



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## DECOLONIZAÇÃO DA MODA - UMA REFLEXÃO

*Fashion Decolonization – a reflection*

Avellar, Luciana de Castro Maeda; Ms; Universidade do Estado de Minas Gerais –  
ED/UEMG, lutiavellar@gmail.com<sup>1</sup>

Alencar, Larissa Albuquerque de; Ms; Universidade do Estado de Minas Gerais –  
ED/UEMG, larissa\_alencar@ufam.edu.br<sup>2</sup>

**Resumo:** Apesar da grande riqueza cultural dos povos indígenas a mulher indígena é quase invisível aos olhos da sociedade; sofre por não se reconhecer e não se sentir parte dessa sociedade que vive sob os ditames europeus. Este artigo, propõe uma reflexão acerca da decolonização da moda, sob a ótica das relações coloniais, afinal quando se trata de identidade a moda é parte fundamental para o reconhecimento do indivíduo.

**Palavras chave:** Decolonização da Moda; Pertencimento; Reconhecimento.


**Abstract:** Despite the great cultural wealth of indigenous peoples, indigenous women are almost invisible to society's eyes; he suffers for not recognizing himself and not feeling part of this society that lives under the European dictates. This article proposes a reflection on the decolonization of fashion, from the perspective of colonial relations, after all, when it comes to identity, fashion plays a fundamental role in the recognition of the individual.

**Keywords:** Fashion Decolonization; Belonging; Recognition.

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Design (início 2020), Mestre em Design (2020) e Graduada em Design de Ambientes (2002) pela Universidade do Estado de Minas Gerais – Escola de Design/UEMG. Bolsista CAPES do Programa de Pós-graduação em Design – PPGD/UEMG. Linhas de pesquisa: história do design, psicologia ambiental, neurociência e memória.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG) e bolsista do Programa de Bolsas de Pós-graduação em Instituições fora do Estado do Amazonas – PROPG-CAPES/FAPEAM. É professora no Departamento de Design e Expressão Gráfica da Universidade Federal do Amazonas - UFAM.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


## **Introdução**

Esse artigo propõe uma reflexão acerca da decolonização da moda, sob a ótica do pertencimento e do (re)conhecimento de uma parte da civilização brasileira quase invisível – a mulher indígena. Fazer parte de uma sociedade de espírito branco e eurocêntrica que carrega consigo a experiência histórica colonial torna-se um fardo para a mulher indígena, pois uma vez que moda é identidade, como elas se sentem ao não se reconhecerem no vestuário contemporâneo?

Para refletir sobre essa questão, buscou-se, em um primeiro momento, por meio de um levantamento preliminar, entender o porquê a sociedade ainda vive sob a lógica das relações coloniais e, de certa forma, dentro dos preceitos tribalistas conforme reflete Bauman em seu último livro *Retrotopia* de 2017. Nele, Bauman afirma ser o tribalismo a causa da manutenção da inferioridade e superioridade das relações entre os grupos; afinal é fundamental que a civilização vivencie a emancipação humana conforme defende o professor Boaventura de Sousa Santos, ou seja, é imprescindível que se construa uma sociedade para além do capital e do colonialismo; onde o homem volte a ser o centro do mundo e não o dinheiro.

Esse pensamento vai de encontro aos estudos propostos pelo geógrafo e professor Milton Santos, que acredita na outra globalização; aquela de um mundo onde a dignidade humana seja real e que o colonialismo e o imperialismo deem espaço a soberania de cada cultura, ou seja, as condições da história atual permitem ver que outra realidade é possível e, de certa forma, é boa para a sociedade – uma verdadeira humanidade.

Mediante essa reflexão, em um segundo momento buscou-se associar esse levantamento a uma pesquisa de campo para conhecer como a estilista e ativista indígena Dayana Molina idealizou o conceito e a marca de moda Nalimo, que traz como proposta central a responsabilidade ambiental e a representatividade da mulher indígena. Assim sendo, o objetivo desta pesquisa é entender o sentimento das mulheres e o que as move na luta pela sobrevivência e defesa de sua cultura e valores perante uma sociedade europeizada. Molina usa a moda como ferramenta de luta e inclusão social, procura dar





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

voz a essas mulheres que marginalizadas, cresceram sem referências artísticas e representatividade como ela defende.


