por meio do contato pelo *direct* do *Instagram* é possível também comprar peças que não estão expostas no site, pois esta plataforma vem dando problemas técnicos recorrentes. As vendas também ocorrem de forma presencial, no ateliê da Nalimo no Rio de Janeiro e desde junho de 2022, também em São Paulo, na “Galeria Como assim?”, no bairro Pinheiros. E de forma itinerante, as vendas acontecem na “Galeria Alice Floriano”, em Porto Alegre - RS.

Já a figura 19 retrata a estampa do Pirarucu que está presente em regatas, saias e vestidos. Esse peixe faz parte da cultura Amazônica, com forte conexão ancestral aos rios sagrados que os povos habitam, visível também na figura 21. Nesta

figura, o foco está na bolsa rede, feita por três gerações de mulheres da família da estilista, pois foi desenvolvida por Dayana Molina, sua mãe e avó Nana. Trabalho artesanal, trançado com fibras naturais e saberes brasileiros.

A figura 22 mostra o vestido Trenzadas feito em malha neoprene e alças de tricô confeccionadas manualmente. O destaque desse vestido é a estampa, desenvolvida com base em personalidades indígenas de afeto da estilista. São as mulheres da vida de Dayana representadas na peça, como sua avó Nana. Seguem imagens que ilustram a inspiração para o desenvolvimento desta peça e foram compartilhadas no *Instagram* de Dayana Molina (@molina.ela):

Figura 23 – Avó de Dayana Molina, inspiração para estampa do vestido Trenzadas



Fonte: <https://www.instagram.com.com/p/CezRd9Cpz4U/>

Figura 24 – Estampa do vestido Trenzas da Nalimo



Fonte: <https://www.instagram.com.com/p/CezRd9Cpz4U/>

Figura 25 – Avó Naná e Dayana Molina



Fonte: <https://www.instagram.com.com/p/CezRd9Cpz4U/>

A avó de Dayana foi quem a criou e educou, é nordestina, indígena, pernambucana, *fulni-ô*, exemplo de força e resistência ao preconceito e violência da sociedade brasileira. A criação da estampa é uma forma de celebrar mulheres que

são consideradas sementes pela estilista, pois se tornaram árvores firmes e geraram frutos. São mulheres de sua família, assim como companheiras de luta estampadas nas peças da Nalimo.

Sobre os desfiles de apresentação de coleções novas da Nalimo, geralmente são apresentadas no evento do Instituto Casa de Criadores, em São Paulo. O Instituto promove a educação, capacitação, visibilidade e pesquisa na área de moda autoral brasileira. É considerada a semana de moda mais politizada e diversa no cenário brasileiro, pois questiona padrões eurocentrados e promove a pluralidade de vozes. Em dezembro de 2020, no contexto de pandemia do covid-19, a Nalimo apresentou um *Fashion Film* da coleção “Corpo Território”, vídeo de 8 minutos e 4 segundos, disponível na plataforma de vídeos *Youtube*, canal da Casa de Criadores. No vídeo, a voz de Dayana Molina narra o discurso político e essência da marca, pede que parem de acabar com os direitos indígenas e parem de promover o genocídio contemporâneo.

Enquanto isso, modelos indígenas desfilam as peças da Nalimo, com predominância de cores preto, branco e vermelho, estilo minimalista, peças amplas e confortáveis, sem gênero e com acessórios feitos em parceria com artesãs indígenas brasileiras. Destaca-se o uso do tênis *All star*, modelo clássico dos Estados Unidos, demonstrando que as inspirações são ancestrais e ao mesmo tempo presentes, são diferentes mundos que coexistem, dos povos indígenas inseridos no contexto capitalista, pois relacionam as referências de suas vivências e as representam em diálogo com sua essência. A seguir imagens do vídeo:

Figura 26 – Nalimo: Coleção Corpo Território



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kl4cYL-4qI4>

Figura 27 – Mundo que caiba muitos mundos



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kl4cYL-4qI4>

Figura 28 – Minimalismo



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kl4cYL-4qI4>

A segunda coleção apresentada na Casa de Criadores foi no ano 2021, intitulada: “Carta para *nuestros abuelos*”, em português significa “Carta para nossos avôs”, fruto de uma viagem de Dayana Molina e sua assistente Gabi Lecoña para as montanhas da Bolívia, região de origem dos povos andinos *aymara*, dos avós paternos de Dayana. Essa coleção retratou a memória e cosmovisão de seus ancestrais em têxteis manuais, ponchos e franjas.

Essa apresentação foi em formato de *Fashion Film* no Youtube, vídeo de 3 minutos e 10 segundos disponível no site da Casa de Criadores, protagonizado pela atriz Zahy Guajajara, que performa narrando com dialeto de seu povo (*Ze'enEté*). O vídeo trata sobre o ciclo de existência: nascimento, vida e morte, de forma impactante pelas tonalidades de vermelho, pinturas corporais, áudio de suspense e iluminação

com bastante contraste de luz e sombra, que gera profundidade e reflexão sobre a valorização da vida e luta indígena.

As apresentações da Nalimo focam na reflexão, impacto e no questionamento sobre direitos indígenas, pois a marca de moda age de forma ativista, comunica por meio da roupa o contexto indígena no Brasil e clama por transformações, inclusão e respeito. Imagens da coleção “Nuestros abuelos”:

Figura 29 – Coleção Nuestros Abuelos



Fonte: <https://casadecriadores.com.br/nalimo>.

Figura 30 – Kimono bordado



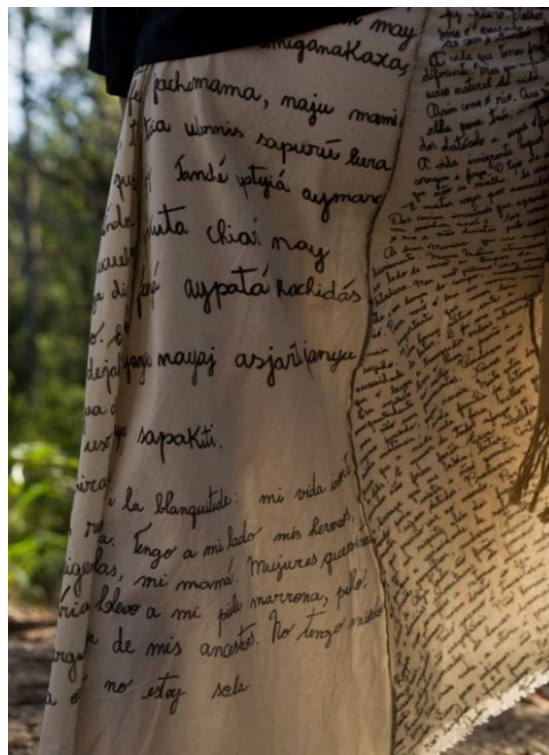
Fonte: <https://casadecriadores.com.br/nalimo>.

Figura 31 – Manualidades afetivas



Fonte: <https://casadecriadores.com.br/nalimo>.

Figura 32 – Estampa com dizeres indígenas escritos manualmente na peça



Fonte: <https://casadecriadores.com.br/nalimo>.

Já a apresentação da Nalimo na Casa de Criadores em 2022, ocorreu dia 7 de julho, na passarela presencial, em São Paulo. O desfile abriu a semana de moda da Casa de Criadores, reforçando caráter de inovação e questionamento político que fundamentam o evento. Essa semana de moda autoral e independente completa 25 anos na edição em comento, em que a moda é retratada para além da materialidade de vestir o corpo, buscam-se novas formas de expressões, para além do aspecto físico. No caso da Nalimo, o nome da coleção é “Memória”, 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).

Durante o desfile, modelos carregavam faixas com os seguintes dizeres: “Pare o genocídio indígena” (em português e inglês), “SOS Yanomami” e “SOS Kaiowá”. Dayana Molina entrou no final do desfile segurando um dos cartazes-manifesto. Assim, Dayana trouxe a essência da Nalimo para a passarela, seu valor de cultura imaterial, que gera questionamentos, possibilita a promoção de mudanças positivas para a luta indígena brasileira e representa os povos indígenas por meio da marca de moda Nalimo. A seguir, imagens da coleção “Memória” desfilada em julho de 2022, na Casa de Criadores em São Paulo:

Figura 33 – Coleção 2022: Memória



Fonte: <https://elle.com.br/moda/nalimo-e-guma-joana-reforcam-vies-inovador-da-casa-de-criadores>

Figura 34 – Equipe Nalimo 2022



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CfuV6y9v4g-/>

Figura 35 – Modelos Nalimo



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CfuV6y9v4g-/>

Figura 36 – Passarela Nalimo



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CfuV6y9v4g-/>

Figura 37 – Pare o genocídio indígena



Fonte: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/moda/casa-de-criadores-50/nalimo/1803079/colecao/2/>.

Figura 38 – SOS Yanomami



Fonte: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/moda/casa-de-criadores-50/nalimo/1803079/colecao/2/>.

Ao analisar as fotos, percebe-se a predominância da paleta de cores que acompanha a maioria das coleções da Nalimo: preto, branco e vermelho, características do minimalismo em cores que fazem sentido para a comunicação de seu propósito de marca. O uso do vermelho nas pinturas corporais é uma característica forte da marca, expressam luta e seriedade para a causa. A modelagem das peças é ampla, com tecidos naturais como linho e algodão e acessórios feitos em colaboração com indígenas de diversas etnias e quilombolas da Bahia.

Sobre as prospecções que Dayana vislumbra para o futuro da Nalimo, em entrevista do dia 22 de novembro de 2021, defende a relação entre moda e decolonialidade para uma perspectiva mais diversa, pluriversal e inclusiva, é uma construção diária, então suas reflexões sobre o futuro da moda se conectam com a mudança de pensamento e comportamento da sociedade como um todo:

[...] ter um pensamento crítico que produz uma mudança sistêmica. Entende? Esse pensamento crítico, ele muda a indústria da moda e é esse o meu objetivo de futuro. Mudar a visão das pessoas com relação ao que a gente está produzindo, e essa produção vai muito além de matéria, é imaterial o que a gente está fazendo e o que a gente está

escrevendo, sabe? Eu não consigo imaginar a história dessa moda ancestral, sem falar desses movimentos que eu vim fazendo e tocando. Então, daqui a 20, 30, 40, 50 anos a gente vai ter que olhar para isso e olhar para as referências que são as primeiras, que eu começo a escrever dentro de uma linha crítica entendendo o que é esse mercado, o que a minha atuação no mercado e o que isso produz, entendeu? Dentro desse âmbito do pensamento mesmo (Entrevista com Dayana Molina 22/11/2021).

As prospecções da Nalimo são ancestrais, sua existência é fruto de uma potência indígena ativa e questionadora da colonialidade do poder, saber e ser no Brasil. É enxergar a luta dos Yanomami que sofreram e sofrem violência de garimpeiros ilegais na Amazônia e continuar lutando, é assistir o assassinato de Bruno Pereira e Dom Philips que agiam em prol da natureza e do bem estar dos indígenas e buscar forças na resistência de existir no Brasil como sujeito de direitos, sujeito cultural e potência criativa na moda. A caminhada na Nalimo é sobre fazer o movimento continuar rumo a decolonialidade, é inspirar novas narrativas construídas por meio da moda brasileira.

5.2 RELAÇÃO DO MOVIMENTO DECOLONIAL NA MARCA DE MODA NALIMO

De acordo com o autor Gonzaga (2021, p. 115, grifo do autor):

[...] No Brasil, o conceito da palavra 'decolonial' tem sido ligado à recepção de estudos do grupo conhecido como Modernidade/Colonialidade/Decolonialidade (MCD) constituídos por pesquisadores latino-americanos influentes nas Américas, tais como Aníbal Quijano, Walter Dignolo e Catherine Walsh.

Esse movimento decolonial propõe a busca por ações e formas de pensar que emanem da própria cultura local, ressaltando-a diante da globalização e do silenciamento de culturas subalternizadas. No caso desta pesquisa, essas ações são realizadas por meio da moda criada pela marca Nalimo, entendida como mediadora entre a capacidade inventiva dos componentes indígenas da marca e suas atuações no mercado de moda e de forma social, global.

Nesse sentido, o segundo eixo temático para análise de conteúdo conforme Bardin (2004), no caso desta pesquisa, se relaciona ao movimento decolonial latino-

americano imbricado nas ações da Nalimo. De acordo com Dayana, a marca é decolonial e se conecta com o movimento de acordo com a seguinte perspectiva:

Então eu vejo a Nalimo dentro de uma vertente muito além, mas muito além mesmo, dessas discussões comuns e que também tem uma conexão forte com o processo decolonial, porque eu produzo isso. E eu como autora e liderança criativa de uma marca que eu conduzo, automaticamente, esse pensamento crítico está inserido no meu processo criativo. Então quando eu estou falando de decolonialidade, eu não estou falando na teoria de um livro, eu estou falando de chegar dentro de uma aldeia, de empoderar meninas que estão neste contexto e de empoderar mulheres também indígenas na cidade, na periferia, em todos os lugares desse Brasil e falar: a gente está criando um movimento colaborativo e real. E essa relação, não tem nada mais decolonial que isso! (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021).

Dayana 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 Dayana enquanto ser humano conectado com suas raízes ancestrais, como ela citou, 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 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 de criação, processo produtivo, produto final e relacionamento com o cliente. Essa luta constante contra a colonialidade na moda tem sido feita de forma orgânica, fluida e de forma colaborativa, 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 (Entrevista com Dayana Molina, 22/11/2021).

Esse movimento é dialético, se constitui na prática real. De acordo com Vieira Pinto (1979), o pensamento dialético nos explica que não existe começo absoluto no tempo, não tem sentido se questionar de 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 vivência desses povos, são eles que dão vida ao movimento no Brasil, pelo fato de existirem e construírem seus espaços e suas narrativas.

Portanto, a Nalimo pode contribuir para a representatividade do povo indígena do Brasil por meio do legado que tem gerado para a sociedade, seja por meio das roupas, mas principalmente pelo que simbolizam, a história que cada peça conta, a escolha das cores, a inspiração nas florestas... essas referências narram a vida de Dayana Molina, assim como de todas as mulheres indígenas que fazem parte da marca. Os desfiles de 2020, 2021 e 2022 na Casa de Criadores de São Paulo fazem parte dessa representatividade, a atuação política de Dayana no *Fashion Revolution* e espaços de televisão nacional, assim como sua atitude generosa em uma entrevista para uma pesquisadora acadêmica. É essa soma de movimentos contínuos de uma história que está sendo (re)escrita que possibilita a decolonialidade na moda brasileira.

Em resumo, a nossa contribuição tem um valor de cultura imaterial, porque a relação dessa preservação da cultura imaterial, ela empodera, dá autonomia e fortalece os povos indígenas ou quilombolas. Então é uma relação profundamente cultural. E isso inspira mudanças porque traz essa relação da consciência e essa consciência fortalece esse patrimônio imaterial de valor cultural imensurável (Entrevista com Dayana Molina, 22/06/2022).

Materializada nesta pesquisa científica como produto da cultura com o modo de pensar lógico-dialético, “[...] pois ciência é um dos elementos criadores de cultura, sendo ao mesmo tempo produzido por esta” (VIEIRA PINTO, 1979, p. 54). Portanto, é por meio da colaboração, da escuta e da união da diversidade de saberes e culturas que se trabalha em busca de possibilidades de compreensão mais ampla das dinâmicas de raça, crença, fazeres e saberes em uma sociedade brasileira colonial.

De acordo com Hooks (2020, p. 78) “[...] colaboração é a prática mais efetiva para permitir que todas as pessoas dialoguem juntas, para criar uma nova linguagem de parceria comunitária e mútua.” Essa nova linguagem é a decolonialidade relacionada com a moda brasileira, possibilitando transformações sistêmicas seja na prática criativa e no pensamento pluriversal que abarca a concepção de diversas realidades dentro da moda brasileira, assim como sua cultura, diversa, potente e múltipla. É por meio da caminhada que se constroem vias regenerativas da sociedade.



