

## **Comunicação e Moda Indígena: um estudo da marca Maurício Duarte<sup>1</sup>**

Maria Julia Oliveira Batista<sup>2</sup>

Maria Nazareth Bis Pirola<sup>3</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo – UFES

### **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 objetiva compreender como se dá a construção da aparência feminina no segmento de moda indígena, analisando como a marca Maurício Duarte elabora sua comunicação com o público. Trata-se de pesquisa qualitativa. Contempla pesquisa bibliográfica e netnográfica, a partir da descrição, compreensão e interpretação das informações coletadas no ambiente digital da marca.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Moda Indígena; Cultura; Identidade; Maurício Duarte.

### **INTRODUÇÃO**

Nossa pesquisa tem como objetivo compreender como se dá a construção midiática da aparência feminina no segmento de moda indígena. Para isso, temos como desdobramentos mapear referenciais teóricos 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.

Maurício Duarte é amazonense, do povo indígena Kaixana, e estreou na São Paulo Fashion Week em 2022, ganhando visibilidade nacional. A ancestralidade sempre está presente em suas criações como o trabalho manual sendo uma tradição familiar. “Para nós, o artesanato é um saber ancestral, que não pode ser perdido, mas é também uma necessidade de subsistência. Muitas das nossas técnicas são extremamente

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Moda, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Espírito Santo–ES. Participante do Programa Institucional de Voluntários em Iniciação Científica (Pivic-Ufes). Email: [mariajulia0382@gmail.com](mailto:mariajulia0382@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora da pesquisa. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Pós-Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA). Mestre e Doutora em Educação (UFES). Email: [n.pirola@uol.com.br](mailto:n.pirola@uol.com.br)

ancestrais, mas, no dia a dia, você cria o que for preciso para conseguir trabalhar”, diz Maurício (ANAÍ, acesso em 23 fev.2025).

Como procedimentos metodológicos contemplamos a pesquisa bibliográfica, para levantamento de autores e teorias sobre a moda indígena, identidade, cultura e comunicação. Recorremos ao método netnográfico para acompanhamento da marca Maurício Duarte no ambiente digital. Conforme explica Kozinets (2014), a netnografia adota os princípios de uma pesquisa etnográfica, porém, adaptada para o ambiente digital. Nesse sentido, o desdobramento do método abarca acompanhamento de site e redes sociais da marca, para compreender seus produtos, estratégias e formatos de comunicação; e informações sobre desfiles de moda nas mídias especializadas. A descrição, compreensão e análise interpretativa dos conteúdos e imagens integram o método. O tratamento dos dados é feito de forma qualitativa. O corpus selecionado para essa pesquisa é a marca de moda indígena Maurício Duarte, com foco nas construções do corpo feminino.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

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).

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).

Em “Os sentidos da moda”, Cidreira (2005) afirma que a moda é um ato de significação. E para além disso, a moda possui personalidade e codificações inexploradas. A partir disso, pode-se afirmar que a moda e a indumentária são formas de comunicação. Assim como Malcolm Barnard (2003), Michel Mafessoli diz que a moda é comunicação e afirma em seu livro “No fundo das aparências” (1996) que as roupas são máquinas de comunicar.

Já a autora Carol Barreto (2024), em sua obra “Modativismo”, propõe a moda como um ato de “vestimentar-se”, um “ato de trajar-se para a luta, revestindo-se de significações complexas [...]” (Barreto, 2024, p.45). Segundo a autora, “a moda nos serve como um importante espaço de produção discursiva e passa também a ser compreendida como campo de ativismo e de expressão identitária” (Barreto, 2024, p.42). Sob essa ótica, podemos afirmar que Maurício Duarte, através de suas coleções, cria uma conexão com o ancestral e o ativismo mantendo vivas tradições familiares.

## ANÁLISES

O estilista Maurício Duarte ganhou visibilidade nacional ao estreiar na São Paulo Fashion Week 2022. Em 2024, também participou da Nova York Fashion Week com a coleção “Muiraquitã”<sup>4</sup> (Figura 1). O estilista 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 - um presente de sua mãe, e que o acompanha como um amuleto de proteção.

---

<sup>4</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” (Portal Amazônia, acesso em 14 mar.2025).

Figura 1 - Coleção Muiraquitã



Fonte: Vogue, acesso em 13 mar.2025

Outros desfiles/coleções também foram analisados, como “Piracema”<sup>5</sup> (2024) e a coleção “Igarapé” (2022). Na coleção Piracema (Figura 2) o estilista manauara utilizou materiais como malhadeira, matapi, karuri (armadilhas para peixes), sementes da região de Igapó e escamas de pirarucu.

