



O LÓCUS DA MODA: uma estética poética e periférica

Angela Guida¹ & Bruna Costa Nogueira²

Por muito tempo negamos nossa identidade, abrindo mão do que tínhamos aqui para valorizar o que vinha de fora.

(Ronaldo Fraga)

Moda não é algo que existe apenas em roupas. Moda está no céu, nas ruas, tem a ver com ideias, com o modo como vivemos e com o que está acontecendo.

(Coco Chanel)

A moda já foi vista como apenas mais um entre os tantos produtos que fomentam a cultura capitalista, no entanto, já faz algum tempo, mais precisamente no final do século XX, como argumenta João Braga, professor de História da Moda da FAAP(São Paulo) que a moda vem sendo pensada como um ramo das artes visuais e, como isso, ocupando espaços nas galerias de arte, ao lado de artistas renomados. “Conforme a moda foi conquistando credibilidade e status, ela se tornou mais próxima das artes visuais e passou a tomar o espaço museológico”³. Braga lembra, por exemplo, que em 2011 uma exposição com as criações do estilista inglês, Alexander McQueen, foi uma das exposições de moda (Savage Beauty/ Beleza Selvagem) com maior público na história do Museu

¹Angela Guida é Docente do Programa de Pós-graduação Mestrado em Estudos de Linguagens da UFMS.

² Bruna Costa Nogueira é Mestranda do Programa de Pós-graduação Mestrado em Estudos de Linguagens da UFMS.

³ BRAGA. Disponível em: http://istoe.com.br/439223_A+MODA+COMO+ARTE/

Metropolitano de Arte de Nova York, a ponto de o museu precisar alterar o horário de visitas na última semana da exposição, para que todos pudessem ver a obra de McQueen.

Entretanto, mesmo com a possibilidade de um olhar outro para as produções de moda, não é possível dizer que o local ocupado por ela, em especial, na academia, seja o mais privilegiado, uma vez que ainda há certa desconfiança quando se coloca na mesma frase: moda, arte e cultura. Assim, mesmo com avanços significativos, é legítimo pensar a moda como uma estética que se encontra à margem. Como não se recordar, por exemplo, da grande polêmica que houve em 2013, quando se decidiu incluir os desfiles de moda no rol de projetos artístico-culturais incentivados pela Lei Rouanet?⁴

Na ocasião, não foram poucos os que se interrogaram se a moda poderia ser colocada no mesmo nível que outros bens culturais. Alguns destacaram o caráter comercial como um entrave para que os desfiles pudessem ser apoiados pela referida Lei. Mas quadros também não são vendidos ao final de uma exposição? Foi o que argumentou o estilista Alexandre Herchcovitch. “Existe um enorme preconceito em relação à moda. O que acontece com uma foto ou um quadro na parede após uma exposição? Eles são vendidos! E as roupas depois de um desfile? São vendidas também”.⁵

De fato, é fraco, insuficiente e ingênuo o argumento que se sustenta no caráter comercial da moda para suspeitar de sua vinculação a bens culturais tão legítimos como quaisquer outros, uma vez que tantos outros produtos artístico-culturais são passíveis de compra e venda. Tais argumentos lamentavelmente reforçam a suspeita de que há mesmo certo prejulgamento no que diz respeito a se pensar a moda como arte e cultura. Ronaldo Fraga comenta que já teve projetos recusados quando se autodenominou “estilista” e aceitos, em outros momentos, em que usou a denominação de “artista”. “Não temos nenhum representante dentro do ministério com formação e informação de moda. Já tive projetos

⁴ Lei 8.313 de 23 de dezembro de 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm

⁵ HERCHCOVITCH. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/moda/desfiles-financiados-pela-lei-rouanet-entenda-a-polemica-e-conheca-as-contrapartidas-das-marcas/>

recusados por estar ali o nome estilista. Quando eu troquei por artista, aí ficou tudo bem”⁶.