6 DECOLONIZAR RECOMEÇOS: CAMINHOS FINAIS OU INICIAIS?



6 DECOLONIZAR RECOMEÇOS: CAMINHOS FINAIS OU INICIAIS?

O processo de escrita nos distancia do mundo externo, para um profundo mergulho dentro de nós mesmos. É embarcar na travessia de pensar por escrito e fazer o mundo caber em palavras. Palavras que são sementes decoloniais.

(Suene Bandeira, 2022)

Esse processo temporário de interiorização, conecta o pesquisador com a liberdade da escrita ao materializar de forma orgânica as relações desenvolvidas na pesquisa científica. O resultado é um caminho objetivo e subjetivo trilhado pela operacionalização de métodos que delineiam a relação entre moda e decolonialidade no contexto brasileiro, objeto desta pesquisa, construído pelo diálogo bibliográfico, estudo de caso, análise de conteúdo e aprendizados ancestrais com a estilista e “ativista” indígena Dayana Molina.

O interesse por esta pesquisa irradia uma luz que é interna e se reflete ao redor. É fruto dos atravessamentos entre moda, cultura, política e sociedade desenvolvidos nos cursos de Direito e de Design de Moda, na monitoria, no estágio docência, no projeto de extensão do Museu Dom Paulo Libório (PI), nas disciplinas cursadas no Mestrado, nos artigos desenvolvidos, na minha vivência como mulher nordestina, na troca de conhecimentos com a orientadora (que fala de design e cultura material com brilho nos olhos) materializados nesta dissertação. São os encontros e desencontros das contradições existenciais. E são as notícias absurdas sobre violência e preconceito às culturas originárias brasileiras, reflexo do pensamento colonial e racista da sociedade.

Possibilitar transformações positivas no mundo, é isso que inspira a pesquisa e inspira a vida. Saber que a minha existência pode fortalecer resistências indígenas e consequentemente, a natureza, é o meu propósito. Mesmo que “eu não possa mudar o mundo, mas eu balanço, mas eu balanço mundo” (trecho da música “Balançeiro” de Juliana Linhares). O percurso desta pesquisa se iniciou durante a pandemia do Covid-19 (SARS-CoV-19), em novembro de 2020 e se desenvolveu de modo remoto, pesquisando de Teresina (PI) em conexão com ensinamentos de Pernambuco, assim como do Rio de Janeiro, com a Dayana Molina. As limitações dos encontros *on-line* instigam para a continuidade da pesquisa, da troca olho-no-olho,

conhecer peças da marca Nalimo e suas texturas e estabelecimento de conexões pós dissertação.

De fato, o encontro remoto gerou muitas vantagens para o desenvolvimento desta pesquisa, conectou pessoas diversas sem o custeamento de deslocamento, considerando o contexto brasileiro em que se vive, pois a ciência carece de valorização do governo e investimentos em educação.

O intuito desta pesquisa é contemplar os objetivos delineados para este estudo, de forma geral, foi realizada análise da marca brasileira Nalimo (2020-2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros. Para isso, o primeiro capítulo desta dissertação mapeou o movimento decolonial na América Latina e suas influências na moda brasileira em 2020-2021.

Nesse momento inicial, foi descrita a genealogia do pensamento decolonial, suas influências e formação do Grupo Modernidade/Colonialidade em 1998, este grupo de intelectuais promoveu discussões críticas sobre a realidade cultural e política latino-americana, incluindo conhecimento subalternizado de grupos explorados e oprimidos, a fim de contribuir para a renovação do pensamento que rege as ciências sociais latino-americanas. Com o embasamento teórico nos intelectuais do movimento como Escobar (2003; 2016), Dussel (2000) e Ballestrini (2013), dentre outros autores que complementam o cenário colonial de invisibilidade de culturas, como os brasileiros Freire (2007) e Vieira Pinto (1979).

Por conseguinte, foram apresentadas as influências do movimento decolonial na moda brasileira no recorte entre os anos 2020 e 2021. Nesta subseção foi relatado o contexto de surgimento da moda ocidental capitalista, suas características, início do pensamento decolonial brasileiro e a relação com a moda. Por fim, especificou-se a decolonialidade na moda indígena brasileira, foco de estudo desta pesquisa.

Assim, foi possível compreender que o movimento decolonial da América Latina representa um manifesto de reflexão contínua sobre o pensamento decolonial nas sociedades. O Grupo idealizador do movimento encontrou inspiração em um amplo número de fontes e acontecimentos desde os anos 60 e 70, como as teorias críticas europeias e norte-americanas da modernidade até o grupo subalternos asiático e latino-americano. Ou seja, esse movimento retrata uma realidade já existente nas estruturas latinas e brasileiras, mas que foram invisibilizadas durante

séculos, em que a visão única da sociedade se baseava na existência de apenas uma realidade para uma diversidade cultural de mundos.

Escobar (2014) ensina sobre o pluriverso, coexistência de mundos diversos, assim como utiliza o “diseño”, como agente criador de formas de ser e que por meio da pesquisa e reflexão crítica constrói novas mundidades relacionais, ou seja, novas formas de construir o mundo. Nesse caso, a moda, não tem que continuar a ter normas e linguagens únicas, ela pode (e deve) ser múltipla e valorizar indígenas sem que esteja “fazendo um favor” a eles, esses povos possuem autonomia, potencialidade e criatividade para ocupar os lugares que quiserem ocupar. Liberdade para construir mundos que se conectem pelas pontes do respeito, diálogo e da colaboração, pois a moda decolonial é o empoderamento da própria cultura, é a manifestação política de comportamentos em fios tecidos e entrelaçados pela incansável luta indígena.

O segundo movimento desta pesquisa foi mobilizado a atender ao objetivo específico de identificar o contexto sócio-histórico e cultural da decolonialidade na moda brasileira. A contextualização da moda decolonial foi realizada por meio da pesquisa bibliográfica de teóricos da historicidade da moda de forma geral e local, assim como contribuições de intelectuais decoloniais latino-americanos. Citam-se contribuições de Lipovetsky (2009), Calanca (2011) e Carvalho (2016).

Para isso, a moda foi descrita desde sua institucionalização social no contexto de surgimento do Ocidente, sentido etimológico da palavra e suas conexões com efemeridade, capitalismo e burguesia. A moda é fenômeno inseparável do mundo moderno ocidental, a significância de poder era demonstrada pelas cores, modelagens e demarcação de identidades e superioridades.

Características que fazem parte da moda na contemporaneidade, ao se referir a moda como sistema capitalista global voltado para o consumo e adaptação a padrões de ser e parecer na sociedade. Portanto, foi realizado recorte acerca de qual nicho da moda é retratado nesta pesquisa, a moda *slow fashion*, que não se guia apenas por tendências momentâneas e padrões europeus, possui seu próprio tempo e suas próprias inspirações. É sabido que não se pode mudar a moda, ou até mudar o mundo, o que se pode fazer é usar ferramentas de sabedoria e pensamento crítico para criar outros mundos, plurais, assim como mundos da moda coexistentes em harmonia e ética.

No segundo momento deste capítulo, foram apresentadas algumas marcas que dialogam com a decolonialidade na moda e que são esperanças de mudanças positivas nesse cenário. Porém, é importante destacar que esse é um movimento emergente, inicial e em minoria. A moda é majoritariamente elitista e racista, constatação feita por resultado da pesquisa, diálogo entre autores e entrevistas com Dayana Molina, em que indígenas e negros não tomam posições de decisões no âmbito da moda, o casting de modelo por exemplo, se diz inclusivo com apenas 3 indígenas em uma semana de moda global. É preciso de união e criação de manifestos sobre as problemáticas da moda e endereçar dizeres aos diretores de moda, donos de agência e pessoas envolvidas na moda brasileira, questionando mudanças efetivas, pois é preciso ser revolução.

No terceiro capítulo desta dissertação, foi apresentada a metodologia para a pesquisa de estudo de caso, em que os processos foram descritos de forma detalhada (YIN, 2001). A caracterização da Nalimo, sua história, valores, gestão, essência e prospecções, essas informações compuseram o primeiro eixo temático.

Então, foi realizada a análise da Nalimo, como possibilidade de representação cultural dos povos originários. Os dados da pesquisa bibliográfica e das entrevistas realizadas com a Dayana Molina foram analisados em conformidade com a literatura estudada e rebatimento de teóricos. O segundo eixo temático de análise foi sobre a relação do movimento decolonial na marca de moda Nalimo.

Os resultados foram discutidos na perspectiva dialética e no método de análise de conteúdo de Bardin (2004), então primeiramente foi feita pré-análise, que consiste na sistematização de ideias feita pela leitura exploratória dos dados obtidos na pesquisa bibliográfica inicial e transcrições das entrevistas. Em seguida, na fase de exploração dos dados foi feito aprofundamento do estudo com anotações, produção de relações e constituição dos eixos temáticos de análise.

A terceira etapa é a manifestação dos resultados pela descrição detalhada, em diálogo fundamentado em autores como Gonzaga (2021), Hooks (2020) e Escobar (2014) e finalizando com a interpretação das entrevistas e dados da pesquisa bibliográfica, constituindo relações entre relatos da Dayana Molina, teóricos e pesquisa. A interpretação é a síntese criativa dos eixos temáticos que buscam contemplar os objetivos de pesquisa. Essas análises também envolveram as imagens da Nalimo, vestuário, fotos, ensaios fotográficos disponíveis no site e redes sociais.

Nesse sentido, o método científico possibilita a combinação de diversas lentes, aberturas e distâncias, considerado algo como o telescópio, que produz diversas maneiras de se analisar a relação entre moda e decolonialidade no Brasil. As entrevistas não estruturadas com a Dayana Molina ocorreram de forma remota nos dias 22/11/2021 e 22/06/2022, focadas no terceiro objetivo específico desta dissertação, baseado em caracterizar a marca de moda “Nalimo” como possibilidade de representação do povo indígena. Nesses diálogos com a Dayana foi possível conhecer aspectos subjetivos da marca, para além das informações disponíveis na *internet*, como a essência, valores, história, gestão, projeções da marca e relações com povos indígenas e quilombolas.

A Nalimo é uma extensão da Dayana Molina, são as materializações de sua luta indígena pelo antirracismo, pelo respeito, empoderamento, valorização e inclusão. Portanto, Dayana e as mulheres que compõem a marca seguem o fluxo da moda sobrenatural onde 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, as entrevistas sanaram dúvidas sobre a marca, atualizações sobre mudanças de localidade, pois durante a pesquisa a marca Nalimo mudou de Niterói para São Paulo, alcançando voos que conectam mais pessoas engajadas com a causa indígena e gerando transformações na moda, mesmo que ainda em minoria. Essa revolução é no mercado de moda, na pesquisa acadêmica, nas semanas de moda, nos processos criativos e na autonomia de povos originários.

Portanto, a contribuição da Nalimo para a representatividade da cultura originária brasileira possui valor de cultura imaterial, possibilitando o fortalecimento, fomentando e gerando autonomia aos povos quilombolas e povos indígenas. Atuação pautada em valores éticos e sociais, pois cocria um futuro mais social, responsável e sustentável baseado no diálogo e na utilização de recursos renováveis, onde se valoriza e potencializa a ancestralidade. A Nalimo é uma marca de moda que não gera o desejo apenas pelo intuito material, mas esse desejo é pautado pela revolução cultural e política, minimizando os impactos na natureza e plantando sementes decoloniais na sociedade brasileira.

O desenvolvimento desta dissertação inserida na Linha de Pesquisa Design, Cultura e Artes do Programa de Pós-Graduação em Design da UFPE, contribui para o fomento da relação entre moda e decolonialidade no âmbito

acadêmico, para que futuras pesquisas questionem a narrativa única da sociedade brasileira seja no design, na moda ou em outras áreas da sociedade e cultura, visto que o PPG é transdisciplinar e diverso. O movimento decolonial contribui para o diálogo construtivo horizontal entre pesquisadores e cultura originária brasileira, com o intuito de gerar possibilidade de reflexões críticas para além da superfície do conhecimento, assim como para além da superfície da roupa. Considerando que essas reflexões ainda carecem de muita pesquisa e visibilidade na sociedade brasileira, este trabalho será continuado na via acadêmica, devido à aprovação no Doutorado em Design no PPG da UFPE, seleção de 2022.

Portanto, as manualidades afetivas da Nalimo, criadas pelo time da Dayana Molina retratam a conexão do ser humano com o território, da cultura indígena com o fluir do rio, comunica sociedade e realidade política em movimento dialético que transborda na materialização artesanal da marca de moda. É direito dos povos originários que ocupem espaços em que não precisem se abreviar para pertencer. Que esta pesquisa-manifesto inspire o design de moda decolonial para fertilizar transformações epistêmicas no pensar e agir social, sendo semente de realidades pluriversais.

REFERÊNCIAS

ABEST-Associação Brasileira de Estilistas. **Ronaldo Fraga abriu o SPFW N51 e apresentou a coleção Terra de Gigantes**. Junho, 2021. Disponível em:< <https://abest.com.br/colecoes/ronaldo-fraga-abriu-o-spfw-n51-e-apresentou-a-colecao-terra-de-gigantes/>> Acesso em: 12 jan. 2022.

Abit – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. **Indústria têxtil e de confecção faturou R\$ 194 bilhões em 2021**. 25 de janeiro de 2022. Disponível em:< <https://www.abit.org.br/noticias/industria-textil-e-de-confeccao-faturou-r-194-bilhoes-em-2021#:~:text=As%20proje%C3%A7%C3%B5es%2C%20segundo%20a%20Associa%C3%A7%C3%A3o,da%20entidade%2C%20Fernando%20Valente%20Pimentel>> Acesso em: 25 junho 2022.

ACOSTA, A. **O Bem Viver**: uma oportunidade para imaginar outros mundos. São Paulo: Autonomia Literária, Elefante, 2017. Disponível em:<<https://autonomialiteraria.com.br/book-author/alberto-acosta/>>. Acesso em: 27 maio 2022.

AFP - Agência de Notícias Francesa. Dom Philips e Bruno Pereira: um fim trágico para dois amantes da Amazônia. **Carta Capital**. 16/06/2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/dom-phillips-e-bruno-pereira-um-fim-tragico-para-dois-amantes-da-amazonia/>> Acesso em: 16 jun. 2022.

AZEVEDO, Fernando de. **A cultura brasileira**. 7 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2010.

BANDEIRA, Hilda Maria Martins Bandeira. **Diário pedagógico**: o uno e o múltiplo das reflexões docentes. 2 ed. Curitiba: Editora CRV, 2021.

BANDEIRA, Suene Martins; CAVALCANTI, Virginia Pereira. A moda decolonial como expressão cultural. **Anais do 16º Colóquio de Moda**. 2021. Disponível em:< http://anais.abepem.org/getTrabalhos?chave=SUENE+MARTINS&search_column=autor> Acesso em: 3 maio. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3 ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro gráfico, 1988. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm> Acesso em: 4 novembro 2021.

BALLESTRINI, Luciana. América Latina e o giro decolonial. **Rev. Bras. Ciên. Polít.**, Brasília, n.11, p.89-117, agosto. 2013. Disponível em:< <https://doi.org/10.1590/S0103-33522013000200004>> Acesso em: 12 maio 2022.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução de Renata Ambrosio. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

CAPES. **Catálogo de teses e dissertações.** Disponível em:

<<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>>. Acesso em: 20 março 2022.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito:** manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016.

CASARIN, C.; ROSA JÚNIOR, J. D.; SANTOS, H.; COSTA, C. A.; MEDRADO, M. A. A moda e a decolonialidade: encruzilhadas no sul global. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 01-12, 2022. DOI: 10.5965/25944630622022e0146. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/20146>. Acesso em: 24 jun. 2022.

CHEPTULIN, Alexandre. **A dialética materialista:** categorias e leis da dialética. São Paulo: Editora Alfa-Ômega, 2004.