### **Uma sociedade tribalista**

A natureza humana direciona os indivíduos para viverem em grupos a fim de garantir sua sobrevivência. Geralmente se agrupam por afinidades, por influências culturais ou simplesmente por pertencerem ao mesmo meio, afinal, o homem não foi feito para viver só, ele foi feito para viver em comunidade. Ao pesquisar a história das civilizações é possível reconhecer, em quase todas as culturas, que sua constituição é de formação tribal; o que de certa maneira traduz seus costumes, hábitos e suas bases políticas e sociais, ou seja, na hierarquia das tribos sempre há um líder que conduz seu povo e o direciona, e este é escolhido por influência e/ou por poder – seja força ou capital.

Estes líderes, para se manterem no poder e ampliar sua economia, foram em busca de “descobrir” novas civilizações para então expandir seus territórios o que levou à colonização de muitos povos e a supremacia de muitas culturas. Durante muitos séculos, muitos países viveram – e ainda vivem; sob a dominação de outros, principalmente sob o imperialismo europeu.

Mediante esse contexto, surge a seguinte questão: porque as civilizações se permitem colonizar? Essa pergunta pode ser simplesmente respondida a partir do discurso da superioridade e da inferioridade onde, de acordo com Bauman (2017, p. 52) ‘quaisquer diferenças que as pessoas possam apontar [...] são usadas para justificar a superioridade de um grupo sobre outro’, ou seja, o mais preparado, aquele que possui a melhor estratégia sempre vence. Por essa perspectiva, parece simples, afinal no reino animal o mais forte sempre ganha, porém a lógica não deveria ser essa, afinal em um grupo onde a razão é a maior qualidade dos seus, a lógica deveria ser o respeito e o entendimento da cultura e dos costumes do outro.

A colonização invade a cultura, mata os costumes e engole as tradições; destrói o *modus vivendi* impondo uma outra realidade e deixa imperar o medo, afinal este, é o maior trunfo da superioridade, governar pelo medo, pela repressão – retrato de muitas invasões e guerras ao longo da história. Refletindo sobre esses aspectos, é fácil entendê-los quando se





16º

COLÓQUIO  
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

pensa em uma civilização primitiva, onde ainda não se havia acesso à informação e que se temia o novo; é fácil perceber essa condição quando a fala ainda é do poder e não há o reconhecimento da identidade do outro, onde acredita-se que não exista uma civilização além da sua. Porém, quando se pensa nessa condição em pleno século XXI onde a globalização já reconheceu e desterritorializou o planeta, torna-se completamente impossível aceitar que civilizações ainda vivem sob os preceitos coloniais.

De acordo com Santos (2018, p. 570.) ‘os três principais modos de dominação da era moderna são: capitalismo, colonialismo e patriarcado’, sendo o colonialismo o mais perverso e grave dentre os três, pois muitos atribuem a ele apenas o fardo da dominação, da ocupação territorial estrangeira – e pode-se dizer que esse, de certa forma, quase se extinguiu; e se esquecem do fato da dependência cultural, ou seja, a influência de determinadas culturas que impõe seus costumes, produtos e modelos sociais; um colonialismo racial que oprime, que marginaliza e despreza as tradições culturais. Ainda para o autor (2018, p. 570.) ‘o colonialismo é todo o modo de dominação assente na degradação ontológica das populações dominadas por razões etno-raciais’.

Esse colonialismo cultural, que domina a maioria dos países ditos ‘em desenvolvimento’ e, que ainda é vigente em grande parte do planeta, faz eclodir em pleno século XXI uma visão dominante que acaba não permitindo que muitas culturas sejam reconhecidas e muitos indivíduos não se sintam incluídos na sociedade por não terem a mesma cor, ou as mesmas condições socioeconômicas, ou as mesmas crenças. Esse modelo de colonização desvaloriza as culturas locais e as substitui por modelos capitalistas e eurocêntricos.