Como tantos movimentos no Brasil, a moda também, por muito tempo, teve como espelho o que era ditado em grandes centros como Milão, Paris e Nova York. No entanto, esse quadro vem mudando significativamente. Ronaldo Fraga (2015) diz que foi a estilista Zuzu Angel quem primeiro teria trazido à tona uma identidade da moda brasileira. Mas há quem atribua boa parte dessa mudança ao próprio Ronaldo Fraga. O estilista mineiro tornou-se conhecido no cenário da moda por tentar, com suas coleções, trazer para os olhos do público brasileiro e estrangeiro a identidade e o modo de ser de um povo via tecidos, cores, traços, rabiscos. Há também quem classifique Fraga como um folclorista, tentando conferir um tom menor a suas criações que são todas produzidas em solo brasileiro, em especial, na região de Minas Gerais conhecida como Vale do Jequitinhonha. A estilista ítalo-brasileira Constanza Pascolato diz que com as coleções de Fraga pôde conhecer um pouco mais do Brasil. “Com seus desfiles, fui conhecendo e aprendendo mais e mais a linguagem íntima deste grande Brasil, tão generoso e ignorado até pelos nativos”⁷

Entre as muitas tentativas de classificar as produções/coleções de Ronaldo Fraga há quem vislumbre um caráter autoral, em virtude de uma digital muito particular que o estilista mineiro confere as suas coleções: resgatar a cultura brasileira e fomentar o diálogo entre moda e arte, em especial, a literatura. Ao longo de mais de vinte anos de desfiles, Fraga já trouxe para os palcos da São Paulo *Fashion Week* poetas, escritores e pintores brasileiros. O estilista sempre deixou evidente sua relação de proximidade com a literatura. Seus desfiles são obras de arte, são desfiles literários. Nas passarelas do São Paulo *Fashion Week* já passaram coleções que renderam homenagens a nomes como Mário de Andrade, Carlos Drummond de Andrade, Artur Bispo do Rosário entre outros. No entanto, quiçá um dos desfiles que mais tenha assinalado o diálogo entre moda e literatura possa ser atribuído à coleção do verão de 2006/07 – *A cobra ri*: uma estória de

⁶ FRAGA. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/moda/desfiles-financiados-pela-lei-rouanet-entenda-a-polemica-e-conheca-as-contrapartidas-das-marcas/>.

⁷ PASCOLATO apud FRAGA. *Caderno de roupas, memórias e croquis*, p. 10.

Guimarães Rosa, em que o estilista apresentou ao público *fashion* o sertão do escritor mineiro Guimarães Rosa.

Desenvolvi coleção e desfile como um dos pontos do evento “Rosa no redemoinho”, em Belo Horizonte, comemorando os 50 anos da obra Grande sertão: veredas. Sempre fui enlouquecido pelo universo roseano, mas bastou este abraço de tamanduá, para que ele entrasse na minha casa, sem cerimônia alguma, plantando buritis na sala, trazendo tropas de jagunços, espalhando cobras, onças e capivaras pelo jardim. Único, aninhou com desenvoltura ímpar o erudito nos braços do popular. Foi por esta vereda que entramos, no desafio de traçar diálogo entre moda e a obra de Guimarães Rosa.⁸

Entre linhas e bordados de bichos e plantas, Ronaldo Fraga contou nas passarelas uma das mais belas narrativas da literatura brasileira. Conseguiu, inclusive, trazer uma das questões bastante delicadas da obra, que é a relação indefinida entre o masculino e o feminino, uma vez que as modelos, em sua maioria, estavam vestidas de “Riobaldos”, conforme se vê na figura 01. Ao nomear a cartela de cores dos tecidos, o estilista também ressaltou a relação muito próxima de Guimarães Rosa com a natureza, ligando cores a fenômenos da natureza. “ Amarelo, giz, argila, salmão, rosa, verde – desbotados pelo sol da manhã / Vermelho e laranja – iluminados pelo dia/ Marinho, turqueza – molhados pelo sereno da noite. ”⁹

30

⁸ FRAGA, Ronaldo. *Caderno de roupas, memórias e croquis*, p. 193.

⁹ FRAGA, Ronaldo. *Caderno de roupas, memórias e croquis*, p. 193.



FIGURA 01: Coleção A cobra ri: uma estória de Guimarães Rosa. Verão 2006/07

Fonte: <http://ronaldofraga.com/blog>

Na coleção de Verão 2008/09, Ronaldo Fraga trouxe para as passarelas um pouco das águas de um dos rios mais famosos do Brasil: o rio São Francisco. Carinhosamente como é chamado, o “Velho Chico” foi o protagonista do desfile, acentuando que moda vai muito além de colocar panos sobre o corpo, conforme alguns acreditam.