COLÓQUIO DE MODA. **Cronograma de apresentações Colóquio 2021.** Disponível em: < <https://coloquiomoda.com.br/wp-content/uploads/2021/09/CRONOGRAMA-DE-APRESENTACOES-COLOQUIO-2021-7.pdf>> Acesso em: 6 dezembro 2021.

DESCARTES, René. **O Discurso do método.** Tradução: Ciro Mioranza. São Paulo, SP. Editora Escala, 1994.

DENZIN, Norman K; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa:** teorias e abordagens. Tradução: Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DUSSEL, Enrique. Europa, modernidad y eurocentrismo. In: LANDER, Edgardo (coord.). **La colonialidad del saber:** eurocentrismo y ciencias sociales, perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: Clacso, 2000.

ESCOBAR, Arturo. Mundos y conocimientos de outro mundo – O programa de investigaci3n de modernidade/colonialidad latino-americano. **Revista Tabula Rasa**, n.4, p. 50-161, 2003.

ESCOBAR, Arturo. **Autonomía y diseño:** la realizaci3n de lo comunal. Popayán: Universidad del Cauca, 2016.

ESCOBAR, Arturo. **Designs for the Pluriverse:** Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds. Durham and London: Duke University Press, 2018. Disponível em:< <https://b-ok.lat/book/5259810/f99d03>>. Acesso em: 2 junho 2022.

ESCOBAR, Arturo Mundos y conocimientos de outro mundo – O programa de investigaci3n de modernidade/colonialidad latino-americano. **Revista Tabula Rasa**, n.4, p. 50-161, 2003.

ESCOBAR, Arturo **Sentipensar con la tierra**: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia, Medellín, UNAULA, 2014.

FASHION REVOLUTION BRAZIL. **Semana Fashion Revolution**, 2022. Disponível em:< <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>> Acesso em: fev. 2022.

FAVALLE, Patrícia. Mulheres que inspiram: aos 12 anos, Catarina Lorenzo é ativista ambiental internacionalmente. **Harper's Bazaar Brasil**. 17 ago. 2020. Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/estilo-de-vida/mulheres-que-inspiram-aos-12-anos-catarina-lorenzo-e-ativista-ambiental-internacionalmente/>> Acesso em: 2 abril. 2022.

FERREIRA, Manoela Bernardi. A aparência da política: a apropriação da moda e dos signos de luta pelas mulheres no contexto da Revolução Francesa, de 1798 a 1793. **Trabalho de conclusão de curso**. Universidade Federal de Santa Catarina – Bacharelado em História, 2016. Disponível em:< https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/179556/TCC_final_rev_17_julho_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 23 abril 2022.

FLETCHER, Kate. **Moda & sustentabilidade**: design para a mudança. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

FREIRE, Paulo. **Política e educação**. Indaiatuba, SP: Villa das letras, 2007.

FLUSSER, Vilém. **Mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. Organizado por Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2017.

GOOGLE ACADÊMICO. Disponível em:< <https://scholar.google.com.br/?hl=pt>> Acesso em: 6 dezembro 2021.

GONZAGA, Alvaro de Azevedo. **Decolonialismo indígena**. São Paulo: Matrioska, 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**: fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados e como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.

GROSFOGUEL, Ramón. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 80, p. 115-147. JONES, Branwen (ed.) (2006). *Decolonizing international relations*. Lanham: Rowman & Littlefield.

GRUPO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS SUBALTERNOS. RBCPed11.indd 114 26/06/13 18:20 América Latina e o giro decolonial 115 “Manifiesto inaugural”, em CASTRO-GÓMEZ, Santiago & MENDIETA, Eduardo (orgs). *Teorías sin disciplina: latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*. México: Miguel Ángel Porrúa, 1998.

HOOKS, Bell. **Ensinando pensamento crítico**: sabedoria prática. São Paulo: Elefante, 2020.

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 2021.

INGOLD, Tim. **Trazendo as coisas de volta à vida**: emaranhados criativos num mundo de materiais. Horizontes antropológicos [online], 2012, vol. 18, n.37, pp. 25-44. ISSN 0104-7183. Disponível em:< <https://doi.org/10.1590/S0104-71832012000100002>> Acesso em: 5 agosto 2021

IMAGEM DA CAPA DA DISSERTAÇÃO. **Revista Happers Bazaar**. Novembro de 2021. Thayná Soares veste quimono Nalimo. Foto: Ivan Erick. Disponível em:< <https://harpersbazaar.uol.com.br/estilo-de-vida/mulheres-que-inspiram-thayna-soares-participa-ativamente-do-projeto-paratytemguarani/>> Acesso em: 30 junho 2022.

ISAAC SILVA BRASIL. **Nossa história**. 2022. Disponível em:< <https://www.isaacsilva.com.br/historia>> Acesso em 5 maio 2022.

KONDER, Leandro. **O que é dialética**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

KÖHLER, Carl. **História do vestuário**. 3 ed. São Paulo:WMF Martin Fontes, 2009.

KRUCKEN, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LANDER, Edgardo (coord.). **La colonialidad del saber**: eurocentrismo y ciencias sociales, perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: Clacso, 2000. Disponível em:< <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100708034410/lander.pdf>> Acesso em: 5 dezembro 2021.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia de pesquisa em ciências humanas. Belo horizonte/MG: UFMG, 1999.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, Verena Ferreira Tidei de. **Ensino superior de moda no Brasil**: práxis e insustentabilidade. 2018. 292 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). Universidade de São Paulo-USP, 2018. Disponível em:< <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-19122018-154908/pt-br.php>> Acesso em: 29 mai. 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. Tradução por Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MAIA, A. Notas sobre História da Moda e da Indumentária no Brasil e possíveis aproximações com perspectivas decoloniais. **dObras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 34, p. 200–224, 2022. DOI: 10.26563/dobras. i34.1483. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1483>. Acesso em: 20 jun. 2022.

MALDONADO-TORRES, Nelson. Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. In: CASTRO-GÓMEZ, Santiago & GROSGUÉL, Ramon (coords.) **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, Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATO, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MENDONÇA, Ana. ‘Cadê os Yanomami’: mistério do sumiço de aldeia mobiliza redes. **Estado de Minas**. 4 de maio de 2022. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2022/05/04/interna_nacional,1364240/cade-os-yanomami-misterio-do-sumico-de-aldeia-indigena-mobiliza-redes.shtml> Acesso em: 27 maio 2022.

MENINOS REI. **Quem somos**. 2022. Disponível em: <<https://meninosrei.com.br/quem-somos/>> Acesso em: 5 maio 2022.

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

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. São Paulo: Zahar Editora, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14 ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social: teorias, métodos e criatividade**. 25 ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2007.

MIGNOLO, Walter D. A opção de-colonial: desprendimento e abertura. Um manifesto e um caso. **Tabula Rasa** [online]. 2008, n.8, pp.243-282. ISSN 1794-2489. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892008000100013&script=sci_abstract&tlng=pt> Acesso em: setembro 2021.

MIGNOLO, Walter. **La opción decolonial: desprendimiento y apertura. Um manifesto y un caso**. Tabula Rasa, n.8, p. 243-282, 2008. Disponível em: <<http://www.revistatabularasa.org/numero-8/mignolo1.pdf>> Acesso em: 7 outubro 2021.

MOLINA, Dayana. Roupas manifesto: nossa pele no mundo. **Harper's Bazaar**. 29/03/2022. Disponível em:< <https://harpersbazaar.uol.com.br/estilo-de-vida/dayana-molina-roupa-manifesto-nossa-pele-no-mundo/>> Acesso em: 17 maio 2022.

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.

MORIN, Edgar. **É hora de mudarmos de via**: as lições do coronavírus. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2020.

Na COP26, mais de 130 empresas de moda prometem reduzir emissões de CO2. **ONU NEWS**. Nov. 2021. Disponível em:< <https://news.un.org/pt/story/2021/11/1769992#:~:text=O%20impacto%20da%20moda,emiss%C3%B5es%20pela%20metade%20at%C3%A9%202030.>> Acesso em: 11 mar. 2022.

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

NETTO, José Paulo. **Introdução ao estudo do método de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

OLIVEIRA, Júnior Maciel de. Et al. Moda e decolonialidade: processos de transformação cultural e social a partir de uma experiência de estudo. **Revista ANALECTA- Centro Universitário Academia**. V. 7, n.2, 2021. Disponível em:< <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/ANL/article/view/3079>> Acesso em: 13 jun. 2022.

QUIJANO, Anibal (2000). Colonialidad del poder y clasificación social. **Journal of world-systems research**, v. 11, n. 2, p. 342-386. Disponível em:< <https://jwsr.pitt.edu/ojs/jwsr/article/download/228/240/>> Acesso em: 20 novembro 2021.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Emílio ou Da Educação**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SANTOS, Heloísa Helena de Oliveira. Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. **Modapalavra**, Florianópolis, v.13, n.28, p. 164-190, abr./jun, 2020.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Companhia das letras, 2019.

SORDI, Chantal. 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.

SPFW. **Uma história de inclusão e diversidade**. Disponível em:<
<https://www.spfw.com.br/experience/post/spfw-uma-historia-de-inclusao-e-diversidade>> Acesso em: 5 dezembro 2021.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupa, memória, dor. Organização e tradução: Tomaz Tadeu. 5ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TORTORA, Phyllis G. Tortora (Ed.). **Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion**: Global Perspectives. New York: Oxford University Press, 2010, p. 159-170.

VIDAL, Júlia. **Cosmovisões x moda, qual a sua tendência?** Contribuições e proposições para uma moda étnica e ética. Rio de Janeiro: EDIND, 2020.

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

WALSH, Catherine. "Interculturalidad y colonialidad del poder. Un pensamiento y posicionamiento otro desde la diferencia colonial". In: MIGNOLO, Walter (ed). **Interculturalidad, descolonización del Estado y del conocimiento**. Del Signo: Buenos Aires, 2014.

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

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa**: do início ao fim. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2016.

APÊNDICE A – RESUMO PUBLICADO NO COLÓQUIO DE MODA 2021

A MODA DECOLONIAL COMO EXPRESSÃO CULTURAL

RESUMO

Este artigo objetiva refletir sobre a moda decolonial brasileira como manifestação cultural através da trajetória da estilista Dayana Molina. Dessa forma, a metodologia utilizada caracteriza-se pela pesquisa bibliográfica, fundamentada na análise de conteúdo, para produção e análise de dados. Por meio do diálogo com os autores Vieira Pinto (1979), Morin (2020), Escobar (2018) e Crane (2006) pretende-se constituir reflexões acerca do movimento decolonial e sua influência na moda atualmente (2021). Nesse sentido, relaciona-se os conceitos teóricos à narrativa da estilista Dayana Molina, mulher ativista que desenvolve ações decoloniais de forma pioneira no cenário brasileiro. Trata-se de ativismo político educacional na moda, que dá visibilidade, oportunidades de trabalho e vivência para a cultura indígena. Dessa forma, o pensamento decolonial questiona a dependência dos países ditos em desenvolvimento perante a hegemonia dos países europeus e Estados Unidos, nos campos do poder, do ser e do saber. Essa teoria desenvolveu-se nos anos 1990 na América Latina e sua influência no Brasil, impacta diversos campos epistemológicos, como o da moda enquanto manifestação de cultura e identidade. Destarte, Dayana Molina é estilista da marca Nalimo, assim como ativista indígena que defende a decolonização da moda, dando maior visibilidade e oportunidades para indígenas no âmbito da moda brasileira. Além disso, Dayana criou a Aldeia Criativa do Futuro, escola decolonial e sustentável com o foco em ensino, pesquisa e design de moda para indígenas de forma voluntária. É um projeto pioneiro na América Latina, em ensino gratuito sobre design criativo para indígenas, possibilita acesso à pesquisa e profissionalização indígena de forma democrática. Assim, a moda é potente marcador social, possui caráter efêmero e está em movimento de acordo com as necessidades e desejos da sociedade consumerista (CRANE, 2006). Mas não é definida apenas pelo seu caráter capitalista, é só uma de suas vertentes, pois a moda, materializada em indumentária, é sistema estruturante da cultura e identidade do ser humano, constrói e reconstrói memórias contadas por artefatos que simbolizam culturas. E no contexto deste trabalho, pretende-se refletir sobre as memórias

coloniais da moda brasileira, buscando a valorização e representatividade da cultura indígena originária. De acordo com Morin (2012), a cultura conecta a sociedade à sua humanidade, é geradora e regeneradora do desenvolvimento social e individual, pois constitui identidades culturais. Nessa perspectiva, a moda e indumentária também estão relacionadas à construção de repertórios identitários, roupas são codificadas com caracteres sociais e culturais de determinado contexto, ou seja, carregam em si o espírito do tempo. Portanto, este artigo dialoga com a influência da decolonialidade na moda brasileira, sendo instrumento de transformação social, cultural e política.

Palavras-chave: moda; decolonialidade; cultura.

APÊNDICE B – ROTEIRO DA PRIMEIRA ENTREVISTA COM A DAYANA MOLINA

I - Apresentação da pesquisa:

- 1 Agradecimento pela disponibilidade, pedir autorização para gravar conversa e garantir que esses dados serão usados apenas na pesquisa. Explicar como serão as perguntas, relacionadas à Nalimo, questões subjetivas sobre o processo de criação da marca, seus princípios e visão de mundo da Dayana Molina;
- 2 Apresentação da pesquisadora;
- 3 Objetivo geral da pesquisa: analisar a marca de moda brasileira “Nalimo” (2020-2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros;
- 4 Objetivo específico relacionado com a entrevista da Nalimo: caracterizar a marca de moda “Nalimo” como possibilidade de representação do povo indígena.

II – Questionamentos sobre a Nalimo

- 1 O que te motivou a criar a marca?
- 2 O que é moda para você?
- 3 O que te inspira ao acordar?
- 4 Quais os seus maiores sonhos?
- 5 O que fundamenta a Nalimo, princípios da marca, considerados as bases de sustentação?
- 6 Como se dá a decolonialidade dentro da Nalimo? Seja na criação do produto até chegar no consumidor final.
- 7 Como acontece o processo criativo da marca?
- 8 Qual a sua relação pós-venda com os consumidores?
- 9 Como se constrói essa via de mão dupla entre a Nalimo e os povos indígenas?
- 10 Qual sua visão sobre a crítica em relação à remuneração de produtos com significado indígena? Sobre essa “objetificação” indígena.
- 11 Como a sociedade pode contribuir para o desenvolvimento do pensamento decolonial brasileiro, dar maior visibilidade e representatividade para os indígenas por meio da moda?

12 Como funciona a escola de design de moda decolonial “Aldeia criativa do futuro: educação decolonial e sustentável”?

APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO CENTRO DE ARTES E EDUCAÇÃO DEPARTAMENTO DE DESIGN PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS)

Convidamos a Sra. Dayana Molina para participar como voluntária da pesquisa: “Vestir como cultura: moda e decolonialidade na marca Nalimo” que está sob a responsabilidade da pesquisadora Suene Martins Bandeira, com endereço: Rua Desembargador Adalberto Correia Lima, 1953, Bairro Ininga, Teresina-PI, CEP: 64049-680. Telefone: (86) 99903-5708. E-mail: suene.bandeira@ufpe.br.

Esta pesquisa está sob orientação da Professora Doutora Virgínia Pereira Cavalcante, do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, seu telefone é (81) 9145-5909, e-mail: virginia.cavalcanti@ufpe.br.

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde com a realização do estudo, pedimos que rubrique as folhas e assine ao final deste documento, que está em duas vias. Uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável.