No caso do Brasil, a colonização por Portugal – uma colonização periférica pelo fato de Portugal ser um país semiperiférico em relação ao sistema mundial capitalista desde o século XVII e dependente da Inglaterra; foi longa e de acordo com Santos (2018, p. 574) ‘pelas suas características e duração histórica, a relação colonial protagonizada por Portugal impregnou de modo muito particular e intenso as configurações de poder social, político e cultural, nas colônias’, comprovando o fato de que o fim do colonialismo político não marca o fim do colonialismo social e cultural – este vigente até hoje.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## Por uma sociedade mais igualitária

Para Jean-Paul Sartre ‘é preciso explicar por que o mundo de hoje, que é horrível, é apenas um momento do longo desenvolvimento histórico e que a esperança sempre foi uma das forças dominantes das revoluções e das insurreições. E eu ainda sinto a esperança como minha concepção de futuro’; nessa reflexão, o filósofo enxerga o futuro como um outro olhar, uma visão de uma nova sociedade mais humana e mais igualitária e que a partir dessa reflexão é possível conectar esse pensamento com a proposta da decolonização. Para Santos decolonizar é ‘olhar o mundo com os próprios olhos, de um ponto de vista próprio’ (informação verbal<sup>3</sup>), ou seja, é legitimar as culturas dando a elas soberania e pertencimento.


Até o século XX, a sociedade foi dividida em duas fases. A primeira ficou marcada pelas viagens dos descobrimentos e pela ocupação territorial fruto da colonização e a segunda começou no final do século XIX com a fragmentação dos territórios e se expandiu no século XX - o século das revoluções tecnológicas e da ascensão do modelo capitalista de consumo que acabou por tornar a dependência em relação aos países colonizadores ainda maior.

O capitalismo engendra um mundo ‘inabitável’ ou o ‘pior dos mundos possível’, ele também está na origem de uma verdadeira economia estética e de estetização da vida cotidiana: em toda parte o real se constrói como uma imagem, integrando nesta uma dimensão estético-emocional que se tornou central na concorrência que as marcas travam em si. É o que chamamos de *capitalismo artista* ou *capitalismo transestético*, que se caracteriza pelo peso crescente dos mercados da sensibilidade e do ‘*design process*’, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos lugares mercantis, de integração generalizada da arte, do ‘look’ e do afeto no universo consumista. Criando uma paisagem econômica mundial caótica, ao mesmo tempo que estiliza o universo do cotidiano, o capitalismo é muito menos um ogro que devora seus próprios filhos do que um Jano de duas faces. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.14)

Portanto, diante dessa reflexão pode-se perceber que de acordo com Santos (2020, p. 23) ‘a globalização é, de certa forma, o ápice de internacionalização do mundo capitalista’, e que esta, levou a uma realidade de dependência muito maior que antes, ou seja, na hiper modernidade a estética impera pela ética do desejo que amplia ainda mais a desigualdade

---

<sup>3</sup> Informação fornecida por Milton Santos no documentário Por uma outra globalização. Direção: Silvio Tendler. Produção: André Alvarenga. Rio de Janeiro: Produtora Caliban Produções, 2004. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sdSwEezXrAk>. Acesso em: 28/05/2021.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

social. Para entendermos esse cenário, é interessante refletir segundo a perspectiva global proposta por Milton Santos, que divide o mundo em três: a globalização como fábula, a globalização como perversidade e, por fim, a outra globalização.

O primeiro seria o mundo como querem que os indivíduos vejam, o mundo de fábula, onde a mídia constrói uma verdade que seja conivente com os interesses econômicos e políticos a fim de movimentar e sustentar o sistema. No segundo mundo, o mundo real, o mundo perverso a pobreza aumenta cada vez mais, o desemprego cresce e a qualidade de vida diminui e por último o mundo como ele poderia ser, um mundo mais humano, mais igualitário, onde o reconhecimento e o pertencimento seriam valorizados e as diferenças sociais minimizadas – o mundo da dignidade humana.

