

## COMUNICAÇÃO E MODA INDÍGENA

Maria Julia Oliveira Batista <sup>1</sup>  
Maria Nazareth Bis Pirola <sup>2</sup>

### RESUMO

A mídia é uma ferramenta poderosa para projetar imagens e desejos. A moda, por sua vez, ao mesmo tempo em que tenta imitar e massificar, distingue e individualiza. A moda e a comunicação podem ser campos aliados na constituição das aparências e identidades dos povos. Nesse sentido, essa pesquisa tem por objetivo compreender como se dá a construção midiática da aparência feminina no segmento de moda indígena, analisando como a marca Maurício Duarte elabora sua comunicação para os consumidores. Trata-se de pesquisa qualitativa. Contempla pesquisa bibliográfica; descritiva; compreensiva; e interpretativa. Mobiliza teorias sobre a moda indígena, identidade, cultura e comunicação. Espera contribuir para o aprofundamento teórico e metodológico dos campos da comunicação e da moda, em diálogo com as diferentes culturas e identidades, observando a influência que os fenômenos - moda e comunicação - exercem nas práticas de vida dos indivíduos, em seus contextos históricos, sociais, comunicacionais e culturais.

**Palavras-chave:** Comunicação, Moda Indígena, Cultura, Identidade, Maurício Duarte.

### INTRODUÇÃO

O Projeto de pesquisa “Comunicação, Moda e Cultura”/nº 12887/2024, coordenado pela profa.Dra.Maria Nazareth Bis Pirola, docente do Departamento de Comunicação Social, do Centro de Artes da Ufes, tem por objetivo desenvolver estudos em diálogo com os campos da comunicação e da moda. Nesse sentido, nossa pesquisa de iniciação científica, integra esse esforço, com o intuito de compreender a construção da moda indígena no cenário comunicacional.

Temos como objetivo geral compreender como se dá a construção midiática da aparência feminina no segmento de moda indígena; e como objetivos específicos: mapear referencial teórico sobre moda, identidade, comunicação, cultura e moda indígena; compreender a construção que a mídia faz dos corpos na moda indígena, em especial, na publicidade e no jornalismo; observar se as construções midiáticas contemplam a diversidade em suas representações; e analisar como a marca de moda indígena Maurício Duarte elabora sua comunicação com o público.

---

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Espírito Santo–ES, [mariajulia0382@gmail.com](mailto:mariajulia0382@gmail.com). Participante do Programa Pivic-Ufes.

<sup>2</sup> Professora orientadora, Doutora, Universidade Federal do Espírito Santo – ES, [n.pirola@uol.com.br](mailto:n.pirola@uol.com.br).

## METODOLOGIA E APORTES TEÓRICOS

Os procedimentos metodológicos adotados contemplarão a pesquisa bibliográfica, para levantamento de livros, autores e teorias sobre a moda indígena, identidade, cultura e comunicação. Acompanharemos, também, o site e redes sociais da marca, para compreender seus produtos, estratégias e formatos de comunicação; e informações sobre desfiles de moda nas mídias especializadas. Os métodos a serem mobilizados contemplarão descrição; compreensão; análise e interpretação dos conteúdos e das imagens. O tratamento dos dados será feito de forma qualitativa. O corpus selecionado para essa pesquisa é a marca de moda indígena Maurício Duarte, conforme Figura 1. Por necessidade de delimitação e adequação das atividades programadas, nosso recorte focará nas construções do corpo feminino.

Maurício Duarte é amazonense, do povo indígena Kaixana, e estreou na São Paulo Fashion Week em 2022, ganhando visibilidade nacional.

A ancestralidade está presente em suas criações. É a forma que Mauricio Duarte adota para se “manter conectado com as suas raízes, transmitindo toda a cultura de Manaus. Além de uma produção artesanal feita à mão, o estilista trabalha [...] usando tecidos ecológicos e outros que seriam usados para descarte, assim como um trabalho justo para toda cadeia” (Sou de Algodão, acesso em 21 jun.2024).

Figura 1- Estilista Maurício Duarte



Fonte: Sou de Algodão, acesso em 21 jun. 2024

Em História da Moda no Brasil (2011, p. 17), o autor João Braga afirma que “não há exagero em dizer que o Brasil nasceu sob o signo da Moda. Afinal, o primeiro produto que oferecemos ao mercado externo (e que, mais tarde, deu nome ao próprio país) foi o pau-brasil”, árvore de onde se extraía um pigmento vermelho usado para tingir os tecidos.

O primeiro contato entre portugueses e indígenas se deu sob a égide do olhar de suas aparências. A história mostra como a escravização de negros e indígenas foi nefasta para suas culturas, costumes e vivências.

De lá para cá, os esforços de legitimação plena da constituição de suas identidades, mesmo em meio a tantas resistências, tem ecoado cada vez mais forte. Nesse sentido, a moda e a comunicação podem ser campos aliados na constituição das aparências e identidades dos povos. Em nosso projeto de iniciação científica, em especial, das aparências indígenas.

