

A Necessária Transição para o Futuro Ancestral da Moda: Estudo de Caso

Pedro Hermano Gonzalez Cordeiro (UnB, Brasil)

hermanogcordeiro@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-6409-2651>

Breno Tenório Ramalho de Abreu (UnB, Brasil)

abrebrenodesign@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1506-4886>

A Necessária Transição para o Futuro Ancestral da Moda: Estudo de Caso

Resumo: Reconhecendo que a manutenção da vida terrestre é incompatível com o modelo produtivo e econômico ao qual a indústria da moda está submetida, esse artigo argumenta a necessidade de uma moda que não seja pautada pelo crescimento econômico. Tem como objetivo identificar de que formas cosmovisões e tecnologias de povos originários da América do Sul podem influenciar o surgimento de tal moda, elaborando estudo de caso de experiências contemporâneas que indiquem a possibilidade de uma transição: da moda de mercado para uma moda biocentrada. Aborda o Amazofuturismo, a Sioduhi Studio e a Tucum, e toma como referência as conclusões do XI Fórum Social Pan-Amazônico (FOSPA).

Palavras-chave: cosmovisões indígenas; moda de transição; Sioduhi Studio; Amazofuturismo; Tucum.

The Necessary Transition to the Ancestral Future of Fashion: Case Study

Abstract: *Recognizing that the maintenance of terrestrial life is incompatible with the productive and economic model to which the fashion industry is subject, this article argues for the need for fashion that is not guided by economic growth. It aims to identify how the cosmovisions and technologies of indigenous peoples of South America can influence the emergence of such fashion, developing a case study of contemporary experiences that indicate the possibility of a transition: from market fashion to biocentric fashion. It addresses Amazofuturism, Sioduhi Studio and Tucum, and takes as reference the conclusions of the XI Pan-Amazonian Social Forum (FOSPA).*

Keywords: *indigenous cosmovisions, transition fashion, Sioduhi Studio, Amazofuturism, Tucum.*

1. Introdução

Já não é possível ignorar os efeitos das mudanças climáticas. O ano de 2024 foi o mais quente desde a Revolução Industrial, e provavelmente da história, tendo aumentado 1.6°C e superando o ano de 2023, que acabara de bater o mesmo recorde (Hawkins, 2025). Janeiro de 2025 dá continuidade à onda de dados desanimadores, sendo o janeiro mais quente desde 1850 ao registrar aumento de 1.75°C acima dos níveis pré-industriais (Copernicus, 2025). Na figura 1 é possível visualizar a representação do aumento da temperatura em faixas de cores, da década de 1850, azuis, até 2024, o último tom adicionado, mais quente.

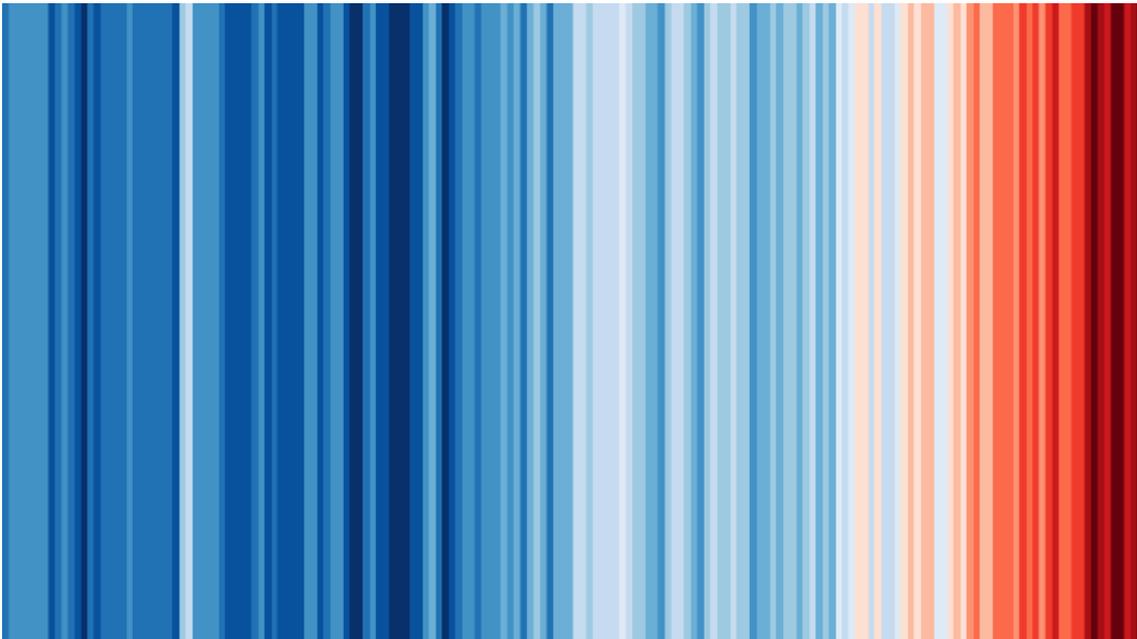


FIGURA 1. Aquecimento global em listras, 1850 a 2024. Fonte: Ed Hawkins, disponível em: <https://showyourstripes.info/l>. Acesso em: 06/02/2025

Os dados da Copernicus (2025) possibilitam a interpretação de que as ações tomadas mundialmente até aqui não têm sido suficientes para arrefecer a escalada da temperatura, apesar de todos os aparentes esforços, como as resoluções das COPs (Conferências das Partes). Pelo contrário, é possível perceber que o planeta está aquecendo ainda mais rapidamente (Hansen et al., 2025), indicando problemas mais profundos. Há a tese de que o principal desses problemas seria a busca pelo crescimento econômico (Fletcher; Tham, 2019). Exemplo disso é o fato de que, mesmo diante desse quadro climático desesperador, ainda é comum que os poderes do mundo alocuem anacronicamente seus esforços em causas ambientalmente destrutivas

visando o progresso da economia - como a exploração de petróleo na foz do Amazonas, proposta por um governo eleito em 2022.

A cadeia produtiva de moda, por exemplo, é uma cadeia global que movimentava centenas de bilhões de dólares por ano (IEMI, 2023), mas não sem impactar significativamente o meio socioambiental. Segundo pesquisa da Mistra Future Fashion (2020), “a produção de vestuário tem o maior impacto ambiental do ponto de vista do ciclo de vida [do produto] em termos de mudanças climáticas, poluentes tóxicos e contribuição para a escassez de água” sendo ainda 63% de todas as fibras no mercado sintéticas e de base fóssil (principalmente poliéster) e responsável, em 2016, por 6,7% do impacto climático global total.