A ideia é olhar para a periferia e reconhecer a cultura popular, a cultura de massa como expressão da sociedade; propor uma outra ética onde o estado cuida dos seus reduzindo a desigualdade e rompendo com as formas de totalitarismo que suprem a liberdade comprometendo o exercício da cidadania – romper com o globalitarismo. Afinal, a globalização é um paradigma para a compreensão dos diferentes aspectos da realidade contemporânea, pois ‘as condições da história permitem ver que outra realidade é possível. Que de certa forma é boa para a sociedade – uma verdadeira humanidade’ (informação verbal<sup>4</sup>).


### **Moda ativista**

Uma vez que moda é identidade fica complicado entender como é possível uma pessoa não se reconhecer no cenário da moda contemporânea. Pertencimento, reconhecimento e empoderamento são palavras chave quando o assunto é a busca por uma identidade, por uma verdade, por um espaço. Ronaldo Fraga propõe uma reflexão interessante quando ele pondera que ‘a moda está louca para se libertar da roupa’ (informação verbal<sup>5</sup>), ou seja, o estigma de uma roupa padrão onde todos – de certa forma,

---

<sup>4</sup> Informação fornecida por Milton Santos no documentário Por uma outra globalização. Direção: Silvio Tendler. Produção: André Alvarenga. Rio de Janeiro: Produtora Caliban Produções, 2004. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sdSwEezXrAk>. Acesso em: 28/05/2021.

<sup>5</sup> Informação fornecida por Ronaldo Fraga em entrevista a Míriam Rocha da ACG – Associação de Culturas Gerais na 7ª Edição do congresso Viva Design em Abril de 2021.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

se projetam nela deveria ser questionado e repensado para que a visão de uma moda eurocêntrica dê espaço para uma moda verdadeira, uma moda onde a cultura popular seja valorizada e não apagada, onde as raízes sejam consideradas e a memória seja um alicerce.

Para tal reflexão despadronizar passa a ser a palavra de ordem. Romper com os conceitos pré-estabelecidos e impostos por uma determinada cultura torna-se imprescindível para que novas verdades sejam estabelecidas. Os grupos considerados marginalizados – que em sua essência são dotados de uma rica diversidade cultural, deveriam não somente ser respeitados, mas valorizados em detrimento da força que sua ancestralidade nos apresenta.


Muitos povos estão aqui sendo representados, muitos lutam por representatividade e por espaço e respeito. Para este artigo, destaca-se a cultura indígena, representada pela mulher indígena, que conforme citado anteriormente passa despercebido, quase que de modo invisível perante a sociedade, especialmente, a moda. Uma mulher que diante da história da nossa civilização foi a representante da nossa ancestralidade e cultura de origem; e, é essa mulher invisível que sofre preconceitos e não se vê representada no mercado da moda; e, é por essas mulheres que a estilista indígena Dayana Molina (1988) luta. Foi para elas que ela criou a marca Na Limo – Moda ativista.

Dayana, nascida em 1988 na cidade de Niterói no Rio de Janeiro é descendente por parte de mãe do povo indígena *fulni-ô*<sup>6</sup> que fica no sertão do estado de Pernambuco – um povo que se orgulha de suas tradições e mantêm viva sua história, talvez um dos motivos que a tenha feito uma porta-voz da representatividade na luta pelos direitos das mulheres de seu povo.

Desde pequena Dayana tem com sua avó materna – hoje com 87 anos; uma forte conexão. Para ela sua avó ‘é um símbolo de luta, resistência e força. Conseguiu sobreviver na cidade consciente da sua natureza como mulher indígena’ (MOLINA, 2020). Dona

---

<sup>6</sup> Etnia Fulni-ô – Atualmente habitam o município de Águas Belas, situado na zona fisiográfica do Sertão, a 273 quilômetros da capital do estado de Pernambuco é nessa aldeia que vivem parte do ano até que nos meses de setembro e outubro migram para outra aldeia onde acontece o ritual *Ouricuri* – extremamente importante para o povo. Essa etnia é a única que conseguiu manter viva e ativa sua língua – o *Ia-tê*. (Fonte: Povos indígenas no Brasil. Disponível em: <https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Fulni-%C3%B4>. Acesso em: 10/07/2021).