A senhora estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

- **Descrição da pesquisa e esclarecimento da participação:** O propósito desta pesquisa é contribuir para a valorização da sociedade indígena brasileira, estudando marca de moda que defende a decolonialidade e valorização das culturas originárias. Dessa forma, o objeto de estudo da minha pesquisa é a Nalimo e o objeto de pesquisa é a relação entre moda e decolonialidade no Brasil. O objetivo geral é analisar a marca de moda “Nalimo” (2020-2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros. Nesse sentido, o procedimento para coleta de dados se dará por meio de entrevistas on-line com a Dayana Molina, estilista da marca Nalimo e por meio de questionários escritos, caso seja necessário.
- **RISCOS:** Possível invasão de privacidade, responder a questões sensíveis, ocupar o tempo do sujeito ao responder questionário e participar de encontros. Porém, os mesmos serão contornados, como medida de administração do risco de divulgação de informações, somente participantes da pesquisa terão acesso aos encontros e os dados coletados serão armazenados sob a responsabilidade das pesquisadoras. Os resultados obtidos nesta pesquisa serão utilizados para fins acadêmico-científicos e as pesquisadoras se comprometem a manter o sigilo.

- **BENEFÍCIOS diretos/indiretos** para os voluntários: Por meio dessa pesquisa, a marca de moda Nalimo terá maior visibilidade e representatividade no âmbito da moda e da pesquisa acadêmica, pois esse estudo gera reflexão crítica sobre assunto e permite a formação de diálogos decoloniais na moda. E de forma indireta, impacta positivamente nas culturas indígenas e na formação de conhecimento decolonial na sociedade.

Esclarecemos que os participantes dessa pesquisa têm plena liberdade de se recusar a participar do estudo e que esta decisão não acarretará penalização por parte dos pesquisadores. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa (gravações, fotos, entrevistas escritas), ficarão armazenados em computador pessoal, sob a responsabilidade do pesquisador, no endereço acima informado, pelo período de mínimo 5 anos após o término da pesquisa.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-judicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, a senhora poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: **(Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: cephumanos.ufpe@ufpe.br).**

(assinatura do pesquisador)

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)

Eu, _____, CPF _____, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo “Vestir como cultura: moda e decolonialidade na marca Nalimo”, como voluntária. Fui devidamente informada e esclarecida pela pesquisadora sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento/assistência/tratamento).

Local e data _____

Assinatura do participante: _____

Impressão
digital

Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar. (02 testemunhas não ligadas à equipe de pesquisadores):

Nome:	Nome:
Assinatura:	Assinatura:

APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DA PRIMEIRA ENTREVISTA COM DAYANA MOLINA

Nesta seção, segue a transcrição da entrevista com a estilista e diretora criativa da marca de moda Nalimo, Dayana Molina. Essa conversa ocorreu no dia 22/11/2021 por vídeo conferência e teve a duração de 47 minutos e 30 segundos. Na ocasião, Dayana respondeu a todas as questões de forma empática e solícita, empolgada em participar da pesquisa, pois um dos seus propósitos enquanto estilista ativista indígena é educar para a decolonialidade e construir essa história junto com os pesquisadores científicos, de forma colaborativa.

Pesquisadora: Pronto, deu certo a gravação. Então, eu queria fazer uma conversa leve, fazer perguntas mais subjetivas e sensoriais em relação à Nalimo e em relação a você, porque eu já pesquisei bastante, já li todos os seus textos que têm no site da Nalimo, entrevistas. Mas eu acho que é diferente quando eu tenho essa oportunidade de perguntar, saber diretamente, de forma bem leve, só para compor a pesquisa.

Me apresentando também, de forma breve, para não tomar muito tempo. Meu nome é Suene, eu sou de Teresina, no Piauí e eu faço mestrado em design na UFPE. Sou formada em direito e em design de moda e eu sempre tive esse interesse em trazer a moda mais voltada para o social, a moda além da roupa.

Então, durante a minha graduação eu participei de projeto de extensão relacionado à museologia, era uma área que eu gostava muito, então eu sempre via essa relação de contar histórias, preservar memórias e quando eu vi uma entrevista sua, acho que uma palestra na verdade, pra *Cesar School*, de Recife, sobre ancestralidade. A temática me tocou muito, porque veio essa relação de memórias, de como a minha pesquisa pode auxiliar de alguma forma a sociedade, de como eu posso contribuir, trazendo a pesquisa como essa voz mesmo. Então foi quando eu decidi fazer meu tema relacionado a essa interação da moda e da decolonialidade, em que eu vou analisar uma marca de moda que trabalha esse conceito, a Nalimo.

Vou falar meu objetivo geral aqui só para ficar mais claro, para fins acadêmicos, que meu objetivo geral é analisar a marca de moda brasileira “Nalimo” (2020 - 2021) como representante da relação entre moda e movimento decolonial no Brasil, em especial da cultura dos povos originários brasileiros. Vou trazer esse contexto histórico, relacionado à América Latina e um dos meus objetivos específicos que é do interesse dessa conversa, é: caracterizar a marca de moda Nalimo como possibilidade de

representação do povo indígena...trazendo a decolonialidade na marca, as ações e como ela impacta a sociedade.

E assim, para começar, eu queria te perguntar: o que te motivou a criar a marca e o que é moda para você?

Dayana Molina: Olha, o que me motivou a criar a Nalimo foi muito essa relação de entender que eu queria criar um negócio de impacto né, ambiental e social. Porque eu acredito em um conceito que eu tenho discutido muito, que é sobre a sustentabilidade social como um agente de inovação. A gente fala muito de tecnologia, de saberes inovadores, mas essa sustentabilidade social, ela tem uma relação profunda, por exemplo, com os povos originários e com as suas manualidades e toda relação ancestral que carrega todo esse código de preservação, de cuidado com o meio ambiente e de postura ética sobre o consumo. Então eu sempre falo que essa relação pós-colonização traz um monte de problemas, um monte de questões e uma dessas questões é esse consumo acelerado. Não existia esse consumo exagerado antes da colonização, a gente também tem que discutir que traz toda essa demanda de consumo, essa necessidade desse mundo tão acelerado e globalizado. E então, uma das coisas assim que eu pensava muito na Nalimo, que eu pensava muito antes de criar a Nalimo, é que existiam muitas marcas de moda e eu não precisava ser mais uma marca, sabe. O que que tinha de diferencial nisso?

Primeira coisa, era sobre o nível de representatividade, porque eu cresci sem me enxergar em nenhum espaço midiático ou artístico ou de protagonismo. Os corpos como os meus, como o meu, sempre estiveram em lugares que não tinham nenhuma relação com o conceito de beleza, né, essa beleza pautada sobre um valor eurocêntrico e que está muito desconectada por exemplo, dessas características que a gente carrega e que hoje eu me orgulho. Então esse nível da representatividade foi uma alavanca assim, para enxergar que eu precisava me sentir representada por essa moda, eu precisava também representar outras mulheres que também tem fenótipos como o meu e sentir orgulho do nosso cabelo, da cor do nosso cabelo, da cor da nossa pele, dos nossos traços, isso é um processo.

E eu sempre falo que a Nalimo é mais do que uma marca de moda, a Nalimo é um empreendimento feminino que empodera mulheres em sua produção e que tem um trabalho muito colaborativo e que eu também tento lembrar que toda essa relação com o capitalismo, toda essa relação de romantizar o empreendimento, ela está muito desconectada de que eu sou. Porque eu sou super pé no chão e eu sempre trago a

ideia de que moda é comportamento e moda é muito mais que uma tendência, sabe? É algo político, social. E quando a gente manifesta isso através de uma marca, essa marca já não tem só uma relação com a moda, só com a estética, ela é um agente de transformação no mundo.

E isso vai começar quando crianças olharem para campanhas da Nalimo e enxergarem pessoas como elas são: mulheres reais, mulheres indígenas de vários povos, de várias etnias e isso faz uma diferença gigantesca, porque todo esse abismo da falta de representatividade, ela pode ser sanada quando existe, por exemplo, uma marca ética e comprometida com os valores que preza.

E eu acho que essas são umas das minhas motivações assim, enxergar o mundo sob essa ótica, de uma mulher ativista, corpo racializado e que luta nesse contexto de representatividade, inclusão e também discute a questão do gênero da sociedade, discute questões que vão muito nesse sentido dessa sustentabilidade social, que eu acho que tem essa conexão com o fomento econômico, mas também tem por exemplo a conexão com a questão da luta feminista, sabe? De empoderar mulheres, de discutir gênero dentro da moda. Então isso também é um outro “rolê”, porque a moda, ela emprega 80% de mulheres na grande indústria, mas quantas dessas mulheres estão liderando esses cargos? Pouquíssimas, 5 %. Isso é muito pouco, né? Então, por exemplo, vivenciar essa experiência dentro da Nalimo também tem uma conexão com essa autonomia, com esse poder de liderança e de protagonismo. Eu trabalho com moda a 14 anos e aí nos último 5, eu estive a frente da minha própria marca dirigindo o processo criativo dela, então esse momento só começa a existir quando eu crio essa oportunidade pra mim mesma e para outras mulheres como eu.

Então eu vejo isso como um movimento de resistência mesmo, sabe? Eu sempre falo, eu não sou só uma estilista, eu sou uma estilista e uma militante política e que transforma a sociedade através desse contexto.

Pesquisadora: E “ativista”, né? Eu adoro essa palavra.

Dayana Molina: Sim! E “ativista”! (risos).

Pesquisadora: Maravilha! Então o que fundamentaria, as bases de sustentação da marca é isso que você falou, a sustentabilidade social, a questão das mulheres...

Dayana Molina: Do gênero, sim.

Pesquisadora: Do gênero, isso. E é feito por mulheres...

Dayana Molina: E o combate contra o racismo também. Porque se a gente for falar dessa pauta antirracista, a gente ainda vê uma discussão muito forte do movimento

negro dentro da moda. Mas a gente esquece por exemplo, que as pessoas indígenas também sofrem racismo, e nós como pessoas racializadas, a gente também tem que estar dentro de uma pauta antirracista, entende? Então eu acho que tem essa conexão muito forte também com gênero e raça, sabe? Uma coisa não está desmembrada da outra, eu acho que está tudo, de algum modo, sendo costurado, sabe?

Pesquisadora: Sim, sim. E então acho que está mais claro essa parte, se você for falar os princípios da marca, é justamente isso, da ancestralidade, da ética, desse viés social, ambiental e eu queria te perguntar também, qual a sua visão de futuro, de quais os seus almejos, os seus sonhos em relação à marca, que você gostaria que se realizasse. Eu sei que a mudança de comportamento na sociedade é uma delas, né? Que é justamente por isso que a marca tem esse viés político de trazer a discussão, de trazer essa representatividade, mas se você pudesse vislumbrar esse futuro?

Dayana Molina: Olha, uma vez, eu dei uma entrevista e eu falei assim para a jornalista, ela falou, ela me perguntou exatamente o que vocês está me perguntando, exatamente, e eu falei assim pra ela: olha, seria muita pretensão dizer assim, olha, espero que a minha marca tenha um faturamento assim... não! Isso não tem uma conexão direta com o que eu estou fazendo, sabe? Não tem. Eu não consigo pensar nessa margem de lucro como qualquer outra marca, porque ela está muito desconectada desses valores, né? E eu acho que esse futuro com a Nalimo, antes de qualquer coisa, é um futuro muito ancestral. Existe uma força muito grande né, na potência do que é essa marca no mundo, o que é ela existir. Porque ela existe em um processo de resistência da minha existência, então existe uma subjetividade nisso, sabe. E essa subjetividade... (falhou áudio)

Pesquisadora: Ai, ficou mudo!

Dayana Molina: Espera, está me ouvindo?

Pesquisadora: Pronto, estou.

Dayana Molina: É que eu acho que a bateria estava acabando, mas coloquei aqui para carregar. Então assim, acho que essa coisa do futuro é curiosa porque eu fico tentando entender que futuro esperar, sabe? Da Nalimo. Mas eu acho que hoje o que eu estou fazendo no presente é a construção desse futuro, sabe. Lutar para um mundo melhor é consequentemente criar uma relação diferente, sabe? Do que a moda está sendo feita hoje, de como isso está sendo produzido, nos “modos operandi” de hoje. Então quando eu tenho esse olhar de futuro, eu fico imaginando no quanto de comportamento mesmo, a Nalimo inspira. Inspira outras marcas a se comportarem

como eu me comporto no mercado, inspira também outros militantes ativistas indígenas que estão dentro desse mercado e entenderem inclusive qual é o seu papel social.

Então eu acho que a minha relação com a Nalimo é muito sobre fazer o movimento continuar caminhando rumo a decolonialidade. E para isso, eu não esperaria nada além disso (risos) eu não posso esperar nada além disso. Eu acho que a minha contribuição nesse sentido é simbólica, sabe. Principalmente dentro dessa discussão da moda e referência indígena.

Pesquisadora: Sim, até porque é como você falou. O futuro a gente está construindo agora, no presente.

Dayana Molina: Exato.

Pesquisadora: E a minha pergunta nem foi nesse sentido de como você acha que vai crescer, se você vai exportar, se... sabe, não é nesse sentido no futuro. Mas era justamente nessa questão de inspirar outras pessoas, outras marcas, outros comportamentos... porque até pela essência da marca, não é sobre essa questão de “ah, vou expandir, vou vender, não sei o que”, porque não é sobre objetificar, né? Essas questões.

Dayana Molina: Exato, exato. Você está lendo direitinho as coisas que eu escrevo, hein?

Pesquisadora e Dayana: risos.

Pesquisadora: Exato! Uma discípula (risos).

Dayana Molina: Mas eu acho que é justamente isso, ter um pensamento crítico que produz uma mudança sistêmica. Entende? Esse pensamento crítico, ele muda a indústria da moda e é esse o meu objetivo de futuro. Mudar a visão das pessoas com relação ao que a gente está produzindo, e essa produção vai muito além de matéria, é imaterial o que a gente está fazendo e o que a gente está escrevendo, sabe? Eu não consigo imaginar a história dessa moda ancestral, sem falar desses movimentos que eu vim fazendo e tocando. Então daqui a 20, 30, 40, 50 anos a gente vai ter que olhar para isso e olhar pra essas referências que são as primeiras, que eu começo a escrever dentro de uma linha crítica entendendo o que é esse mercado, o que a minha atuação no mercado e o que isso produz, entendeu? Dentro desse âmbito de pensamento mesmo.

E eu falo muito sobre isso, eu falo, “cara, eu sou uma antropóloga parada no caminho” (risos) e estou voltando para esse rumo de novo, porque assim, no final das contas, o

que eu faço, sabe? Essa relação da antropologia social. Então assim, eu sinto muito forte isso, que esse futuro é nesse sentido, entende?

Pesquisadora: Comportamento mesmo, de mudança de via.

Dayana Molina: Sim, exatamente.

Pesquisadora: E uma pergunta mais relacionada a Nalimo em si, é uma questão que eu já li você falar sobre isso. Mas é uma questão que, toda vez que eu vou falar da moda relacionada à decolonialidade, todo mundo me pergunta: “ah, mas como essa marca de moda, ela aplica essa decolonialidade seja na criação do produto, na via de mão dupla indígena com esse produto”? Sempre tem uma pergunta nesse sentido, de como é, apesar de explicar, que realmente está dando visibilidade para indígenas, formada por mulheres indígenas, sei que tem pessoas da sua família, certo? Tem bolsas que são feitas manualmente por pessoas da sua casa.

Dayana Molina: Tem, pela minha mãe, pela minha vó, pela minha irmã, por três gerações da minha família.

Pesquisadora: Exato, mas essa pergunta sempre existe: como é essa via de mão dupla da marca com a decolonialidade e a relação indígena? Não é nem de mão dupla, é como se dá essa relação, é dialética, certo? Essa troca, digamos assim.

Dayana Molina: É, então, eu acho que a marca não existe de uma forma: espera aí, daqui pra porta eu vou ser a Dayana estilista, mas da porta pra fora, eu vou ser a fulana de tal. Eu acho que uma coisa não se separa da outra, eu tenho essa linha de pensamento de que apesar de a gente ter vida social, via pessoal, vida profissional, essas coisas estão muito relacionadas aos valores que a gente carrega dentro de si. Então eu vejo a Nalimo dentro de uma vertente muito além, mas muito além mesmo, dessas discussões comuns e que também tem uma conexão forte com o processo decolonial, porque eu produzo isso. E eu como autora e liderança criativa de uma marca que eu conduzo, automaticamente, esse pensamento crítico está inserido no meu processo criativo.