As respostas a esses impactos, contudo, têm tido velocidade e eficácia questionáveis. O relatório de sustentabilidade de 2022 da *Business of Fashion* (BoF), que avaliou 30 marcas de luxo, *sportswear* e *high street*¹ em seis categorias de impacto, mostrou que o resultado geral foi pior que o do ano anterior, apesar das marcas anunciarem iniciativas sustentáveis. O consumo mundial de têxteis, como um todo, entre 2013 e 2022, cresceu a uma taxa média de 3,9% ao ano. No Brasil, apesar da produção ter variado entre 2018 e 2022, com quedas de 2020 para 2021, o valor da cadeia aumentou nesse quinquênio (IEMI, 2023). O mercado de moda continua crescendo. E por mais que avanços tecnológicos sejam apresentados como salvação para as crises ecológicas geradas pelo capitalismo, o fato inescapável é que os recursos do planeta são finitos (Saito, 2022).

Com isso exposto, questiona-se: para que continuar crescendo? A forma capitalista ocidental de se organizar social e politicamente, de gerir a economia, de produzir e, por consequência, se relacionar com a natureza não é a única possível, como a cosmovisão neoliberal, desenvolvida depois do fim da guerra fria, tenta fazer crer (Fisher, 2022). A História não acabou depois da queda do muro de Berlim, visto que as crises intrínsecas ao capitalismo continuaram a acontecer, ações imperialistas dos países dominantes para manutenção desse sistema foram sofridas por todo o Sul Global e enfrenta-se agora o risco de extinção devido à predação da natureza, demonstrando que, muito longe de ser um modelo ideal, o capitalismo é ele próprio o risco para o fim da História, o fim do mundo como o conhecemos (Saito, 2022).

1 *Sportswear* refere-se ao vestuário, calçados e acessórios destinados a práticas esportivas. Marcas relevantes desse setor são Nike e Adidas. *High street*, por sua vez, é outro nome para *fast-fashion*: denomina a produção rápida e em escala de itens de moda a preços acessíveis. São exemplos desse setor a Zara e a H&M.

Talvez o que necessitemos para garantir a manutenção da vida na Terra seja escapar dessa linha do tempo que nos é imposta. Olhar para outras Histórias, de outros povos, outras formas de organização política, outras perspectivas sobre a vida, para então poder imaginar um futuro possível para todos os seres humanos e demais espécies. São abundantes as experiências de povos que têm como base de sua organização social a relação de mutualidade com o meio ambiente, que constituem suas cosmovisões a partir do entendimento de que humano e natureza são um só e, portanto, a exploração e destruição de um é também a do outro.

Ailton Krenak explica que o nome Krenak, de seu povo, significa “cabeça da terra”. Terra não como propriedade, mas como “esse lugar que todos compartilhamos” (Krenak, 2020), demonstrando por meio dessa herança ancestral do nome a relação intrínseca desse povo com a natureza. Uma cosmovisão que interpreta os elementos naturais como sagrados e estabelece com eles uma relação de comunhão e não de abuso mudaria o papel da moda, a produção de têxteis e itens do vestuário, e talvez provocasse o surgimento de uma moda que não fosse centrada no lucro.

Para repensar a moda sob esses termos, é necessário imaginar um futuro alternativo ao imposto pelo capitalismo e vislumbrá-lo como possível, motivando uma ação transformadora. Krenak afirma que precisamos nos reconfigurar como espécie para habitar esse mundo (2020), e a moda, assim como quaisquer outras formas de intervenção humana na natureza, precisará fazer o mesmo. É a partir dessas inquietações que o presente artigo tem como objetivo identificar de que formas cosmovisões e tecnologias de povos originários da América do Sul podem influenciar o desenvolvimento de uma moda que não seja pautada pelo crescimento econômico. Além disso, tem como objetivos específicos investigar como o sistema de moda vigente contribui para a crise ecológica global e compreender, por meio de estudo de casos e pesquisa bibliográfica e documental, como as cosmovisões de povos originários podem inspirar e embasar o desenvolvimento de uma moda centrada no planeta.

2. Sistema de moda

O fenômeno da moda como o conhecemos é intrinsecamente ligado a efemeridade, tanto relacionada ao desejo quanto a valores simbólicos. No que tange a produção e comercialização de têxteis e bens do vestuário, a moda implementa um sistema de renovação constante, visto que seus estilos mudam em alta velocidade e acarretam produção e consumo excessivo.

Dada a consolidação do modelo capitalista mundialmente e a evolução da moda a partir da década de 1990, atualmente há o estabelecimento da

lógica de suplementação, "em que todas as tendências são recicláveis e uma nova moda dificilmente pretende substituir todas aquelas que a precederam, contentando-se em suplementá-las" (Svendsen, 2010, p. 36), acelerando ainda mais seu desenvolvimento. Essa lógica tem guiado tanto o consumo global quanto o modelo do sistema produtivo, das semanas de moda nas capitais mundiais até as confecções nos interiores dos países do sul global. Ainda nas palavras de Svendsen, "quanto mais depressa a moda se desenvolve, mais baratos os itens se tornarão, e quanto mais baratos os itens se tornarem, mais depressa a moda se desenvolverá" (Svendsen, 2010, p. 46).

É nesse passo que a moda se torna uma indústria global complexa, com processos interdependentes que afetam de diversas formas os contextos nos quais estão inseridos. A produção de algodão, por exemplo, é majoritariamente derivada da monocultura, por sua vez responsável pelo desmatamento de diversos biomas, pela contaminação de solos e aquíferos a partir do uso de agrotóxicos e motivo de violência por território contra povos indígenas. Já na manufatura de tecidos e roupas, podemos destacar o uso de químicos no tratamento de tecidos, como o tingimento, que poluem rios e oceanos, o uso massivo de água e energia e as precárias condições de trabalho, tanto em fábricas quanto nas outras formas de trabalho desvinculado e precarizado. Ainda há na distribuição as emissões de CO² derivadas do transporte internacional de material e produtos acabados, além do descarte de itens antes do tempo e desperdícios de têxteis (Gwilt, 2014).

Mas todas essas práticas são escolhas. Essa cadeia existe e funciona dessa maneira porque atende não ao desejo humano de se ornamentar, à necessidade de se proteger, de criar e manter culturas e histórias, nem mesmo à vontade de se distinguir socialmente. Esse sistema de moda atende principal e fundamentalmente à lógica de mercado em detrimento do bem-estar dos seres humanos e dos mais-que-humanos.