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Naná, nascida e criada na aldeia, assim como tantas mulheres indígenas e suas descendentes, sofreu com a violência, foi retirada de sua aldeia por fazendeiros com o objetivo de ser adotada por uma família; mas na verdade ela foi sequestrada, retirada a força de seu povo; e depois de muitas tentativas de fuga conseguiu fugir e foi para a cidade do Rio de Janeiro e lá constituiu sua família. Segundo Dayana ‘até hoje ela sofre com essa memória. É algo que ficará na alma dela para sempre’ (MOLINA, 2020).

Esse sofrimento não foi um sentimento experimentado apenas por sua avó, Dayana sofreu graves preconceitos por ser, na maioria das vezes, a única menina indígena de sua escola e cresceu assistindo a uma sociedade cujos padrões europeus sempre ditaram as regras, ou seja, ela nunca se viu representada no cenário mercadológico. Mas, ao invés de se excluir, Dayana escolheu lutar, afinal, graças a sua avó, ela sempre teve consciência de suas origens e da importância do seu papel para com seu povo.

Eu poderia falar que sou só ascendente indígena, mas não, eu sou uma mulher indígena que tem um povo, uma cultura, uma herança. A ascendência vai muito além de uma questão genética. Essa herança, essa cosmovisão, ouvir as histórias da minha avó, sempre foi muito intenso. Mesmo estando na cidade, isso nunca deixou de existir. A cultura é o que vai nos fazer fortalecer esses laços do que a gente é, da nossa origem (MOLINA, 2020).

Foi nesse contexto, depois de transitar pelo universo das ciências sociais que Dayana escolheu a Moda como ferramenta para dar voz aos seus questionamentos, a sua identidade, para construir um espaço de representatividade no mercado por ela e para todas as mulheres indígenas, para que não se sintam mais invisíveis. Nasce então, a marca Nalimo<sup>7</sup> fundada por Dayana a 05 anos e cujo conceito preza pelo minimalismo, pelo conforto e, principalmente, pela consciência. Suas peças além da estética comunicam valores e ela busca em suas campanhas envolver a consciência como fator principal, propõe reflexões e levanta questões que precisam ser colocadas em pauta nos debates sociais como a questão da descolonização, conforme ilustra a Figura 1.

---

<sup>7</sup> Informações obtidas no site da marca. Disponível em: <https://www.nalimo.com.br/>. Acesso em: 15/07/2021.






Figura 1: Modelo indígena Zahi Guajajara vestindo *look* Dayana Molina para a marca Nalimo – campanha Descolonize a Moda



Fonte: <https://www.instagram.com/molina.ela/?hl=pt-br>, 2020.

A Nalimo é uma marca socialmente e ambientalmente responsável e comprometida com os povos originários. Sua equipe é composta em sua totalidade por mulheres, sendo 80% delas indígenas de vários povos, 10% mães solo, 5% mulheres lgbtqi+, 3% por mulheres negras e 2% de mulheres trans. Um conjunto de mãos que lutam contra a desigualdade de gêneros e constroem um mundo mais humano e sustentável (NALIMO, 2021). A Figura 2 representa a realização de uma produção para um editorial pela assistente de estilo da marca, Gabrielli Lecoña, uma indígena boliviana. Esse registro comprova a diversidade cultural proposta pela empresa.

Figura 2: Gabrielli Lecoña – mulher indígena boliviana - assistente de estilo da marca Nalimo.



Fonte: <https://www.nalimo.com.br/post/mulheres-indigenas-e-a-moda-uma-peca-de-roupa-nao-vale-mais-que-a-nossa-prpria-vida>, 2020.

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Dayana acredita muito na educação como fator de transformação e pensando nessa questão fundou em janeiro de 2021 a primeira escola de design decolonial e online chamada Aldeia Criativa Design do Futuro cujo objetivo é formar estilista indígenas e inseri-los no mercado da Moda, ela acredita que assim, pode fortalecer o design de origem; e, também o projeto Coletivo Indígenas Moda Br onde promove cursos de capacitação gratuito e programas de estágio, voltado especialmente para comunidades indígenas do Brasil e na América Latina a fim de ampliar as oportunidades para esses povos que não têm espaço para mostrar seus talentos – esses projetos mostram como a estilista acredita na Moda como ferramenta de inclusão social e de luta.