Então, quando eu estou falando de decolonialidade, eu não estou falando de uma teoria de um livro, eu estou falando de chegar dentro de uma aldeia, de empoderar meninas que estão neste contexto e de empoderar mulheres também indígenas também na cidade, na periferia, em todos os lugares desse Brasil e falar: a gente está criando um movimento orgânico, colaborativo e real. 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, então não tem como ter algo mais decolonial que isso, concorda? Porque é uma prática. É uma relação de comportamento.

Pesquisadora: É como se quisessem definir em uma tabela, verdade?

Dayana Molina: Exato, mas não cabe na tabela, porque é orgânico, entende? E por ser orgânico, é fluido.

Pesquisadora: E dialético, pronto (risos).

Dayana Molina: Exato, exato.

Pesquisadora: Se comunica dessa forma, não tem como separar. Mas realmente falta esse conhecimento, porque as pessoas questionam “o que tem de decolonial nessa peça de roupa”? E não é dessa forma.

Dayana Molina: Não é. E aí, Suene, uma coisa que é interessante você dizer quando perguntam isso, é o seguinte: as criações da marca estão muito relacionadas a códigos ancestrais. Eu não faço uma roupa pautada em algo do tipo: “vou fazer uma roupa indígena”. Não, eu não faço isso. Eu não faço uma roupa caricata, eu tento quebrar, através do design que eu crio, os estereótipos de racismo e preconceitos e eu tenho feito isso. Mas dentro dessa roupa, existem muitos códigos ancestrais e existe inclusive o corpo. O corpo que é desprezado e marginalizado socialmente está vestindo a Nalimo e não existe ato mais resistente do que isso. Do que a gente dizer: olha, vocês estão vendo que vocês pautaram todo um segmento de beleza em uma cultura eurocêntrica?

Agora a gente está fazendo o contrário, a gente está dizendo o seguinte: que as nossas belezas importam, que elas são diversas e elas resistem. E nesse processo de resistência, a gente vai conduzir essa moda por um caminho autoral, de profunda autenticidade e de profunda conexão e beleza com aquilo que a gente é. Isso é decolonialidade.

Pesquisadora: Falta esse conhecimento!

Dayana Molina: Exato.

Pesquisadora: Querem aplicar aquilo que se vê na teoria de forma literal, como do intelectual Arturu Escobar, por exemplo. Então não é nem que falta conhecimento, tem que interpretar o conhecimento, não é só o que está ali, tem que ver como é na realidade, na vivência de cada pessoa.

Dayana Molina: Exatamente. Por isso que eu sempre tento dizer isso, sabe. Que, cara, quer entender como que é isso? Tem que perguntar, tem que procurar, tem que pesquisar, sabe. Eu fico muito feliz quando eu vejo assim, estudantes buscando, compreendendo, entendendo e escrevendo sobre isso, porque existe uma responsabilidade da intelectualidade, de se comprometer com essas pautas e produzir inclusive biografias, citar esses autores, conversar com esses autores, porque isso tem uma contribuição social, o que você está escrevendo hoje vai virar história, porque o meu nome já está na história, sabe. E então todas essas contribuições fortalecem esse movimento, dão mais visibilidade, dão protagonismo e ajuda no ativismo que é real e diário, que é a luta pela sobrevivência, é a luta pela inclusão, é a pauta antirracista, é a pauta de gênero, é o fortalecimento de mulheres que estão fortalecendo outras mulheres.

Pesquisadora: Eu fico animada quando você fala assim, porque é justamente isso que eu gostaria de fazer, quero fazer. Que é justamente contribuir de alguma forma, a pesquisa trazendo essa contribuição visível para sociedade, para as mulheres. E eu quero te perguntar também sobre a Aldeia Criativa do Futuro, que é a sua escola decolonial, a primeira da América Latina relacionada a design, moda e decolonialidade. Queria saber como ela funciona, eu sei que no site explica que é feita por voluntários, enfim, mas gostaria de perguntar realmente na prática, como selecionam as pessoas, dão as aulas, como é que funciona?

Dayana Molina: É, então. A Aldeia Criativa Design do Futuro surgiu da seguinte forma, em 2018-2019, eu estava conversando com um amigo meu e ele falou assim para mim: “Day, qual seu sonho?” E eu falei assim para ele: meu sonho é ver mais pessoas como eu no mercado de moda. E então, assim, eu sempre fui 1%, sabe? Eu fui aquele espermatozoide que furou a bolha, e nasceu (risos) tipo isso, entende? E então um bichinho enjoado mesmo foi adentrando, adentrando e chegou no lugar onde hoje eu estou e continuo, e vou ter que resistir e vivenciar muitos processos pra continuar. E eu falei assim pro meu amigo: Olha, meu sonho é criar uma escola decolonial que possa pautar todas essas referências que eu venho discutindo, conversando, trocando e que possa de alguma forma contribuir para que mais profissionais indígenas possam adentrar nesse mercado. O meu amigo falou assim pra mim: E por que você não realiza o teu sonho agora? Eu falei: Meu filho, deixa eu te falar um negócio, eu tenho uma jornada tripla de trabalho, eu não nasci herdeira, tenho toda essa relação de ser uma trabalhadora da moda, reivindico esse espaço.

Eu falo sobre isso porque eu... foi o que a gente estava conversando lá no início. Eu não sou uma estilista apenas, eu sou uma militante política, então eu me reivindico como uma trabalhadora da moda e uma trabalhadora organizada, consciente do seu papel. Então eu não tinha possibilidade de fazer uma escola decolonial naquele momento, mas esse sempre foi um sonho muito forte no meu coração. E um dia, conversando com uma outra pessoa, ela falou: começa agora o que você pode fazer, deixa as coisas acontecerem. E eu comecei, assim, no primeiro momento, essa escola era uma *startup* digamos assim, para abraçar mesmo, os primeiros criativos que começam a chegar nesse movimento e através deles, potencializar essas vozes, esses profissionais, capacitá-los para que eles adentrassem os espaços que hoje eles estão ocupando.

Então foi muito de abrir esse caminho, porém, ela passou por muitas questões, mais fluidas, por conta dessa questão da pandemia. E então por exemplo, quando a gente decidiu de fato lançar a escola decolonial online, a nossa proposta inicial era formar pelo menos 100 alunos por ano, da América Latina, então, indígenas tanto do Brasil, quanto imigrantes bolivianos, peruanos, colombianos e tantos outros. Dessa forma, a gente tinha essa ideia inicial de formar 100 alunos por ano, certificá-los, porém, contudo, eu precisaria de um time de voluntários pra conduzir essa jornada. Então qual é a ideia da escola, a ideia da escola ainda é essa formação online e ela acontece com aulas remotas e acompanhamentos mesmo. Através disso, eu posso ensinar como fazer a produção de moda, como fazer o figurino, né, e de forma prática. Só que, ainda nesse campo online, por conta da pandemia e o fato de que muitas pessoas não estão no mesmo lugar, estão em diferentes espaços e lugares, ela funciona inicialmente nesse processo online.

A gente tem esse desejo de fazer uma caravana da Aldeia Criativa Design do Futuro, que vai ser uma escola decolonial itinerante e a gente vai começar isso com o povo “Kaingang” do sul do Brasil. E qual a ideia dessa escola itinerante? Ela ter essa fluidez do saber ancestral, do conhecimento decolonial, porque as nossas avós, elas nos ensinam através da oralidade, e a gente acredita no poder da oralidade, a gente acredita no poder da educação para transformar o que a gente quer transformar, então a gente vai começar essas imersões e essas imersões vão ser de cursos e movimentos itinerantes na escola decolonial presencial. Então a partir de 2022, a gente começa a escola presencial e todos esses lugares que a gente vai fazendo as oficinas, formando esses parentes indígenas, a gente vai certificando.

Então, por exemplo, pode ser que em uma dessas viagens itinerantes a gente tenha sei lá, um *stylist* incrível como o Dudu Bertolini que é um grande amigo. Pode ser que em outro momento, tenha Jackson Araújo, comunicólogo, sabe, uma pessoa também dentro de um âmbito intelectual na moda. Pode ser que em outro momento tenha um outro convidado e o fato é que a gente vai seguir também no *on-line*, mas a ideia do movimento itinerante é para trazer também a força desse presencial e do que a gente pode fazer olhando nos olhos, pegando uma câmera, fazendo uma produção com uma modelo na aldeia, conduzindo esses processos criativos de forma diferenciada né, do que a gente estava fazendo antes.

Basicamente a escola funciona com plano de voluntariados, ela tem uma fluidez, por ela ser uma escola *on-line*, em alguns momentos a gente também pausa, volta, sabe, olha e vai fazendo esse movimento como realmente dá. E o meu desejo é ter uma escola decolonial presencial. Onde possa ser mesmo um centro de estudo, centro de pesquisa, um centro de desenvolvimento e também um lugar de acolhimento para a gente formar esses profissionais e eles chegarem preparados pro mercado, porque ainda existe uma disputa muito desleal, no sentido de que, como que você vai disputar o mercado tão competitivo e tão excludente quanto a moda, se você não tem nem a possibilidade de adentrar e uma escola de moda?

Pesquisadora: Verdade.

Dayana Molina: E se você não tem a possibilidade de fazer design de moda, que já um curso muito excludente, como é que você entra no mercado para competir lado a lado com uma outra pessoa que vai ter mil possibilidades a mais que você? Então para mudar esse jogo, a gente tem que criar essa relação de força, encorajamento e acolhimento e empoderamento dentro da nossa rede, nossa comunidade. Por isso que essa escola existe.

Pesquisadora: Maravilha. E se o campo da moda em si já é muito competitivo, imagine tendo esse foco. Outra coisa que eu lembrei de comentar enquanto você falava, é da importância da cultura oral.

Dayana Molina: Hunrum

Pesquisadora: Inclusive a *Ilíada* foi “escrita”, sendo repassada de forma oral por milhares de anos, as pessoas foram contando as histórias pra outras pessoas, até que depois de muitos anos ela realmente foi materializada. E é uma história muito grande, muito detalhada, assim a gente percebe o quanto que é importante a cultura oral e que ela não é valorizada e quase não existe mais...

Dayana Molina: Não, e se você for parar para pensar, o que acontece, os nossos ancestrais não sabiam escrever nem ler e quando acontece dessa história ser escrita, está sendo escrita por quem? Por outras pessoas e por outros autores, que não somos nós. A gente começa a escrever nossa história quando a gente adentra dentro dos espaços que foram negados aos nossos e então a gente começa a produzir conhecimento ancestral a partir de uma perspectiva de autoria, porque até então não existia, né? Tudo o que a gente tinha eram mediadores e pessoas fazendo isso no nosso lugar.

Pesquisadora: E até em relação a escritos por mulheres, por exemplo. A maioria de escritos de história da moda temos homens que escrevem, ou de história do Brasil, geralmente são homens os autores, não tem uma voz feminina. Bom, eu não queria tomar muito do seu tempo, sei que estamos em horário de almoço e seu tempo é bem corrido. Para finalizar, queria te perguntar, de forma ampla, o que te inspira pra criar na Nalimo? Eu sei que vem muito de quem você é, e quem você é está ali nas peças, mas se tem algo mais específico ou não. Eu confesso que, das minhas peças favoritas é aquele vestido com pirarucu, se não me engano é pirarucu.

Dayana Molina: É pirarucu!

Pesquisadora: Tem um desenho pintado à mão, é uma das peças que eu acho incríveis, assim como o Kimono minimalista. É muito interessante não ser caricato, para justamente você trazer a ideia de que: “olha só, nós podemos criar, nós somos criativos, vamos mostrar, trazer esses símbolos em alguns detalhes”. E então, o que te inspira?

Dayana Molina: Olha, muitas coisas me inspiram. A relação com a natureza me inspira muito, a minha história, o meu processo criativo vem muito desse lugar. Então eu acho que uma coisa que me inspira muito é a natureza, é a relação que eu tenho com ela, eu vejo a natureza como algo sagrado, e para mim “patia mama”, a mãe terra, ela é algo vivo ou orgânico e que se manifesta com o poder. E quando eu falo de poder, eu estou falando da fluidez do rio, eu estou falando dos ventos “interpestuosos”, eu estou falando de mares, eu estou falando da relação do que tem que sobre a vida, sabe. E estou também dizendo o seguinte: que, toda aquela relação e referência que inspira a maior parte das pessoas que fazem design de moda, não é suficiente pra mim, porque é muito superficial, é vazio. E eu estou indo contra esse fluxo natural, eu não quero ir pelo caminho natural, eu quero ir pelo caminho sobrenatural, eu quero ir pro lugar onde existem os encantados, os espíritos das

florestas, onde existe a cosmovisão, onde existe o cabelo trançado, que isso significa, onde existe a fala de uma avó Aymara, onde existe por exemplo a fala de uma mulher Funyó, que vem do Nordeste, de Pernambuco, que migra pro Rio de Janeiro com uma trouxa de roupa e aí nasce... eu!

Pesquisadora: (risos e afirmando positivamente com a cabeça).

Dayana Molina: Transgressora, pensadora, enfim, revolucionando isso tudo. 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. Então, se eu te disser, olha, isso me inspira, eu acho que eu teria que dizer isso. Eu teria que falar desses elementos, eu teria que dizer sobre essas memórias e afetividades que também perpassam a minha existência. Eu não consigo falar para você que o que me inspira é uma modelagem, é uma cor, não. Vai muito além, e o meu processo criativo está muito relacionado a isso, entende?

Pesquisadora: Nossa, que maravilha...

Dayana Molina: Sim, que bom.

Pesquisadora: O que a gente aprende na faculdade, é sobre seguir a WGSN, é observar o que está todo mundo pensando, usando, quais são as cores...

Dayana Molina: Quais são as tendências, cartela do PANTONE, não é?

Pesquisadora: Exato!

Dayana Molina: Semanas de moda na Europa, essas conexões todas de designers que são renomados e que fizeram a história de Paris, Yves Saint Laurent, e o fulano de tal e o não sei quem é.

Pesquisadora: E todo mundo usando tudo igual...

Dayana Molina: e isso não tem correlação, sabe? Porque se eu disser para você, ah, mas ok, Yves Saint Laurent foi um estilista incrível, foi. Mas o que Yves Saint Laurent fez pra que eu pudesse estar aqui hoje? Nada. Entende? O que Chanel fez pra eu estar aqui hoje? Nada. Então tipo, eu não vou, eu não vou nunca olhar para esse lugar, porque no final das contas, esse lugar é insustentável, ele é muito utópico, ele é muito bonito, só para ver, entende? Então eu preciso buscar esses códigos que vão fortalecer a minha existência enquanto ser humano e olhar para eles e dizer assim: gente, espera aí! Eu vou fazer uma moda que vai falar disso, de história, de política

de sociedade, mas essa moda automaticamente, ela não precisa ser caricata, cheia de grafismos... porque eu não sou assim! Eu sou uma mulher contemporânea que está em uma cidade, que está fazendo esse movimento real, então assim, porque que eu vou fingir ser uma coisa que não é? O que eu faço na marca, eu visto. Eu estou vestida agora disso, então isso tem uma conexão muito forte.

Pesquisadora: De se olhar para dentro, não é? Nós vemos essas referências internacionais que foram marcantes para moda de forma geral, mas, para o que elas contribuem, além do consumo? O que ela faz pra sociedade? Ou então, o quanto que é utópico ficar pensando no que eu gostaria de ser baseado na marca da Louis Vuitton ou similar. As pessoas vão ficando iguais, como cópias, as marcas iguais, sem um propósito, simplesmente porque está vendendo mais essa modelagem ou essa cor, então...