Com tudo exposto até aqui, é possível interpretar que existe uma retroalimentação entre o que se entende por moda como conceito e a forma como essa se desenvolveu como sistema produtivo no sistema capitalista de produção. Mais precisamente, "a maioria dos problemas ambientais causados pelo setor da moda são endêmicos e não incidentais. São consequência da forma como o modelo atual está estruturado. Quanto melhor o desempenho do setor, piores serão os problemas" (Fletcher e Tham, 2019, p. 13).

Como está dada, a moda distancia e aliena a indumentária da natureza e a torna fome pelo consumo, e o capitalismo, o organismo que a sacia ao metabolizar os recursos naturais do planeta a partir do trabalho super explorado. Para alinhar a moda às suas características e potencialidades humanas, é preciso investigar a possibilidade de surgimento de uma moda que

não sirva ao capital, mas à coletividade. Que seja fruto da sincronia com os ciclos naturais.

3. Design centrado no planeta e cosmovisões indígenas

No Capital, Marx apresenta o trabalho como a forma pela qual o ser humano interfere no mundo à sua volta, criando sua própria realidade e, por consequência, modificando a si mesmo (Marx, 1976 apud Saito, 2022). No sistema capitalista, essa relação entre humano e mundo serve para um único propósito: geração de lucro. Aliena-se o ser humano da natureza, do tempo, e do fruto do seu próprio trabalho para que se torne possível a exploração.

A alienação da relação humano-natureza, advinda de um pensamento de centralidade do ser humano no esquema das coisas, permite que nossa espécie se coloque em objeção ao mundo natural e passe a vê-lo como recurso. A ditadura empresarial-militar brasileira, exemplo da exacerbação dessa dinâmica na história desse país, trabalhou para associar à Amazônia slogans como “deserto humano” e “inferno verde” (figura 3) na intenção de difundir a “ignorância intencional”, de que essa era terra “virgem, intocada por humanes”, o que justificaria sua invasão e destruição (Brum, 2021, p. 27). Contudo, a natureza não é uma dádiva de recursos inesgotáveis. Na verdade, a humanidade é mais um dos elementos desse organismo, indissociáveis disso que se chama natureza.

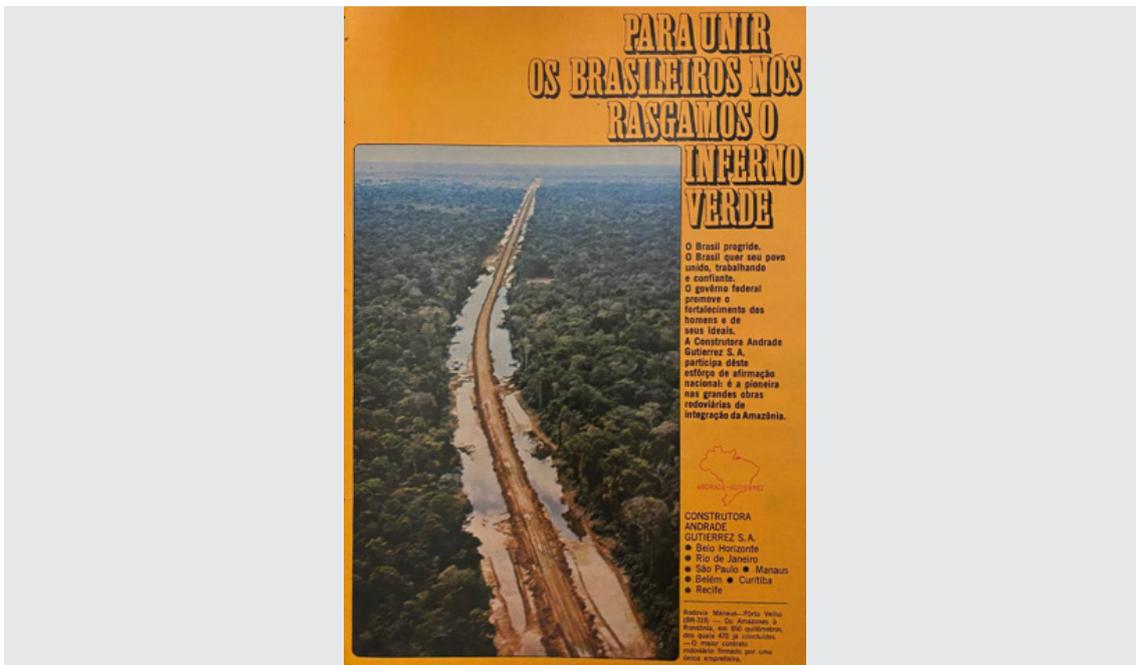


FIGURA 2. Propaganda da Andrade Gutierrez na Revista Realidade, 1972. Fonte: IHU. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/categorias/603474-a-amazonia-ja-era-como-a-imprensa-glorificou-a-destruicao-da-floresta-na-ditadura-militar>> Acesso em: 05/11/2024

Krenak defende que a humanidade por muito tempo tem se alienado “desse organismo de que somos parte, a Terra, passando a pensar que ele é uma coisa, e nós, outra: a Terra e a humanidade” completando: “eu não percebo que exista algo que não seja natureza. Tudo é natureza. O cosmos é natureza. Tudo em que eu consigo pensar é natureza” (Krenak, 2020, p. 83). É possível interpretar, portanto, que a relação de povos originários com a natureza é uma de unidade, de indissociação, em oposição a relação capitalista, ocidental, que enxerga tudo o que não é humano como recurso – e considerando a desigualdade e desumanização comum a esse sistema, até indivíduos da própria espécie viram alvos de exploração.

Brum (2021, p. 69) afirma que a parcela minoritária mas dominante da humanidade,

ao se tornar uma força de destruição capaz de alterar o clima do planeta, [...] forjou um futuro hostil para o conjunto da espécie – e para todas as outras espécies que em nada contribuíram para o superaquecimento global.

E para se perpetuar no poder, essa minoria dominante capitalista, depois de consumir quase todos os recursos do planeta, tenta se apresentar como solução para os problemas que ela mesma criou, inventando, por exemplo, o mercado de crédito de carbono, onde “a deterioração do meio ambiente (e sua resolução) é transformada em uma questão de relação entre poluidores” (Santos, 2018, p. 149), ainda permanecendo na lógica do crescimento econômico incondicional.