Sabemos que a mídia pode ser uma ferramenta poderosa para projetar imagens e desejos. A moda, por sua vez, tem uma característica que o autor Georg Simmel chamará de paradoxal, pois, ao mesmo tempo em que tenta imitar e massificar, também distingue e individualiza (Cidreira, 2005).

Em outro aspecto, conforme as teorias de McLuhan, a roupa e a moda podem ser vistas como prolongação da pele. Segundo Cidreira, com base em McLuhan, “a moda é mass media no sentido em que ela é, ao mesmo tempo, espaço de comunicação e meio de mediação entre indivíduos, grupos sociais e culturais, entre civilizações inteiras” (Cidreira, 2005, p. 114).

Já na obra *As Formas da Moda*, a autora afirma que “a cultura é indissociável da aventura humana”, e nesse sentido, “a cultura é o sistema significante através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada” (Cidreira, 2013, p.25).

Assim, esperamos contribuir para o desenvolvimento dos campos teóricos da comunicação e da moda, em diálogo com as diferentes culturas e identidades, observando a influência que esses fenômenos - moda e comunicação - exercem nas práticas de vida dos indivíduos, em suas territorialidades e contextos históricos, sociais, econômicos, políticos, comunicacionais e culturais.

## **DISCUSSÕES INICIAIS:**

A moda está diretamente atrelada à comunicação e à cultura. Nossa pesquisa científica tem o objetivo de pautar a significação dos vestuários correlacionando à identidade e seu comportamento na sociedade.

Qual é o papel da moda na sociedade? Quais as suas significações? Quais as formas da aparência comunicar? Buscamos essas compreensões das roupas como formas potentes para a comunicação.

Além de comunicar, a roupa também tem o poder de resgatar a ancestralidade e contar histórias que foram apagadas com o colonialismo.

Nesse sentido, a marca Maurício Duarte cumpre um papel importante ao demonstrar em suas peças as tecnologias manuseadas com tecidos e elementos da natureza, passadas de geração em geração.

Além disso, apesar da tentativa de apagamento, a cultura indígena continua viva e existindo também através da moda, conforme vemos na Figura 2, do desfile da marca na New York Fashion Week, em 11 de setembro de 2024. Nessa coleção, de nome Muiraquitã, Mauricio Duarte explica que decidiu dar esse nome à coleção porque esse também foi o título de seu primeiro trabalho de graduação e por ser também – o muiraquitã<sup>3</sup> -, um presente de sua mãe, e que o acompanha como um amuleto de proteção. As roupas apresentadas são feitas com fibras naturais, fibra do tucum, fibra de buriti, escamas de pirarucu e sementes de açaí, e foram tecidas manualmente por artesãs das comunidades indígenas do Amazonas (Estilista..., acesso em 24 out. 2024).

Figura 2 – Desfile da coleção Muiraquitã em Nova York



Fonte: Vogue, acesso em 24 out.2024

<sup>3</sup> “Muiraquitã é o nome dado pelos indígenas a pequenos amuletos trabalhados em forma de animal, geralmente representando sapos. São feitos de pedras de cor verde ou de minerais como a nefrita”. Fonte: Portal Amazônia.

Cidreira, ao citar Malcolm Barnard, autor de *Moda e Comunicação* (2003), argumenta que a comunicação não é simplesmente mandar uma mensagem e a roupa um meio para essa mensagem. Entende-se então que a “moda e indumentária são elementos para dar sentido ao mundo e às coisas e pessoas nele inseridas” (Cidreira, 2005, p.112).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de nossa pesquisa de iniciação científica estar em fase inicial, com essas primeiras aproximações com a marca, podemos perceber como Maurício Duarte, através das suas peças, torna a vestimenta indígena um elemento de significação no mundo e como através dela, promove uma comunicação ancestral e de retomada.

### REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BRAGA, João; PRADO, Luis André do. **História da Moda no Brasil**: das influências às autorreferências. São Paulo: Disal Editora, 2011.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **As formas da moda**: comportamento, estilo e artisticidade. São Paulo: Annablume, 2013.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.

ESTILISTAS..., **Estilista Maurício Duarte apresenta a coleção ‘Muiraquitã’, durante a New York Fashion Week**. Disponível em <https://mercadizar.com/noticias/estilista-mauricio-duarte-apresenta-a-colecao-muiraquita-durante-a-new-york-fashion-week/> Acesso em 24 out. 2024.

PORTAL AMAZÔNIA. Site. Disponível em <https://portalamazonia.com/amazonia-de-a-a-z/m/muiraquita/> Acesso em 24 out. 2024.

SOUDEALGODÃO. Disponível em < <https://soudealgo.cdaom.br/blog/estilista-indigena-mauricio-duarte/> > Acesso em 21 jun. 2024.

VOGUE. Disponível em <https://vogue.globo.com/desfiles/noticia/2024/09/mauricio-duarte-or-nova-york-or-verao-2025.ghtml>> Acesso em 24 out. 2024.