Dayana Molina: É, não, e é curioso porque por exemplo, a paleta de cores da marca, todo mundo fala: ah, mas porque você só faz roupa assim? E eu falo: gente, primeiro que o mundo está se comportando de um jeito todo errado. Você vai lá pra China, e você vai ver o principal rio da China azul, laranja, amarelo, cor de abóbora, todas as cores de acordo com a cor da temporada. Então, se é inverno, você vê um rio preto, se é verão, você vê um rio laranja e o que que está acontecendo? Quanto mais corante a gente usa na roupa, quanto mais a gente produz coisas coloridas, mais problemático isso se torna pra natureza. Então, quando eu trago uma paleta também monocromática, numa proposta preto, branco, cinza, no máximo um vermelho e não tem estampas extravagantes na minha marca.

Dessa forma, eu estou dizendo: olha, eu tenho uma relação com a estética? Eu tenho uma relação com a estética! Mas não é só a estética pela estética, tem uma relação sustentável também por trás disso. E então por exemplo, o preto pra mim tem uma simbologia, o branco pra mim tem uma simbologia, o vermelho tem uma simbologia. Eu acho que tem muito disso, e que as pessoas talvez tentem interpretar esse nível de decolonialidade dentro da marca e não vai encontrar só na estética, vai encontrar no sentido do conceito de porque aquilo existe, sabe? Que aí sim é um campo muito subjetivo.

Pesquisadora: E é importante também a questão do consumo. Porque por exemplo, é uma marca sustentável, que visa questões sociais, mas que a sociedade critica marcas de moda vinculadas a questões sociais e políticas por monetizarem seus produtos. Como se isso fosse errado.

Dayana Molina: Não, não é.

Pesquisadora: Pois é, é um trabalho.

Dayana Molina: Até porque eu estou inserida em uma sociedade capitalista, é meio estranho eu não conseguir, eu não querer ganhar dinheiro com isso. Como é que eu vou botar comida dentro de casa e possibilitar que outras mulheres façam isso? Eu acho meio bizarro.

Pesquisadora: Exato. E então eu acho que agora podemos finalizar, quero perguntar sobre os processos da Nalimo, você participa de todos? Desde a criação até o produto final, na parte da criativa, confecção pós-venda, gestão da marca. Como é essa relação e comunicação?

Dayana Molina: Olha, eu acho que se eu tiver um dia 100 ateliês, eu vou querer direcionar todos eles, todas as etapas disso. Se eu tiver um ateliê pra sempre, eu vou querer direcionar todas as etapas disso. Eu acho que o diferencial da marca é o quanto eu estou envolvida nos processos, por mais que existam demandas que outras pessoas vão fazer, mas elas vão fazer junto de mim. Não sou uma pessoa que chego no ateliê e peço para as pessoas fazerem coisas, eu vou fazer com elas, entende?

Eu acredito na força da coletividade e essa coletividade me leva para esse campo, eu tenho duas assistentes que se tornaram minhas grandes amigas, frequentam a minha casa, vivem num âmbito totalmente pessoal, além do profissional.

E eu acredito que essas relações, elas se constroem naturalmente, quando você se dispõe a ser um ser humano melhor, porque quando você é um ser humano melhor, você é um profissional melhor. E essa relação de você ser um profissional bom, tem uma conexão com isso. Com o teu comportamento quando ninguém te vê. E para mim, conduzir todos esses processos, eles são naturais assim, faz muito parte do meu dia a dia. Eu não consigo demandar algumas coisas porque eu acho que eu preciso ter essa relação direta, sabe? Tanto com os povos que eu estou trabalhando, desenvolvendo, quanto também com o meu cliente final. E eu acho que todas essas entregas, elas fazem parte também dessa rede que eu vou tecendo, porque as pessoas querem lidar comigo. Eu poderia falar assim: ah, você precisa falar com alguém do ateliê pra responder essas perguntas, então pode falar com a Gabi, pode falar com a Dani, sabe? Mas eu tenho certeza de que você queria me ouvir, concorda?

Pesquisadora: Sim!

Dayana Maolina: E olha que essas perguntas não têm nada a ver sobre mim, tem a ver com a marca e elas poderiam responder isso e poderiam ter te respondido, sei lá, três semanas atrás, mas, para você é importante me ouvir, não é?

Pesquisadora: Sim!

Dayana Molina: Então é sobre isso, entende? Para todas essas pessoas que estão conectadas a essa rede, é importante lidar diretamente comigo, e eu faço questão de fazer isso, tornar esse processo cada vez mais natural, humanizado e mais próximo. O olho no olho, a conversa, a troca, e eu acho que é isso. Eu acho que isso faz uma diferença.

Pesquisadora: Com certeza faz e eu só agradeço, porque inclusive quando eu mandei o e-mail eu pensei: ah, não deve ser a Dayana, deve ser alguma assistente, algo do tipo, então eu fiquei muito feliz que você teve essa disponibilidade de falar comigo, em esclarecer. Eu sei que algumas questões você já escreveu textos sobre, mas é diferente ouvir, até pra minha escrita, para eu ver que a marca é realmente você, nos seus textos você fala de forma muito poética, sensível e forte sobre a marca e sobre o posicionamento, acho que isso ficou muito claro. Essa conversa fechou com chave de ouro, dando estímulo para que possa continuar escrevendo sobre a temática. Então, eu vou transcrever e eu vou te enviar, pra você olhar e dar um ok.

Dayana Molina: Claro!

Pesquisadora: E muito obrigada! Eu vou qualificar em janeiro minha pesquisa de mestrado, então a escrita da dissertação vai ser nesse próximo ano (2022), queria até perguntar se podemos marcar outra conversa, se posso enviar outro e-mail para marcar.

Dayana Molina: Não, fica tranquila. Olha, eu vou te falar uma coisa, eu acho que tudo isso que a gente vem construindo e toda essa rede também da academia, foi o que eu te falei, cara, foi muito importante isso. A gente está documentado algo que foi história, sabe? Então, eu te agradeço também por escrever essa história junto comigo. Eu te agradeço também porque em algum momento a tua pesquisa vai estar sendo pesquisada, porque isso que está acontecendo com um monte de menina que vem em busca de ouvir alguma coisa e elas propagam isso dentro da cidade, isso ganha um peso. Eu também agradeço, porque isso também faz parte do que me compõe. Não está desconectado. Então te responder foi um prazer, a gente conversar foi um prazer, uma honra enorme trocar com você. E eu vou fazer isso sempre, quantas vezes forem necessárias. Às vezes eu tenho mesmo dificuldade com o tempo, mas

eu acho que é importante dedicar esse tempo para isso, sabe? Então fica tranquila, muito obrigada também.

Pesquisadora: Obrigada, obrigada, vamos escrevendo essa história juntas!

Dayana Molina: Sim. E precisando pode mandar e-mail, não tem problema (risos).

Pesquisadora: Obrigada. Dayana, se não for pedir demais, posso tirar uma foto juntas? Se você puder?

Dayana Molina: Pode. Pera, vou abrir a câmera aqui (risos).

Pesquisadora: Oi! Vou fazer um print! Pronto, obrigada! Foi um prazer!

Dayana Molina: Nada, meu amor. Vamos nos falando, tá? Qualquer coisa eu estou por aqui.

Pesquisadora: Beijo, ta bom, obrigada! (Acenando)

Dayana Molina: Beijo. Me manda depois esse vídeo que você gravou.

Pesquisadora: Mando! Ótimo.

Dayana Molina: Eu estou fazendo a escrita do meu livro, vou precisar de um monte de coisa que eu falei (risos)

Pesquisadora: Ahhhh! Ta bom! (animada)

Dayana Molina: Tchau!

Pesquisadora: Tchau, tchau! (acenando)

APÊNDICE E – ROTEIRO DA SEGUNDA ENTREVISTA COM A DAYNA MOLINA
22/06/2022

I – Compartilhamento de tela: andamento da dissertação, mostrar sumário, objetivos e capítulo sobre a Nalimo. Perguntar o que Dayana está achando do processo e fazer perguntas.

II- Questionário

1. Quais mudanças você considera que a Nalimo teve de novembro até hoje?
2. Dúvidas na escrita: data de nascimento dela, data de início na carreira de moda, universidade que cursou ciências sociais?
3. Bisavó que costurava, nome, parte materna ou paterna?
4. Desde quando faz parte do Fashion Revolution em Niterói?
5. Como a Nalimo contribui para a representação dos povos indígenas?
6. Site, está com a maioria esgotado, qual o motivo? Usam o direct para vendas?
7. Público é de indígenas em maioria ou não indígenas?
8. Qual sua visão sobre a moda no Brasil hoje? Você vislumbra mudanças positivas? Mais inclusiva? O que você acha que precisa melhorar?

APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DA SEGUNDA ENTREVISTA COM DAYANA MOLINA

A seguir, segue a transcrição da segunda conversa *on-line* com a estilista indígena Dayana Molina, diretora da marca de moda decolonial estudada nesta pesquisa, a Nalimo. A entrevista ocorreu no dia 22/06/2022 por vídeo conferência, na plataforma *Google Meet* e teve a duração de 1 hora e 1 minuto (das 8:22 às 9:23). Dayana acredita e defende a educação como instrumento decolonial de mudanças, sendo generosa em contribuir para a pesquisa. Na ocasião foi apresentado o andamento da dissertação, reflexões sobre mudanças na Nalimo desde a última conversa em 2021, moda brasileira atual e sobre algumas dúvidas de dados que não foram encontrados por meio da pesquisa bibliográfica.

Dayana Molina: Eu estou aqui me preparando para sair e não consigo ligar a câmera porque eu estou fazendo outras coisas também.

Pesquisadora: Não se preocupe, não tem problema

Dayana Molina: Mas eu consigo falar com você tranquilamente

Pesquisadora: Tá bom, não tem problema a câmera, é só mesmo para depois eu conseguir escrever tudo e não faltar nada. Bom, eu tenho algumas perguntas para te fazer, só para compor a minha pesquisa, porque eu estou terminando, vou defender próximo mês a dissertação e vou mostrar aqui para você ver o andamento e vou fazer as perguntas, tá bom?

Dayana Molina: Tá bem, querida.

Pesquisadora: Eu vou compartilhar aqui a minha tela rapidinho.

Dayana Molina: E boa sorte, Suene, na sua defesa! Que seja incrível!

Pesquisadora: Ai, obrigada! Amém!

D Dayana Molina ayana: Quero ver tudo! (risos).

Pesquisadora: Vai ver! Vou mandar tudo! Vê se já chegou aí, acho que vai já aparecer, estou compartilhando.

Dayana Molina: Ah, abriu aqui!

Pesquisadora: Eu vou mostrar rapidinho, porque é muito extensa, é só pra você o andamento. Aqui no meu sumário, meu primeiro capítulo falei sobre o contexto decolonial na América Latina em 1990, depois eu trato um pouco da moda decolonial no Brasil, falo de algumas marcas que a gente já tem, com está esse contexto e na

metodologia, que é o estudo de caso, com as entrevistas com você. Eu falo sobre a Nalimo, história, prospecções futuras, que foi o que a gente conversou na primeira entrevista.

Dayana Molina: Legal!

Pesquisadora: E vou lhe mostrar essa seção sobre a Nalimo, eu falo sobre as entrevistas, na verdade, sobre a primeira, depois vou adicionar essa aqui. Abordo como a Nalimo foi criada, informações sobre você, sua história, tem várias citações da entrevista passada, que fui adicionando para relacionar com a descrição da marca e fundamentação nos autores.

Dayana Molina: Me envia depois por e-mail se você puder, Suene.

Pesquisadora: Eu vou enviar, assim que estiver finalizado. Mas a entrevista passada eu mandei a transcrição, viu? Está no e-mail.

Dayana Molina: Se eu tiver uma outra contribuição que for relevante, você pode contar comigo.

Pesquisadora: Ah, obrigada!

Pesquisadora: Eu vou passar rapidinho por aqui, para não tomar muito tempo. Já que vou lhe enviar depois. Falo da Aldeia Criativa do Futuro. Do movimento da revista Elle, eu vi que você também participou de um *Reality Show* com o Instituto Focus Têxtil.

Dayana Molina: Sim, que incrível. Parabéns, muito legal!

Pesquisadora: A parceria com a *National Geographic* também, coloquei imagens.

Dayana Molina: Eu quero ver tudo, depois você me manda!

Pesquisadora: Mando! Espero que você goste. Pronto, vou finalizar aqui só te mostrando que coloquei as imagens da Nalimo, falando sobre as peças.

Dayana Molina: Ah, legal!

Pesquisadora: Ah, e isso aqui, eu achei incrível, você colocou no seu *Instagram* sua avó e processo de inspiração para criar a estampa do vestido “trenzas”, com mulheres potentes da sua vida.

Dayana Molina: Ahh vovó! (risos).

Pesquisadora: Bom, agora vamos para as perguntas, mas nem se preocupe, que eu vou lhe enviar tudo!!

Dayana Molina: Ta bom!

Pesquisadora: Parei o compartilhamento de tela. Eu queria te pedir para assinar o TCLE, Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, lhe enviei por *e-mail*. Posso

enviar novamente. É importante para a minha pesquisa que você assine, para que tenha a autorização de usar as informações das entrevistas na minha pesquisa.

Dayana Molina: Você está em Pernambuco? Se tivesse em São Paulo, te convidaria para o nosso desfile.

Pesquisadora: Oi? Ah seria meu sonho, eu sou de Teresina, estou aqui no Piauí. Inclusive queria perguntar, será que um dia seria possível visitar o ateliê da Nalimo, no Rio de Janeiro? Seria incrível conhecer o processo produtivo.

Dayana Molina: Pode me enviar o documento, que eu assino. A gente está fechando o ateliê no RJ e vamos abrir em São Paulo. Eu acho que está dando um *delay*, você está recebendo as minhas mensagens atrasadas.

Pesquisadora: Isso, o que será, acho que é a internet, vou desligar minha câmera. (5 minutos resolvendo problemas técnicos)

Pesquisadora: Pronto, pois queria te perguntar quais foram as mudanças que você considera que a Nalimo teve de novembro até hoje, nossa última conversa foi dia 22/11/2021.

Dayana Molina: Mas que tipo de mudança você fala?

Pesquisadora: No sentido da visibilidade da marca, representatividade da cultura originária, no sentido as criações de roupa, se estão desenvolvendo mais coleções ou se estão modificando algum processo. Porque, por exemplo: no site, eu vejo que muitas peças estão “esgotadas” e no *Instagram* vejo que vocês estão fazendo a venda por *direct*, por encomenda.

Dayana Molina: Então, vou te explicar, é que no site a gente teve um problema sistêmico e por conta desse problema, ficamos sem acesso ao site. Não é porque a gente queria fazer essas mudanças, é que isso gerou uma nova forma da gente se comunicar com o nosso cliente, entendeu?

Pesquisadora: Sim, uma forma mais direta, certo?

Daya Dayana Molina na: É, devido ao sistema do site e isso gerou mudança na forma que a gente estava comunicando e vender, digamos assim. Perdemos completamente o acesso ao site e gerou alguns transtornos com relação a venda.

Pesquisadora: Nossa, tomara que vocês consigam reverter isso.

Dayana Molina: Sim, já estamos resolvendo. E com relação a parte estrutural da marca, a gente está nesse momento fazendo uma mudança para São Paulo, eu saí da minha cidade e a gente está começando a criar novos lugares para vender em SP, a princípio a gente não vai abrir um ateliê em SP, o que a gente quer fazer é se

organizar para que tenha outros pontos de venda em lojas multimarcas e depois a gente vai ter um atelier próprio, esse é o plano. Vai rolar inclusive, é só uma questão de tempo mesmo.

Mas assim, mudanças que eu acho que aconteceram e seguem acontecendo: o nosso posicionamento inspira as pessoas a fazerem as coisas da melhor forma possível. Eu acredito que por esse motivo talvez, muitas outras pessoas tentam nos copiar, que vem em uma posição de se aproximar do que a gente vive, quando na verdade o que a gente vive é totalmente diferente, é real. Enfim, eu acho que tem essa relação de inspirar mudanças no mercado da moda e eu percebo muito isso.