A própria ideia de sustentabilidade e suas variações, na interpretação dos povos da floresta e seus aliados, é insuficiente para adiar o fim do mundo. “Existe um desejo de que essa condição de consumo da vida se estenda por tempo indeterminado, sem que a máquina de fazer coisas precise ser desligada” (Krenak, 2020, p. 61). A batalha pela Amazônia e por toda a vida na terra “não é uma luta pelo desenvolvimento sustentável. Esse é um termo empregado por aqueles que julgam possível sair do abismo sem abrir mão do sistema capitalista que nos trouxe até o abismo” (Brum, 2021, p. 50).

Trazendo essa interpretação para a moda, é possível inferir que quaisquer medidas, por mais pertinentes que sejam (como *upcycling* ou o desenvolvimento e adoção de materiais reciclados ou biodegradáveis), se isoladas na cadeia produtiva e dependentes da escolha pessoal dos consumidores, dificilmente serão solução para os problemas ambientais causados por essa indústria. É preciso um olhar holístico para pensar soluções sistêmicas e numa lógica oposta à de consumo, que seja intrinsecamente ligada às reais

necessidades humanas e mais-que-humanas, que tenha raízes firmes no planeta Terra, que flua com rios terrestres e voadores.

Referindo-se aos povos originários de todo o mundo, Ailton Krenak (2020, p. 73) diz que

essa gente é a cura para a febre do planeta, e acredito que podem nos contagiar positivamente com uma percepção diferente da vida. Ou você ouve a voz de todos os outros seres que habitam o planeta junto com você, ou faz guerra contra a vida na Terra.

Nesse sentido, o contrário de guerra é integração. Para o conflito, é necessário confluência. Para a rigidez, fluidez. Um dos representantes de Palos Blancos, município agroecológico situado na Amazônia boliviana que conseguiu implementar um sistema de produção ancestral, se refere ao estado do rio quando ainda dividido para a mineração como “todo quadriculado” (Bedinelli, 2024), lembrando que “as sinuosidades do corpo dos rios é insuportável para a mente reta, concreta e ereta de quem planeja o urbano” (Krenak, 2022, p. 66), e demonstrando o contrário da potência fluida que comumente os rios significam na visão desses povos. Da mesma forma é possível pensar a diferença entre a complexidade e espontaneidade da vida que flui em uma agrofloresta e o cartesianismo estéril das monoculturas, e especificamente na moda, toda a cadeia de produção que desemboca em peças de *fast-fashion* com aquelas produzidas em comunidade e com o algodão orgânico das tecelãs do vale do Jequitinhonha, por exemplo.

É preciso, então, que nosso devir na Terra seja sincrônico com toda a vida daqui. Na moda, é preciso reimaginar a técnica e nossos sistemas de produção. Ailton diz que “construímos justificativas para incidir sobre o mundo como se fosse uma matéria plástica: podemos fazê-lo ficar quadrado, plano, podemos esticá-lo, puxá-lo” (Krenak, 2020, p. 100), mas o paradigma agora é outro: manter o curso do rio e aprender a se diluir nele. Pensar um sistema de moda que não force o enquadramento de toda a vida na Terra em uma artificialidade humana pelo bem-estar de pouquíssimos indivíduos dessa única espécie.

Para além de inspiração, pode-se absorver diretamente o que os povos da floresta pensam para o futuro: no Fórum Social Pan-Amazônico (FOSPA), composto por países da Pan-Amazônia (Brasil, Colômbia, Peru, Venezuela, Equador, Bolívia, Guiana, Suriname e Guiana Francesa), 1,5 mil vozes de povos da floresta, aliados e ativistas se reúnem bianualmente para discutir soluções para a crise climática e produzir documentos com eixos temáticos que podem servir de guia para ações políticas, criação de políticas públicas e, por que não, reformulação de sistemas produtivos.

Algumas das mais importantes conclusões e propostas do XI FOSPA, dos diversos grupos de trabalho que a compõem, que ocorreu entre 12 e 15 de junho de 2024 na Bolívia, a serem consideradas por esse trabalho, são: a promoção de modos de vida sustentáveis, baseadas no cuidado com o próximo e com a natureza, desestimulando modelos econômicos e produtivos que excedem os limites do planeta; o reconhecimento do protagonismo dos povos originários na gestão da conservação do meio-ambiente, respeitando sua autonomia e direito ao território; o desenvolvimento de estratégias para difundir conhecimentos ancestrais e, por fim, a promoção da liderança e de ações coletivas de mulheres e jovens dos povos (FOSPA, 2024). Tais conclusões servirão de base de verificação da possibilidade de mudanças paradigmáticas baseadas em cosmovisões indígenas em cadeias produtivas criativas e da eficácia dos casos abordados na promoção da valorização e resgate de tecnologias ancestrais relacionados a moda e design.

4. Estudo de caso

É possível que se duvide da viabilidade de implementação de mudanças radicais ou minimamente significativas, afinal, a máquina capitalista parece colossal e profundamente fincada na terra. Mas, como oportunamente lembrou Ursula K. Le Guin, “nós vivemos no capitalismo; seu poder nos parece inevitável. O mesmo se dava com o direito divino dos reis. Qualquer poder humano pode ser resistido e transformado pelos seres humanos” (Guin apud Aschoff, 2021). Mark Fisher chama de “realismo capitalista” essa crença, fruto da ideologia encrustada nas mentes e corações, tão viral e influente que já nem é notada, sistematicamente difundida não apenas por discursos estritamente políticos, mas pela cultura, de que, ainda com seus defeitos, esse é o melhor dos mundos possíveis, mesmo sendo um mundo hostil para a vasta maioria de seus habitantes, humanos ou não.

É preciso que consigamos imaginar realidades diferentes da presente e acreditar na possibilidade da sua execução. O design, se vestido pelas mãos do capital, é mais uma ferramenta para a estimulação do consumo e geração e maximização do lucro. Mas pode também ser “catálise para redefinir coletivamente nossa relação com a realidade” (Dunne; Raby, 2019, p. 2) se utilizado como meio para a reflexão e diálogo acerca de qual sociedade se quer construir.

Por isso, o estudo de casos aqui elaborado abordou três iniciativas que, ao partirem de diferentes campos, trazem perspectivas diversas que podem servir de inspiração para o desenvolvimento dessa outra moda. Os critérios para escolha dos casos, bem como os objetos de estudo, foram as inovações técnicas, temáticas e/ou sociais que propõem a partir da perspectiva indígena

e os impactos que causam nesses povos e no meio-ambiente. Comparou-se tais impactos e inovações com as conclusões do XI FOSPA, a fim de verificar a eficácia de tais iniciativas.