Figura 2 - Coleção Piracema



Fonte: Metrôpoles, acesso em 13 mar.2025

A coleção, intitulada “Igarapé” (Figura 3), exibe estampas com xilogravuras que “resgata memórias da infância do artista” (Agência Cenarium, acesso em 07 dez. 2024). O termo Igarapé significa “riacho que nasce na mata e deságua em rio” (Alves, acesso em 20 de mar. 2025). A coleção homenageia o lugar onde a avó de Maurício nasceu com o objetivo de destacar a sustentabilidade e a ancestralidade. Igarapé (Figura 3) foi

<sup>5</sup> “Piracema é o nome dado ao período em que algumas espécies de peixe nadam rio acima para completar seu ciclo de vida e dar continuidade a sua espécie. A palavra vem do Tupi-Guarani e significa “subida do peixe” (pira= peixe e cema= subida)” (Val, acesso em 14.mar.2025).

outra coleção que Maurício fez questão de ressaltar a história do seu povo desde seus materiais até sua confecção.

Figura 3 - Coleção Igarapé



Fonte: Agência Cenarium, acesso em 13 de mar. 2025

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa teve por objetivo compreender como se dá a construção midiática da aparência feminina no segmento de moda indígena. Com as análises feitas até aqui, é possível observar que a marca Maurício Duarte trabalha uma variedade de grade de tamanhos que atende diferentes silhuetas a partir da modelagem, tecidos e materiais utilizados. É uma marca inclusiva e diversa, que faz uma comunicação dos corpos femininos utilizando o artesanato como forma de manutenção de saberes ancestrais, sendo mulheres responsáveis desde sua confecção até as passarelas. Sob essa perspectiva, a marca cria uma conexão e valorização de diferentes corpos, além de representatividade e uma narrativa visual que reforça a diversidade de corpos femininos.

Percebemos, também, como a marca de Maurício Duarte traça sua conexão com o feminino no segmento da moda indígena não somente nas passarelas, mas desde os processos de criações das peças que são confeccionadas manualmente por artesãs de comunidades indígenas do Amazonas. Apesar da tentativa de apagamento, a cultura indígena continua viva e existindo também através da moda.

Com essas perspectivas, esperamos 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. Dessa forma, Maurício Duarte, através

das suas peças, torna a vestimenta indígena um elemento de significação no mundo e como através dela, promove uma comunicação ancestral.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Mayk. **Igarapé é um pequeno curso d'água típico da região amazônica.** Agro20, 17 maio 2019. Disponível em: <https://www.agro20.com.br/igarape/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

ANAÍ. Site. Disponível em <https://anaind.org.br/noticias/conheca-mauricio-duarte-estilista-indigena-que-chamaatencao-por-suas-criacoes-ancestrais/> Acesso em 23 fev. 2025.

ANCESTRALIDADE AMAZÔNICA: **Maurício Duarte exalta arte indígena em coleção de moda sustentável.** Agência Cenarium, 2022. Disponível em: <https://agenciacenarium.com.br/ancestralidadeamazonica-mauricio-duarte-exalta-arte-indigena-em-colecao-de-moda-sustentavel/>. Acesso em: 07 dez. 2024

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

BARRETO, Carol. **Modativismo: quando a moda encontra a luta.** 1. ed. São Paulo: Paralela, 2024.

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

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

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online.** Porto Alegre: Penso, 2014.

MAFESSOLI, Michel. **No fundo das aparências: a sociologia da vida cotidiana.** 1. ed. Porto Alegre: L&PM, 1996.

METRÓPOLES. Disponível em <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/estilista-indigena-mauricio-duarte-apresenta-colecao-no-museu-nacional> Acesso em 13. mar.2025.

PORTAL AMAZÔNIA. Site. Disponível em <https://portalamazonia.com/amazonia-de-a-a-z/m/muiraquita/> Acesso em 14 mar. 2025.

VAL, André do. São Paulo Fashion Week, 2025. Disponível em: <https://spfw.com.br/desfile/mauricio-duarte-3/> Acesso em: 14 mar. 2025.

VOGUE. Disponível em <https://vogue.globo.com/desfiles/noticia/2024/09/mauricio-duarteor-nova-york-or-verao-2025.ghtml> Acesso em 13 mar. 2025.