Mas assim, em termos de crescimento, eu vejo que a gente tem um crescimento que é contínuo, ele é natural, não é uma coisa acelerada, nem forçada. Mas eu percebo que mesmo quando a gente passa pelos desafios, a marca continua firme, sabe? Porque os nossos valores são firmes e isso é o que inspira a gente a continuar, a seguir forte, a seguir coerente com o que a gente faz

Pesquisadora: Sim, os valores são muito fortes. E então já constitui um público que conhece a marca, público presente, que não compra só a peça, mas as ideias, o posicionamento.

Dayana Molina: Exatamente. Eu acho que o meu público é um público consciente de que está muito além da compra, meu público está em um movimento de apoio contínuo à causa originária. Quando existe uma campanha do movimento indígena, meu público vai lá e apoia, quando tem um movimento presencial, ele está presente, ele não está apenas integrado à ideia e ao conceito de uma marca, ele está realmente envolvido com a experiência dessa marca. E a experiência da minha marca não é só o cheiro bom, não é uma boa embalagem, apenas.

A experiência da minha marca está muito relacionada ao movimento que a gente faz na vida, e isso inspira as pessoas a olharem pra Nalimo e perceberem, entenderem que não é só uma marca, que é de fato um movimento orgânico, real e político que inspira mudanças na indústria e que também inspira mudanças na vida. É só olhar para a nossa relação com a artesanaria, o quanto que para a gente faz sentido olhar para as coisas que são feitas manualmente e inserir isso no nosso dia a dia. A natureza não tem que ser integrada na nossa vida, nós temos que nos integrar à natureza. E nos integrar à natureza significa olhar para o que a natureza produz, como isso se renova, como a gente pode, de uma forma positiva, se apropriar disso, entendeu?

Pesquisadora: Eita, ficou mudo. Dayana?

(Minha conexão caiu por 3 minutos)

Pesquisadora: Opa, desculpa, voltei!

Dayana Molina: Ow, tudo bem! Acontece, normal. Eu estava aqui falando empolgada e quando vi você saiu (risos).

Pesquisadora: Mil desculpas, foi a internet.

Dayana Molina: Vamos lá, eu estava falando o seguinte, meu desejo é tornar a cultura indígena, na verdade, não eles. As culturas indígenas são patrimônios imateriais, o meu desejo é fazer com que a Nalimo possa contribuir para que essas culturas imateriais sejam cada vez mais acessíveis e democratize as informações, a nível de que toda população possa olhar para uma cestaria *Guarani* e reconhecer que é uma cestaria *Guarani*. Todo mundo, no tempo atual, tem algum material, alguma coisa de decoração indígena em casa e as vezes não sabe de onde vem, de que povo é. Eu reconheço as artesanias feitas no Brasil mesmo quando eu não estou naquela região, eu sei o que é *Kayapó*, o que é *Pataxó*, sei o que é *Fulni-ô*, sei o que é *Guarani*, eu sei o que é *Macuxi*.

Então, assim, por que que eu sei? Porque é do meu interesse, porque faz parte de quem eu sou. Porque eu não quero conhecer só aquilo que faz parte do meu povo, eu quero conhecer as múltiplas artesanias e culturas que a gente tem no Brasil. E o que a Nalimo faz? A Nalimo trabalha com vários povos indígenas e povos quilombolas também, na região da Bahia. Então, eu fico pensando, que tudo aquilo que é interessante, desperta interesse no outro. E a moda é uma coisa interessante, quando a gente cria uma moda decolonial, a gente está criando uma ferramenta de empoderamento sobre a nossa própria cultura. Então o que a minha marca faz hoje é muito maior do que uma roupa, é um movimento pelo empoderamento, pela arte decolonial, sobre a cultura decolonial, sobre uma moda que cria uma estética decolonial. Então, eu acho que isso é um movimento muito necessário, e ele é orgânico, é fluido, ele não está dentro de um recipiente, não cabe dentro de um potinho, entendeu? Ele é expansivo, ele pode começar por mim, mas ele não vai parar em mim.

Pesquisadora: Dayana, e você acredita que o público da Nalimo e sua maioria é em sua maioria indígena ou não indígena? Você consegue ter essa percepção?

Dayana Molina: Tenho, total. O maior público da Nalimo não é indígena. O maior público da marca é de pessoas que estão no movimento de apoio e não são indígenas, mas tem uma consciência gigante.

E eu te digo o porquê que o meu maior público não é indígena, porque ainda que meu público fosse predominantemente indígena, a gente está em um lugar de menor nível de consumo do que a população não indígena. Eu acho que o meu público, por mais que tenham muitos indígenas que consomem, de várias etnias... eu vendo para indígenas, mas vejo também que a nossa forma de consumir é um pouco diferente do consumo não indígena, sabe? Tenho cliente que sempre compra na Nalimo, são indígenas e só compram na marca. E tenho cliente que acontece o mesmo e eles não são indígenas.

E eu sinto que em grande parte, essas pessoas indígenas estão conectadas com a marca e com o desejo de aprender, de vivenciar essa experiência, sabe? E obviamente eu sou grata, porque isso me apoia, me ajuda a gerar mais emprego para as pessoas indígenas, mais possibilidades de trabalhar artesanias locais, mais possibilidade de viajar, fazer pesquisa, de conhecer a diversidade de cultura e artesanaria brasileira fora do Brasil. E é isso, sabe. Lidar com uma mão de obra também artesanal, eu acho que é o ápice da decolonização.

Tudo o que a gente olha no mundo hoje passa por máquina e me fascina saber que algo que eu estou usando, consumindo ou comprando, passou por uma mão... foi feito, tecido, manualmente. Isso é uma coisa que me fascina, que me conecta em um nível que eu nem sei explicar, para mim é como se tudo fizesse mais sentido, sabe? Se eu pudesse, eu acho que eu usaria tudo 100% orgânico, sabe? 100% feito por mãos humanas e menos máquina. Eu acho que talvez esse seja um dos meus desejos assim (risos).

Pesquisadora: Até porque mostra que o ser humano tem essa potência, tem essa capacidade de criar com a natureza, em diálogo com a natureza e não se aproveitando dela de forma que ela se prejudique.

Dayana Molina: É, exatamente. E olhar para os recursos renováveis que a gente tem. Os povos originários, eles têm essa relação. E eu digo povos originários não só indígenas, mas povos ribeirinhos também, povos caiçaras, que estão em regiões de água, mar ou rio. E eu percebo assim, que esses povos tradicionais, povos quilombolas também, eles estão muito conectados com esse fazer manual e esse fazer tradicional, fazer ancestral. E o que me fascina nisso é que muito dessa matéria

prima que se usa é renovável, é naturalmente sustentável e isso é muito lindo, a natureza se regenera. Eu estou aqui e do meu lado tem um artesanato *fulni-ô* que meu primo fez, e eu estou aqui só pensando assim, que incrível! Que ele usou a palha de uma árvore e daqui a alguns meses isso se renova. O material que ele usou é 100% orgânico e isso se renova, não destruiu a natureza, isso cooperou para a economia local para gerar renda para a família. E então essa peça que a gente compra deles, trabalhamos juntos, é uma peça que vai ficar ainda mais bonita, a gente vai trabalhar ela, bordar ela, ela vai parar em uma passarela de moda, e o que que eu estou fazendo com isso?

Eu estou criando uma relação de empoderamento, com uma cultura originária e além disso, gerando fonte de renda. Mostrando que é possível a gente trabalhar com os recursos que a gente tem no nosso Brasil e com os diversos talentos que a gente tem aqui. Isso para mim é o ápice da decolonialidade. A gente fala muito sobre isso, escreve muito sobre isso. Eu mesma falo muito sobre isso. Mas isso é a decolonialidade materializada aqui na minha frente. Então, eu olho para isso e penso: quanto talento e quanta riqueza não valorizada neste país, sabe! E fazer a curadoria também, desse trabalho, entender o que conecta com a identidade da marca, com a estética da marca, cara, tem um saber muito especial!

Descobrir uma artesã, no extremo sul da Bahia, que faz um chapéu de palha de Buriti, tingido manualmente... gente, isso é de uma riqueza! Vim para Belém do Pará, encontrar aqui outras riquezas, sabores... isso é a artesanaria da vida!

Eu costumo dizer que a gente perdeu a manualidade do afeto. E eu comecei a discutir e escrever manualidades de afeto recentemente. E me dei conta que manualidade do afeto é o quanto a gente está disposto a renovar os nossos laços com o ser humano e com a terra. É o quanto a gente está disposto a criar relações manuais, artesanais. O que que é isso? O que é artesanal, também rompe, também desfibra, né? Mas quando a gente se coloca nesse lugar de ter paciência, de fazer de novo, de recuperar... cara, a gente está vivendo esse ano uma experiência de manualidade afetiva, e essa artesanaria do viver, ela está totalmente relacionada com a nossa existência indígena.

Não adianta falar de decolonialidade e reproduzir comportamentos coloniais, eu preciso viver isso integralmente. Isso não significa que eu seja perfeita, eu estou muito longe de ser perfeita e nem quero! Porque essa coisa da perfeição está total ligada ao comportamento colonial, de onde vem a perfeição? Vem do fato de que você não pode

errar, e se você erra é pecado, você se sente culpado. Os colonos faziam isso com a gente, com o povo indígena e preto. Os colonos diziam o que era certo e o que era errado, como você devia fazer de forma perfeita e não podia errar.

E essa manualidade do afeto vai em direção contrária a esse sentido de que você não pode errar. Eu não sou e nem quero ser perfeita, eu sou super falível, eu sou super errante... o que me difere, é que eu estou sempre disposta a acertar, estou sempre disposta a fazer o bem, estou sempre disposta a querer o bem do outro, sabe. E isso é a nossa essência indígena. Isso é a nossa verdade, é a nossa existência... esse é o modo que os nossos anciões viviam antes da colonização. Não é que o indígena seja puro, seja ingênuo, seja um anjo... não! Tem treta para caramba nesse rolê! (risos).

Mas eu acho que a gente tem uma forma de viver, que ela está muito associada ao bem-viver, à natureza e a natureza, ela não se sente culpada por viver, por existir. Esse senso de pecado e de culpa vem com a religiosidade, com a colonização da nossa espiritualidade, porque a nossa espiritualidade, ela é livre! Ela é naturalmente livre, e a nossa espiritualidade não está somente em rezar, ir para o meio da floresta, a nossa espiritualidade está conectada com o que a gente faz, com o que a gente toca, com o que a gente vive, com o que a gente pensa, com o que a gente está criando, escrevendo, fazendo. Está total associada ao nosso comportamento. Então, eu sempre falo que a minha manualidade pessoal, a minha forma de viver, ela é artesanal, por isso. Porque ainda que as coisas não saiam como eu desejei, eu vou olhar para isso e vou falar, esse é o ciclo da vida, essa é a natureza!

A natureza também é assim, as vezes o rio vai sair do curso, vai encher, vai transbordar, as vezes vai acontecer a mesma coisa com o mar. As vezes a gente não quer que chova e vai chover. E está tudo bem, entendeu? Eu tinha que estar aqui agora, fazendo esse trabalho, conversando com você, acordando cedo, pulando da cama (risos) com sono, porque eu trabalhei muito ontem. A vida é assim, a gente precisa parar de querer que a vida seja diferente.

Suene, você deveria escrever meu livro, transcrever tudo o que eu falo, porque quando a gente conversa (risos) eu começo a falar dessas coisas e eu vou deixando fluir.

Pesquisadora: Flui de uma forma poética e eu fico encantada! Eu vou transcrever, viu!

Dayana Molina: É, eu acho que isso é melhor do eu me fechar para o que o pensamento está trazendo, sabe.

Pesquisadora: E eu vou transcrever tudo, nem se preocupe!

Dayana Molina: Eu te adoro! (risos).

Pesquisadora: (risos)

Pesquisadora: E sobre esse contato com as artesanias dos povos indígenas e quilombolas que você comentou que traz para a Nalimo. Como você faz esse contato? É através de viagens, conversas, como você seleciona essas pessoas?

Dayana Molina: Primeira coisa, opa, desculpa. Termina de perguntar.

Pesquisadora: Não, pode responder. Só ia complementar, que é em relação aos acessórios, ne? Essas parcerias.

Dayana Molina: É, isso! Eu geralmente trabalho os acessórios com esses povos tradicionais, não as roupas em si. A roupas eu só trabalho com *Guarani*, atualmente né, com os teares e tal. E estou com um projeto com as mulheres *Kayapó*, mas eu ainda não fui para o Xingú, estou conversando com elas, com as *Yala Pati* e as *Kayapó*. E agora recentemente foi para Tocantins, para a Aldeia *Krahô*, comecei uma conversa com elas para a gente fazer uma oficina de tecelagem, elas já tramam ali o tucum e a palha do buriti. E eu queria tentar com elas algo que fosse voltado para a parte têxtil, de grafismo, de tentar pensar alguns estudos de estampas. Mas é só um projeto, tá?

Pesquisadora: (Aceno na câmera com polegares para cima, sinal de positivo).

Dayana Molina: É, vamos lá, sobre os quilombolas da Bahia, vou te explicar. A gente tem uma ideia muito equivocada de que os quilombolas e os indígenas estão dentro da mata e só dentro da mata. E a gente precisa desmistificar essa ideia porque existe muito indígena e quilombola na cidade, vendendo artesanaria na cidade. E então você encontra essas pessoas e algumas sabem das suas origens e outras não. Por exemplo, no povo quilombola da Bahia, eles sabem de suas origens e às vezes eles estão em feiras, estão vendendo seus artesanatos na rua, não tem uma noção do quão valioso aquilo é, do quão especial aquilo é.

E o meu contato com os quilombolas, foi que eu viajei, fiz uma viagem para Salvador e de Salvador a gente foi para uma comunidade quilombola e eu tive a linda experiência de viver ali em contato direto com os quilombolas, e nesse contato eles estavam fazendo bolsas com madeira de reaproveitamento, reflorestamento e eu fiquei muito apaixonada pela artesanaria local. Eu vi que aquelas bolsas também estavam sendo comercializadas em algumas partes das cidades, tipo feira de artesanato, mas eu tive contato direto com eles, dentro da comunidade quilombola, dentro de uma região de ilha, porque eles ficam um pouco mais isolados. E a partir

dali eu comecei a fazer um trabalho com eles, de periodicamente comprar os artesanatos e trabalhar com eles uma estética mais próxima da marca.

Então o que acontece também é um processo de curadoria, primeiro de entender se aquele acessório conecta com a estética da marca, se aquilo faz sentido. Esse primeiro contato de curadoria eu geralmente faço um teste, para fazer uma conexão com o meu trabalho, entender se aquilo faz sentido, se tem um apelo comercial. E então quando aquilo começa a ser inserido dentro do cotidiano da marca, eu começo a contar também uma história, de onde vem aquilo. E dependendo de como é esse apelo comercial, a gente continua esse trabalho, entendeu?

Se der uma aceitação bacana eu continuo. Porque a realidade é que eu não tenho grandes possibilidades, eu não sou rica, só tenho muita vontade de fazer o negócio. Então eu olho aquilo e faço um estudo, se aquilo funciona, se está conectado com o valor da marca... com certeza está, porque a gente sempre trabalha com comunidades que fazem sentido para gente.

Mas eu também olho para o apelo comercial, se aquilo tem uma venda, se tem sentido investir, porque não é só comprar uma artesanaria, é pensar um projeto de melhoria para a comunidade, é desenvolver uma coisa mais perto. As vezes eles só querem vender e a gente quer construir uma relação, então como é que constrói essa relação? Comunicando, conversando, trabalhando um acabamento, pensando um valor dentro daquela peça, um valor de design que seja exclusivo. Então olha, vamos fazer assim, pensar nesse acabamento, olhar conectado com a estética da marca.