4.1 João Queiroz e o Amazofuturismo

João Queiroz é um artista visual que propõe uma visão de futuro positiva. A partir da perspectiva do Amazofuturismo, conceito criado pelo mesmo, Queiroz desenha um futuro em que a humanidade – representada pelos povos indígenas e suas tecnologias – estão em harmonia com o bioma amazônico. Tal conceito reverbera como movimento cultural e artístico, bem como subgênero de literatura (Machado, 2024).

Para veicular a ideia desse futuro, João funde signos ocidentais de futurismo com elementos da cultura indígena, fazendo, por exemplo, uso dos grafismos indígenas mesclados a formas geométricas e dinâmicas frequentemente associadas a estéticas futuristas ocidentais como o *cyberpunk*, ou juntando ideias do que seriam tecnologias futuristas dessa mesma estética com características de tecnologias ancestrais de povos originários. Tais misturas são comuns ao movimento *solarpunk*, que tem como premissa o otimismo de um futuro em que o desenvolvimento da tecnologia se dá para o bem não apenas da humanidade, mas de todo o planeta.

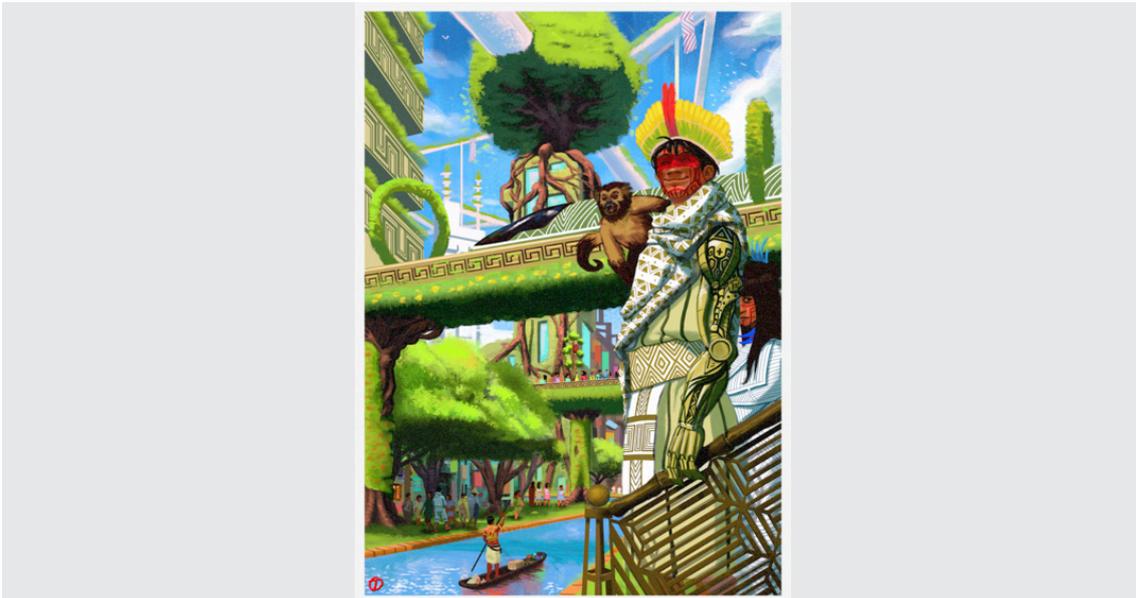


FIGURA 3. Amazofuturismo de João Queiroz. Fonte: behance do autor. Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/80158761/Amazofuturism>> Acesso em: 12/02/2025

Ao dar forma e cor a esse mundo, o artista faz uma disputa do imaginário do futuro. Se hoje, dada a inegável crise ecológica global e o derrotismo da ideologia neoliberal, o futuro é vendido como catástrofe iminente e

inescapável, Queiroz, ao construir uma perspectiva indígena de futuro – e, portanto, uma de saúde humana e planetária – rompe com o realismo capitalista e propõe um horizonte otimista, uma saída para o imobilismo que decreta a derrota, podendo inspirar muito além do campo das artes visuais. Como movimento cultural, artístico e literário, o Amazofuturismo oferece a designers, estilistas, arquitetos, escritores e outros profissionais um novo horizonte criativo, uma base referencial positiva para criação de um futuro possível e desejável. Ressaltando tecnologias ancestrais e estética originária, os valores que esse movimento apresenta podem inspirar a busca por inovação em novas formas de organização, produção, trabalho, obtenção de matéria-prima e tantas outras áreas.

4.2 Sioduhi Studio e a Maniicolor

Sioduhi, designer de moda Piratapuya (Waikuhn), da Terra Indígena Alto Rio Negro, do noroeste amazônico brasileiro, dirige a marca homônima que se movimenta entre Manaus, São Gabriel da Cachoeira, comunidades da Terra Indígena Alto Rio Negro e a Ilha de Cotijuba, no Pará, tendo sua equipe formada por muitos artesãos, modelistas, costureiras e demais trabalhadores dessas regiões. A mobilização desses diversos parentes indígenas é muito valorizada pela marca, pois entende-se que a partir do resgate e preservação de conhecimentos ancestrais é possível fortalecer a presença indígena no presente e então projetá-la para o futuro, relacionando “tradição e inovação, no sentido circular em que o passado, o presente e o futuro são construídos simultaneamente” (Sioduhi apud Nascimento, 2024), dando um sentido inicial ao conceito de “Futurismo Indígena Amazônico” que a marca carrega.

Também é fruto dessa relação circular do tempo a Maniicolor, corante têxtil à base da casca de mandioca, iniciativa de Sioduhi em parceria com os Sistemas Agrícolas Tradicionais da Amazônia. Essa criação partiu da desilusão de Sioduhi com o “movimento da moda”, culminando em sua saída da grande São Paulo e volta para Manaus, onde pôde apresentar sua pesquisa em fase inicial para seus pais e receber o apoio de sua mãe, que com seus conhecimentos ancestrais acerca do cultivo da mandioca, o ajudou entusiasmadamente a desenvolver essa tecnologia (Sioduhi, 2025) que hoje é uma das bases da marca e une associações de trabalhadores e empresas familiares em uma lógica sustentável de criação de produtos de moda.