Além das questões sociais, Dayana também é comprometida com o meio ambiente. Seus produtos prezam pela preservação da natureza onde há todo um cuidado com os impactos gerados pelo resíduo da produção, que vão desde a escolha dos materiais – em sua maioria naturais e de procedência, como ilustra a Figura 3; até a preocupação com os impactos por exemplo o tingimento – utilizam tingimentos naturais.

Figura 3: Modelo indígena Sallisa Rosa vestindo look Dayana Molina para a marca Nalimo - Bata de linho natural com colares de sementes naturais e bolsa em palha natural.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CMiedPhHgWE/>, 2020.

As peças são feitas para durar defendendo a ideia de um consumo consciente e atemporal, suas estampas valorizam os padrões indígenas e/ou de povos originários. A

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Figura 4 ilustra uma peça criada por Dayana inspirada em seu avô, um poncho – peça de vestimenta típica dos indígenas dos Andes. Além da memória afetiva, Molina buscou representar um pouco da história dos povos andinos.

Figura 4: Poncho Los Andes – uma peça de Dayana Molina para a marca Nalimo.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CQ6jeRBnctG/>, 2020.

Além das peças de vestuário, os acessórios marcam muito as coleções de Dayana, a riqueza dos detalhes assim como a pureza das cores retrata o universo da natureza e expõem a tradição indígena dos acessórios – uma conexão entre a tradição e a contemporaneidade, um exemplo de como a origem pode ser sofisticada, elegante e ter um valor incomensurável.

### **Considerações finais**

Discutir a origem, o valor da cultura material e o valor dos povos originários foi tão importante e relevante. Para se construir uma sociedade mais igualitária e mais humana, onde todos se reconheçam e se sintam parte dela, é fundamental valorizar e respeitar a diversidade cultural e reconhecer a origem como valor de memória e de história.



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Diante dessa reflexão, fica clara a importância de casos como da estilista e ativista Dayana Molina dona da marca Nalimo que usa a Moda como manifestação humana e social. O fato de Molina propor produtos que representem e valorizem a cultura indígena possibilita que essas mulheres não apenas se reconheçam, como se empoderem no âmbito da sociedade e da cultura da moda contemporânea a partir do momento que se sentem adequadamente representadas. Portanto, pode-se entender que a partir da reflexão dos pensamentos propostos pelos autores acima citados, pode-se entender que através de ações como a da ativista e estilista Dayana Molina é possível construir uma sociedade digna e decolonizada conforme propôs Milton Santos.

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Retrotopia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.


SANTOS, Boaventura de Sousa. **Construindo as epistemologias do sul**: Antologia essencial. 1ª ed. Buenos Aires: Clacso, 2018.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**. Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MOLINA, Dayana. Dayana Molina a estilista que quer descolonizar a moda no Brasil. [entrevista concedida a] Mariana Costa. **Universa Uol**. Ago/2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/08/19/dayana-molina-a-estilista-indigena-que-quer-descolonizar-a-moda-no-brasil.htm>. Acesso em: 10/07/2021.

MOLINA, Dayana. Conheça Dayana Molina, a stylist indígena que está promovendo um diálogo importante na moda. [entrevista concedida a] Paula Mello. **Vogue**. Set/2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/09/conheca-dayana-molina-stylist-indigena-que-esta-promovendo-um-dialogo-importante-na-moda.html>. Acesso em: 10/07/2021.

NaLimo. São Paulo, 1998. Disponível em: <https://www.nalimo.com.br/>. Acesso em: 10 jul. 2021





16º COLÓQUIO  
DE MODA  
EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

POR uma outra globalização. Direção: Silvio Tendler. Produção: André Alvarenga. Rio de Janeiro: Produtora Caliban Produções, 2004. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sdSwEezXrAk>. Acesso em: 28/05/2021.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 31ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2020.