Assim eu também ensino, compartilho experiências. Muitas das coisas que eu compro eu sei mais ou menos que tipo de fibra foi usada, se pode por exemplo, ser lavada ou não, se pode pegar chuva ou não. Eu tenho conhecimentos básicos que vão se aperfeiçoando e se aperfeiçoando com essa troca de aprendizados, tanto do meu lado quando estou aprendendo com essas comunidades, tanto do lado deles quando eu estou ensinando.

É uma troca muito rica, muito poderosa e muito conectada com o que eu estava falando, olhar para isso é verdadeiramente o sentido do que é decolonialidade, porque é sobre esse lugar, da não imposição, do fluir da artesanaria, da manualidade, pelo respeito às tradições. Por mais que a gente faça um aprimoramento de uma peça, a gente está aprendendo o que tradicionalmente se faz com aquela peça, que tipo de fibra, como que trama, de que jeito, com que material... então isso tudo nos conecta profundamente com a relação de onde vem isso. Não é comprar por comprar, a gente

também está em uma constante relação de curadoria e de novas descobertas artesanais e isso é muito incrível porque a gente vai passando por lugares e vivendo experiências locais e que economicamente são superimportantes para que essas pessoas continuem vivendo onde elas escolheram viver, isso é muito sustentável, porque, quando economicamente esse tipo de artesanania não se suporta na sua origem, o que acontece? Essas pessoas precisam migrar para outros lugares. Existe um deslocamento cultural e a cidade ainda é um lugar que os povos tradicionais que vivem da artesanania se deslocam, então a gente acredita também que isso é uma contribuição importante para que se mantenha localmente naquele lugar. E é esse o motivo pelo qual eu acho importante manter o contato, continuar comprando, continuar incentivando e fomentando economicamente, porque isso faz diferença na vida deles. E é uma relação que eu estou construindo por exemplo com as mulheres *Krahô*, que hoje precisam vender o seu artesanato e ele está parado na aldeia, não tem escoamento e trazer esse artesanato para a cidade, sem que elas precisem se deslocar, vivendo naquele lugar que escolheram, é revolucionário para caramba!! (com tom de voz animado)

Porque, sei lá, o tanto que eu invisto nessa cidadania, que eu acho pouco, mas acho que é uma constância, é um comprometimento também social... de falar assim: todos os meses eu vou comprar de vocês, todos os meses a gente vai criar essa relação, porque isso traz a relação do empoderamento, da constância no fomento econômico. Então, para fazer esse investimento eu não consigo me deslocar daqui até o Tocantins por menos de 4 mil reais. Eu chego em uma vivência, eu vou ensinar o processo para eles, mas vou ensinar o processo comprando a artesanania deles, entende?

Então tem o custo de viagem, tem o custo de hospedagem, tem custo da compra do artesanato, tem custo do tempo da oficina. Pois ali eu estou ensinando, cooperando para que aquele artesanato saia da aldeia com uma melhoria, com acabamento bonito. E tem outros fatores, a gente está aqui em Belém (PA), nossa! Essa viagem de milhões (risos), mas o fato é que a gente aproveita também, sabe? Conhecer essa cultura local é muito gostoso, me alegra muito.

Pesquisadora: É uma dedicação social, como você falou, dessas outras culturas com a Nalimo. E acaba sendo colaborativa

Dayana Molina: Super colaborativa. E o que eu mais acho incrível é que isso inspira demais, sabe? Porque é impossível a gente chegar nesse artesanato sem contar uma história bonita, sem contar a importância de cada propósito disso. E foi o que eu falei,

a artesanaria por si só já tem uma relação de um apelo afetivo muito forte, é muito diferente quando a gente olha uma coisa que foi tramada toda a mão e olha uma coisa que passou por uma fibra industrial... sério, eu me emociono com o que é feito à mão. Isso se conecta comigo em um nível que eu nem consigo te explicar.

As vezes a minha sensação é de que, quando eu for velha, eu vou ter uma casa como se fosse de museu, de tanta coisa que eu vou experimentando e às vezes falo: gente, isso aqui eu não consigo vender! Consigo guardar para sempre, entendeu? Tem coisas que tem um valor imensurável, eu acabei de comprar uma artesanaria do povo *Paiteer Suruí* e assim, é uma caixinha feita manualmente com fibras locais que é para guardar uma joia ou uma coisa super especial. Mas a joia não é o que você vai colocar dentro, a joia é a caixinha. A caixinha é tão linda e tem um preço que você olha e fala: eu não posso mensurar o trabalho que isso dá! E então o que acontece, eu compro algumas coisas que eu não consigo nem vender. É um apelo tão mágico, que eu não consigo mensurar o quanto especial isso é.

Pesquisadora: É um valor muito mais além do material!

Dayana Molina: Muito além!

Pesquisadora: Dayana, vou te perguntar aqui a próxima. É um assunto que já está sendo falado e como é um dos meus objetivos de estudo, queria saber como a Nalimo pode contribuir para a representatividade do povo indígena, em resumo do que temos conversado?

Dayana Molina: Em resumo, a nossa contribuição tem um valor de cultura imaterial, porque a relação dessa preservação da cultura imaterial, ela empodera, dá autonomia e fortalece os povos tradicionais, sejam eles indígenas ou quilombolas. Então é uma relação profundamente cultural. E isso inspira mudanças porque traz essa relação da consciência e essa consciência fortalece esse patrimônio imaterial de valor cultural imensurável.

Pesquisadora: Através das suas ações, conexões com outros povos e com a materialização nas peças, que é uma junção de todo esse processo.

Dayana Molina: Sim! É através dessas ações que fazem parte do nosso cotidiano, a gente consegue ter por exemplo, esse nível de conexão, a ponto de a gente olhar e falar: a nossa contribuição é de fato fortalecer, fomentar e gerar autonomia. Além desses valores éticos e sociais que estão muito entrelaçados com a causa. A conexão com o que a gente faz também, nessa relação de criação. Então eu acho que isso é uma forma objetiva de fortalecimento. A gente está cocriando um futuro mais social,

mais responsável, mais sustentável, onde a gente valoriza o saber ancestral e potencializa isso.

Quando eu trago esses movimentos para a moda, eu estou inspirando o desejo, mas eu não estou inspirando o desejo pelo desejo. Eu estou inspirando o desejo por uma moda ética, revolucionária e feita sem destruir a natureza.

Pesquisadora: E Dayana, qual a sua visão geral sobre a moda no Brasil hoje? Se você vislumbra mudanças positivas ou não. Que ações podem tornar a moda brasileira mais decolonial?

Dayana Molina: A moda no Brasil reflete o que a sociedade brasileira é: a sociedade brasileira é racista! Muito racista. Racista e elitista. E o que acontece com essa moda brasileira, ela é reflexo de como as pessoas se comportam, moda é política. O que a gente faz ou deixa de fazer importa. Moda é antropologia. Moda é comportamento. Então quando a gente compreende que a moda reflete o comportamento social, a gente vai olhar para uma moda que ainda nos exclui, um mercado de moda que ainda nos exclui, por isso é importante criar movimentos que criei “descolonize a moda”. Olhar para o que a gente tem de riqueza, beleza, no nosso território. Parar de fazer comparações eurocêntricas com aquilo que a gente faz e produz, nós não somos europeus. Nós somos originários *Abya Ayala*, América Latina.

Isso significa que a gente não pode mais compactuar e reproduzir essa moda que vai contra a nossa existência. Então assim, eu acabei de fazer um *post* lá no *Instagram*, ontem, cansada, nos bastidores escrevendo. Eu estava dentro do estúdio, fazendo ali o figurino e escrevendo e se você for olhar para esse *post*, Suene, você vai entender um pouco da minha indignação, da falta de representatividade, da falta de pluralidade, da falta de diversidade.

As pessoas brancas ocupam naturalmente lugares de destaque, liderança, autonomia e decisão. As pessoas indígenas ou negras não estão nesses lugares ainda. Então quando a gente chega nesses lugares, a primeira coisa que a gente pensa é: somos minoria, e que poder temos de decidir? Entende? Então isso é uma estrutura social racista. Quando vivemos em uma sociedade em que não temos poder de decisão, autonomia criativa, liberdade criativa, força criativa, inserção do nosso talento dentro de uma estrutura... é óbvio que essa estrutura é racista porque ela nos exclui, nos apaga, fragmenta a nossa existência, diminui a importância da diversidade. E a diversidade é importante em qualquer lugar do mundo e ser um criativo indígena em

um país indígena e não ser naturalmente inserido em projetos criativos é muito estranho.

Lutar o tempo todo para existir e fazer parte, para integrar, é cansativo. Não somos mais nós que temos que ir atrás dessas oportunidades, são essas oportunidades que precisam nos acompanhar naturalmente, são elas que precisam bater a nossa porta, são elas que precisam aprender o que é fazer uma moda decolonial conosco.

Tem um monte de estilista se apropriando de recursos e de coisas e de técnicas que não são deles, que não pertencem a eles. O nome disso é apropriação cultural e essa não é uma metodologia de aliado, não poder ser. Quem é aliado vai trabalhar com você e não por você. Trabalhar por você significa lhe apagar culturalmente, te levar para um lugar de maior nível de invisibilidade. A gente não precisa disso, entende? Então esse último texto que eu escrevi, eu estou descendo o cajado lá! Acho que é importante você ler, é um texto longo, eu escrevo nos comentários e a gente está só pensando em um grande manifesto.

Um grande manifesto onde a gente vai escrever todas as problemáticas da moda e vai endereçar aos diretores de moda, diretores de *casting*, donos de agência, semana de moda, isso é revolução! Isso é mudança sistêmica, mudança na estrutura de uma sociedade. De como se pensa moda, de como se acredita que a moda deve ser. A moda não tem que ser como ela é, porque essa moda ainda é uma moda que nos apaga, uma moda que reproduz ações coloniais. Totalmente coloniais.

Não ter um *casting* de modelos indígenas, colocar três modelos em uma semana de moda não é justo, não é certo. Tem um monte de gente precisando trabalhar, viver do que trabalha, com dignidade. E não tem que ser um, tem que ser vários, entende? Então está tudo errado, a gente tem que mudar isso. E eu sei a contribuição que eu tenho nesse movimento e nesse processo. Eu sei. E eu não vou me isentar de fazer isso porque eu estou em uma semana de moda ou porque eu já trabalhei com grandes empresas... eu não estou preocupada com isso! Eu estou vivendo esse tempo para fazer essas mudanças, essa é a minha missão, esse é o meu propósito.

O que você está fazendo nessa dissertação é uma coisa histórica. As pessoas terão de ler o que você está escrevendo e conversando comigo para falar de um movimento que é emergente no Brasil. Então eu não tenho dúvida que isso aqui que a gente está fazendo é história. Eu lembro quando a gente se falou pela primeira vez, eu te falei isso para você!

Então, quero reafirmar a importância do teu trabalho e do que você está construindo e do legado que você também está escrevendo junto comigo e essa contribuição que é acadêmica, que é intelectual, que é necessário. A gente precisa estar em todos os espaços e você está fazendo parte disso.

Pesquisadora: E é uma honra para mim poder contribuir de alguma forma. Eu vou ler o *post* do *Instagram*, na verdade eu leio todos, viu? (risos) leio sempre!

Dayana Molina: Eu sei! (risos).

Pesquisadora: Vou chegando aqui ao final, sei que já peguei muito tempo da sua manhã. É que eu quero comprar uma peça da Nalimo e usar no dia da defesa da dissertação. E além disso, sempre que tem a finalização do mestrado, se entrega para a banca de professores, como se fosse uma lembrancinha ou algo representativo da pesquisa e eu queria te perguntar se tem algum acessório... é que não tem no site. Ou algum acessório que eu possa adquirir para enviar para as minhas professoras. A gente pode falar sobre isso no *direct (instagram)* depois, né?

Dayana Molina: Sim, pode. Mas assim, eu posso pensar em alguma coisa bem simbólica que seja bem significativo e te sinalizar. Alguma coisa que seja tipo um objeto pequeno, ou que você possa usar, enfim. Por exemplo, tem os patuás das mulheres *Krahô*... é belíssimo, tem uma simbologia de proteção, pode ser que isso seja interessante para você. Eu vou ver se a gente tem o suficiente. Quantas professoras são?

Pesquisadora: São três professoras.

Dayana Molina: Tá! Eu vou tentar dar essa artesanaria para você do povo *Krahô* e eu também vou te dar um presente! Quero dar um presente para você!

Pesquisadora: Aii, que benção!! Minha gente!

Dayana Molina: (risos) vai ser uma honra!

Pesquisadora: Mas eu vou comprar a peça, faço questão. Estarei no *direct* da Nalimo, já já!

Dayana Molina: Tá bom, meu amor!

Pesquisadora: E para finalizar, eu só tenho umas perguntinhas que eu não consegui achar na internet. Dayana, qual sua data de nascimento?

Dayana Molina: Vai fazer meu mapa astral? (risos)

Pesquisadora: Não vou perguntar que horas você nasceu, não precisa! (risos)

Dayana Molina: 4 de abril de 1988. É uma data especial, na numerologia me falam isso.

Pesquisadora: Eu acredito, porque pelas mudanças que você faz na sociedade, tem que ser uma pessoa especial sim!

Dayana Molina: Obrigada!

Pesquisadora: E a data de início da sua carreira de moda. 14 anos atrás?

Dayana Molina: Eu vou fazer 15 anos daqui a uns meses, acho que é em dezembro que faço 15 anos de carreira.

Pesquisadora: Qual foi a universidade que você iniciou o curso de Ciências Sociais?

Dayana Molina: Foi a UFF, Universidade Federal Fluminense da minha cidade, mas eu não concluí.

Pesquisadora: Certo, é só para as informações ficarem completas. Sobre sua bisavó que costurava, materna ou paterna?

Dayana Molina: Materna, ela costurava no sertão de Pernambuco

Pesquisadora: Ela é mãe da sua avó Naná?

Dayana Molina: Isso, isso. *Fulni-ô* também

Pesquisadora: Desde quando você faz parte do *Fashion Revolution*? Em Niterói?

Dayana Molina: Isso, Niterói e São Paulo agora. Eu faço parte do *Fashion Revolution* basicamente desde que o movimento chegou no Brasil, minha primeira ação foi em 2015. Eu sou representante local desde 2015

Pesquisadora: Fazendo a biografia completa (risos)

Dayana Molina: Tem mais alguma pergunta?

Pesquisadora: Só uma última coisa. Dayana, na nossa última conversa você comentou que a marca é composta por mulheres indígenas em sua maioria, né?

Dayana Molina: É, a gente tem uma porcentagem de 80% indígenas, mas também mulheres negras, imigrantes, nordestinas, dos grandes centros, mães-solo, lgbtqi+, mulheres trans.

Pesquisadora: Acho que tem no site, né? Essas porcentagens específicas.

Dayana Molina: É, coloquei. Na verdade, estou construindo ali também, quero falar mais abertamente sobre impacto social, o trabalho que a gente faz, mas como o site estava totalmente perdido, eu não tive tempo de desenvolver o que eu queria. A gente vai ter que reformular esse site, talvez até sair de plataforma, por causa do sistema.

Pesquisadora: Sim! Pois é isso, Dayana! Muito obrigada novamente, foi um prazer falar com você.

Dayana Molina: Nada, meu amor. Eu vou correr aqui para tomar café, se não o hotel vai fechar o nosso café da manhã.

Pesquisadora: Eita, tá bom. Perdão! (risos)

Dayana Molina: Qualquer dúvida que você tenha, pode retornar, estou aqui a sua disposição! Lê esse texto que eu te falei, porque ontem eu escrevi muita coisa e é isso, a gente vai se falando! Tá bom?

Pesquisadora: Tá bom, muito obrigada! Bom dia e bom trabalho para você!

Dayana Molina: Obrigada, querida! Um beijo!

Pesquisadora: Beijo, tchau!

Dayana Molina: Tchau!

ANEXO A – CERTIFICADOS E FOTO COM DAYANA MOLINA

1 – Certificado 16º Colóquio de Moda:



2 – Certificado Intera Design – UFCA:



3 – Foto com Dayana Molina 22/11/2021