Sioduhi aponta ainda que sua mãe o ajudou porque tinha, para sua pesquisa com a mandioca, “um olhar de continuidade do que sempre foi a vida dela: a roça” (Sioduhi, 2025), e isso despertou nele a percepção de que esse

trabalho deveria ir além da moda para fortalecer “o fio que mantém vivo os nossos conhecimentos” (Sioduhi, 2025). Portanto, quando a marca atribui a si mesma o conceito de “Futurismo Indígena Amazônico”, comunica que sua intenção é ligar o passado ao presente e se projetar no futuro por meio desse fio, ou seja, as tecnologias dos povos originários, para a marca de moda, são âmago cultural que precisa ser acessado, valorizado, relacionado com novas possibilidades – trazendo inovação, como a Maniocolor – para que então seja preservado e garanta a perpetuação dessa cultura, gerando também novas possibilidades de existência para esses povos no futuro.

A responsabilidade de tal tarefa autoimposta é evidente para Sioduhi. Refletindo sobre o impacto da marca sobre a vida dos parentes indígenas, afirma que “me faz pensar que eu estou numa missão muito maior do que apenas trabalhar por trabalhar”, e completa: “sinto e digo para mim que estou criando algo imaterial, que eu posso partir e que outras pessoas venham e continuem esse trabalho que a gente está fazendo hoje” (Sioduhi apud Marangoni; Vieira, 2024). A moda da Sioduhi Studio é, então, o veículo pelo qual o fio da ancestralidade se perpetua e se projeta, material e imaterialmente, alinhavando associações e famílias de trabalhadores por meio da oferta de trabalho e firmando, em nós, os saberes ancestrais que suas habilidades carregam.



FIGURA 4. Imagem de editorial da coleção AMÕ MUMIÃ. Fonte: Sioduhi Studio. Disponível em: <<https://www.sioduhi.com/sioduhi>> Acesso em: 18/02/2025

4.3 Tucum e o comércio de Arte Indígena

Outra iniciativa de disseminação de cultura e saberes de povos originários é a Tucum, plataforma marketplace de artes indígenas brasileiras, fundada em 2012 e que hoje já reúne em sua rede mais de 2400 artesãs (grande maioria) e artesãos de 86 povos originários e comunidades tradicionais da Amazônia, Cerrado e Mata Atlântica (Adnews, 2025). É uma ação que visa criar ou incentivar a autonomia e a geração de renda dos povos indígenas ao promover o “encontro das pessoas dos centros urbanos com os povos da floresta” (Amaz, 2020) através do comércio de arte para corpo e casa, sempre com a perspectiva da floresta em pé.

Apesar de criada por pessoas dos centros urbanos, como Amanda Santana, sócia-fundadora e diretora-executiva e criativa, a Tucum se mantém graças a parcerias que estabeleceu com iniciativas indígenas. Não à toa, quando perguntada qual maior aprendizado ela tira da convivência esses povos, Amanda responde: “o cuidado que devemos ter com as nossas relações”. “Os diferentes povos indígenas podem ter suas peculiaridades, mas têm uma coisa em comum: cultivam e se responsabilizam por suas relações” (Santana apud Pizetta, 2020).



FIGURA 5. Artesãs Karla e Yawapá Kamayurá na loja da Tucum em Santa Tereza, por Helena Cooper. Fonte: Tumblr da Tucum. Disponível em: <<https://tucumbrasil.tumblr.com/>> Acesso em: 20/02/2025.

A parceria da empresa com os povos indígenas se dá, para além da troca comercial, pela comunicação educativa e politicamente a favor das causas do movimento indígena; pelas ações que a marca promove com os povos e suas iniciativas — grupos como como a AGIR (Associação das Guerreiras

de RO), as mulheres do povo Paiter Suruí (RO) e a Associação de Artesãos do Acre e Noroeste do AM (Tucum, 2019) — em seus territórios, como oficinas de comunicação, precificação, gestão e governança, suporte em feiras e outras formas de organização (Tucum, 2023), bem como pela precificação transparente empregada, onde 40% da venda é destinada diretamente à artesã ou iniciativa indígena, 20% para as despesas administrativas, 16% para equipe de atendimento e comunicação, 10% para impostos, 7% para frete, vide a logística necessária para transportar os produtos da floresta para o Rio de Janeiro, onde é sediada a Tucum, e 7% para despesas financeiras e reinvestimentos (Tucum, 2021). É possível inferir, portanto, que essa relação, entre Tucum e indígenas, é uma de benefício mútuo e de impacto positivo real para esses povos.

5. Resultados e Discussão

Esses três casos se apresentam como alternativa ao sistema de moda atual — explorador de recursos naturais e de trabalho humano e focado no crescimento econômico a todo custo — e se colocam como fontes de inspiração para gestação de um organismo de moda vivo, se alinhando às práticas dos povos originários. Tal análise é verificável pela imagem abaixo, um diagrama de Venn formado pelas quatro conclusões do XI FOSPA, em vermelho, e preenchido com os casos abordados, em cores diversas.

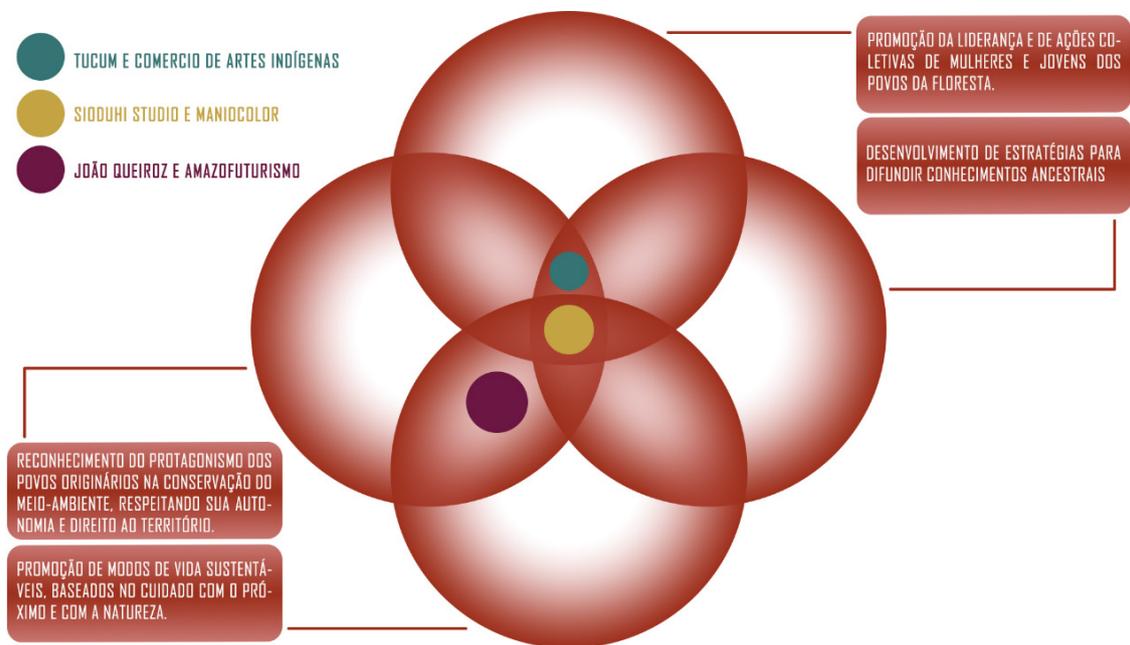


FIGURA 6. Diagrama de Venn: relação entre resoluções da XI FOSPA e casos estudados. Fonte: autoria própria.

Como movimento cultural e artístico, o Amazofuturismo provoca uma discussão acerca de qual futuro queremos para nossa espécie ao propor, por meio de imagens utópicas, que se imagine um em que a interação humano-natureza se fortaleceu, e não o contrário. Para construir tais imagens, a representação dos povos indígenas, suas culturas e tecnologias, é inescapável, pois, como discorrido ao longo do trabalho, são os povos da floresta quem sabem preservá-la. Assim, o Amazofuturismo corresponde a duas demandas do IX FOSPA, sendo a representação do futuro dos povos da floresta o principal motivo para a primeira delas: **a)** o reconhecimento do protagonismo dos povos originários na gestão da conservação do meio-ambiente, respeitando sua autonomia e direito ao território; e a representação de uma alternativa ao fatalismo neoliberal, para o seguinte: **b)** a promoção de modos de vida sustentáveis baseadas no cuidado com o próximo e com a natureza, desestimulando modelos econômicos e produtivos que excedem os limites do planeta.

Tendo a força de trabalho artesã predominantemente feminina, visto que a maioria dos artistas indígenas são mulheres (Tucum, 2019), e sendo estruturada e fortalecida pela soma de cerca de 40 iniciativas indígenas (Breves, 2022), que se mobilizam desde a criação de peças de arte até a logística de deslocamento e administração de forma geral, a Tucum consegue abarcar diretamente três das demandas do XI FOSPA, sendo a atuação com grupos de trabalhadores indígenas a principal para a **c)** promoção da liderança e de ações coletivas de mulheres e jovens dos povos da floresta; que somada à estrutura comunicacional construída pela empresa e à logística de operação estabelecida, cumprem com **d)** desenvolvimento de estratégias para difundir conhecimentos ancestrais. Adicionando a precificação justa e transparente, que afeta positivamente esses povos, é possível inferir que a empresa também está de acordo com a conclusão **a)**.

Por fim, a Sioduhi Studio, ao construir a moda de um futurismo indígena amazônico a partir do resgate e inovação de tecnologias ancestrais, do trabalho de grupos indígenas e da coordenação de Sioduhi, indígena do povo Piratapuya (Waikuhn), contribui para as quatro conclusões da XI FOSPA, visto que para o item **b)** ela convida a uma reflexão sobre os problemas atuais da moda, oferecendo uma alternativa ao modelo produtivo atual ao apresentar uma tecnologia, a Manicolor, fundamentalmente ecológica e baseada na sabedoria ancestral de seu povo. Tem em sua liderança o próprio Sioduhi, que também se organiza em coletivos LGBTQIA+ de seu estado, englobando a conclusão **c)**, e difunde a relevância dos conhecimentos indígenas para a inovação em design, abarcando a conclusão **d)**.

Ressalta-se a improbabilidade de uma iniciativa independente ser capaz de mudar um sistema produtivo ao qual está submetida. Não ter o lucro como força motriz em um sistema que exige crescimento a todo custo impõe fortes limitações. Contudo, a micropolítica, ou seja, a ação organizada em grupos locais, abaixo do Estado (Krenak, 2020), tem sua força pragmática, muito preciosa frente ao derrotismo neoliberal. E em última análise, é possível afirmar que os casos estão alinhados com as demandas e orientações dos povos indígenas e aliados citados, e podem vir a ser referência para a transição da moda capitalista para a moda biocêntrica.

6. Considerações finais

As cosmovisões indígenas podem servir de referencial e estímulo para a transição para um futuro ecológico da moda pois demonstram uma interpretação da humanidade indissociada na natureza, como observado no trabalho de Krenak e Brum, indissociação que se estende para seus congêneres, oportunizando formas de organização social, econômica e política muito diferentes das impostas hoje. O objetivo de gerar uma moda centrada no planeta desafia não apenas o sistema de moda vigente, mas o sistema produtivo capitalista de forma geral. Para curar-se de um sistema capitalista de produção, que se mostra inerentemente contrário à ecologia, hoje politicamente expresso na ação inconsequente dos poderes frente a crise ecológica global, é necessária uma perspectiva holística, de mudanças integradas, radical.

Contudo, processos revolucionários não acontecem da noite para o dia, em um único ato heroico. É necessário estabelecer planos, organizar as bases, agitar as massas, agir. Mesmo que não sejam organizadas em movimentos denominadamente revolucionários, os casos estudados por essa pesquisa são mobilizadores desse possível futuro. As ações locais que organizam grupos de pessoas, principalmente, ainda geram resultados positivos no presente para os envolvidos.

A inovação do Amazofuturismo, da Tucum e do Sioduhi Studio podem servir de exemplos da catálise necessária para essa mudança radical. Podem dar sentido a um novo paradigma na moda, influenciado pelas cosmovisões dos povos originários. Tanto os valores carregados por essas iniciativas – autonomia dos povos originários, valorização dos saberes ancestrais, freio das mudanças climáticas – quanto seus métodos – visualização de um futuro indígena, parceria centros urbanos-povos da floresta, organização de iniciativas indígenas, inovação e divulgação de tecnologias ancestrais – são alternativas que o realismo capitalista precisa manter no campo do impossível, da utopia. Mas é continuum. Elas já existem, como abordado nessa

pesquisa. Existiam muito antes desse sistema predatório se consolidar. E continuarão existindo.

Referências

ASCHOFF, Nicole M. Ursula K. Le Guin, Construtora de Mundos. **Jacobina**, 21/10/2021. Disponível em: <<https://jacobin.com.br/2021/10/ursula-k-le-guin-construtora-de-mundos/>> Acesso em: 18/02/2025.

BANNERS: Viram Canal de Conversa com Indígenas. **Adnews**, 14/02/2025. Disponível em: <<https://adnews.com.br/banners-viram-canal-de-conversa-com-indigenas/>> Acesso em: 19/02/2025.

BEDINELLI, Talita. A Floresta Tem Um Plano Para Salvar o Planeta da Crise Climática. **SUMAÚMA**, Rurrenabaque, 19/07/2024. Disponível em: <<https://sumauma.com/a-floresta-tem-um-plano-para-salvar-o-planeta-da-crise-climatica/>> Acesso em: 20/11/2024.

BREVES, Livia. Com quase dez anos de atuação, a Tucum, de Amanda Santana, resgata e comercializa a arte indígena de mais de 90 povos em prol da autonomia deles. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18/07/2022. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/decoracao/noticia/2022/07/com-quase-dez-anos-de-atuacao-a-tucum-de-amanda-santana-resgata-e-comercializa-a-arte-indigena-de-mais-de-90-povos-em-prol-da-autonomia-deles.ghtml>> Acesso em: 24/02/2025.

BRUM, Eliane. **Banzeiro Òkòtó: Uma Viagem à Amazônia Centro do Mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

COPERNICUS. **January 2025 was the warmest on record globally, despite an emerging La Niña**. Copernicus, Bonn, 06/02/2025. Disponível em: <<https://climate.copernicus.eu/copernicus-january-2025-was-warmest-record-globally-despite-emerging-la-nina>> Acesso em: 12/02/2025.

DUNNE, Anthony; RABY, Fiona. **Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming**. Londres: The MIT Press, 2013.

FISHER, Mark. **Realismo Capitalista: É Mais Fácil Imaginar o Fim do Mundo do que o Fim do Capitalismo?** São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

FLEATHER, Kate; THAM, Mathilda. **Earth Logic: Fashion Action Research Plan**. Londres: JJ Charitable Trust, 2019.

FOSPA. **Compilado de Conclusões Del XI FOSPA**. Rurrenabaque: FOSPA, 2024.

GWILT, Alison. **Moda Sustentável: Um Guia Prático**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

HANSEN, James. et al. **Global Warming Has Accelerated: Are the United Nations and the Public Well-Informed?** Environment: Science and Policy for Sustainable Development, volume 67, p. 6–44, 2025.

HAWKINS, Ed. My new dark red climate stripe for 2024 shows it's the hottest year yet. **The Conversation**, 2025. Disponível em: <<https://theconversation.com/my-new-dark-red-climate-stripe-for-2024-shows-its-the-hottest-year-yet-246914>> Acesso em: 12/02/2025.

IEMI. **Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira**. São Paulo: Instituto de Estudos e Marketing Industrial, Brasil Têxtil, 2023.

KENT, Sarah. Widespread Inaction on Sustainability Eclipses Progress at Fashion's Biggest Companies. **Business of Fashion**, 31/05/2022. Disponível em: <<https://www.businessoffashion.com/articles/sustainability/widespread-inaction-on-sustainability-eclipses-progress-at-fashion-s-biggest-companies/>> Acesso em: 10/11/2024

KRENAK, Ailton. **A Vida Não É Útil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

KRENAK, Ailton. **Futuro Ancestral**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

MACHADO, Pâmela. AMAZOFUTURISMO: Um Movimento Cultural em Busca de Futuro. **Globo**, 08/01/2024. Expoentes Culturais. Disponível em: <<https://gente.globo.com/amazofuturismo-um-movimento-cultural-em-busca-de-futuro/>> Acesso em: 15/02/2025.

MARANGONI, Amanda; VIEIRA, José. Sioduhi Lima Para Além da Estética. **Revista Babel**, 17/06/2024. Disponível em: <<https://babel.webhostusp.sti.usp.br/?p=1175>> Acesso em: 18/02/2025.

MISTRA. **Investor Brief: Sustainability in Textiles and Fashion**. Estocolmo: The Swedish Foundation for Strategic Environmental Research, 2020.

NASCIMENTO, Leonardo. A Moda Indígena Futurista Amazônica de Sioduhi. **Nexo Jornal**, 27/10/2024. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/externo/2024/12/27/moda-futurista-indigena-amazonica-sioduhi>> Acesso em: 15/02/2025.

PIZETTA, Dani. Tucum Brasil: Viagens pela Amazônia Inspiram Criação de Market Place de Artesãos Indígenas. **Harper's Bazaar Brasil**, 11/12/2020. Disponível em: <<https://harpersbazaar.uol.com.br/escape/tucum-brasil-viagens-pela-amazonia-inspiram-criacao-de-market-place-de-artesaos-indigenas/>> Acesso em: 20/02/2025.

SAITO, Kohei. **Marx in the Anthropocene: Towards the Idea of Degrowth Communism**. Cambridge: Cambridge University Press, 2022.

SANTOS, Frederico Seifert dos. **Mudanças climáticas e Marx: o fetichismo do carbono e os sistemas de comercialização de emissões**. 2018, 159 p. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento.

SIODUHI. [Sem título]. Amazonas, 2025. Instagram: @sioduhi. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DGE_SBONPr0/?img_index=19> Acesso em: 18/02/2025.

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma Filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TUCUM. **Atuação**, 2021. Instagram: @tucumbrasil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/stories/highlights/18031510339758848/>> Acesso em: 20/02/2025.

TUCUM. **Transparência**, 2023. Instagram: @tucumbrasil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/stories/highlights/18062594707133556/>> Acesso em: 20/02/2025.

TUCUM. Tucum abrindo novos caminhos! **Blog da Tucum**, 2019. Disponível em: <<https://tucumbrasil.tumblr.com/post/189027301329/tucum-abrindo-novos-caminhos>> Acesso em: 24/02/2025.

Como referenciar

CORDEIRO, Pedro Hermano Gonzalez; ABREU, Breno Tenório Ramalho de. A Necessária Transição para o Futuro Ancestral da Moda: Estudo de Caso. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, pp. 357-377, jul./2025. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2025.89820>

Copyright © 2025 Pedro Hermano Gonzalez Cordeiro, Breno Tenório Ramalho de Abreu



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Recebido em 27/02/2025 | Aceito em 08/05/2025