Nenhum outro rio do País desperta tanto afeto nos brasileiros quanto o rio São Francisco. Ele faz parte da minha mais remota memória de infância, quando era perguntado ao meu pai qual seria o lugar mais lindo do Brasil e ele sempre respondia: qualquer lugar às margens do São Francisco. E era de qualquer um desses lugares que, quando ia, voltava carregado de peixes enormes, casos maravilhosos e

lendas fantásticas. Mergulhei literalmente nesse universo de caboclos d'água, mulheres-peixe, marinheiros, barcos-gaiolas e mitos barranqueiros¹⁰.



FIGURA 02: Coleção Rio São Francisco. Verão de 2008/09

Fonte: <http://ronaldofraga.com/blog/>

Mas sejam às margens de rios ou não, todos os locais produzem suas formas de viver, e nisso estão inclusas as vestimentas, os penteados, o uso de acessórios entre outros hábitos que decerto podem ser pensados como marcas identitárias. No entanto, é possível perceber que quando se expõem as marcas identitárias de um povo ou de uma etnia, principalmente se estão fora do eixo Europa/Estados Unidos, a moda é vista como parte dos costumes desse povo ou como algo exótico

¹⁰FRAGA. *Caderno de roupas, memórias e croquis*, p. 151.

e folclórico no pior sentido desses termos, e não como uma possibilidade legítima de produção de significado e de conhecimento.

Não há dúvidas de que a chamada grande moda, ou seja, aquela que acontece nas passarelas de centros como Paris, Milão e Nova York ainda parece querer, de alguma maneira, homogeneizar os modos de vestir do resto do mundo. Poderíamos até dizer que se trata de uma moda que se constitui como parte dos chamados projetos globais, movimentos que têm por intenção padronizar e colonizar os lugares de fronteira, os lugares que se encontram à margem. Porém esses centros não são legítimos para representar o mundo inteiro se pensarmos a moda como cultura, uma vez que em cada lugar haverá marcas muito próprias, sensibilidades locais, culturas locais.

A moda vinda desses projetos globais é transmitida através das grandes mídias, como televisão, revistas, jornais e internet. É moldada por sujeitos dos chamados centros do mundo, levando em conta suas histórias locais e suas necessidades, deixando de lado o que não se encaixa nesse formato. A globalização tem um papel decisivo na transmissão desse modo de vida/vestir homogêneo, pois a moda é um meio de o ser humano viver e de se mostrar ao mundo. Não é nosso intuito diabolizar a globalização, mas não dá para ignorar que ela facilita, e muito, a padronização e até uma certa forma de imposição daquilo que o restante do mundo [fora do eixo Europa/Estados Unidos] deve vestir, uma vez que as lojas e coleções costumam expor uma única tendência, rejeitando todas as outras formas e possibilidades dentro do vestuário, tentando transformar todos em iguais. Como bem argumenta Mignolo,

As modernidades coloniais construíram uma concepção do conhecimento baseado na epistemologia e hermenêutica, subjugando, assim, outras formas de conhecimento que agora estão emergindo em novos lócus de enunciação, conceituados pelo autor como “gnose liminar”.¹¹

Isso pode demonstrar como tudo aquilo que se produz na metrópole, nos grandes centros, ao mesmo tempo subalterniza os demais locais e suas produções culturais, como também reforça a prática do chamado ‘ocidentalismo’, que é por si só esse estado de influência vivido pelos locais e culturas fora do grande eixo global. O ocidentalismo é aquilo que se dá em decorrência da diferença colonial e

¹¹ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 36.

que domina aquilo que está fora do global, do hegemônico: “A diferença colonial no/do mundo colonial/moderno é também o lugar onde se articulou o ‘ocidentalismo’, como imaginário dominante do mundo colonial/moderno”.¹²

Em se tratando de moda, os grandes conglomerados e as marcas internacionalmente famosas são um meio de espalhar essa hegemonia para o mundo. Uma ocidentalização da moda, poderíamos dizer. Geralmente as grandes marcas se utilizam de personalidades da mídia para se promoverem, porque seus rostos conhecidos são facilmente assimilados e desejados. A marca de alta costura Italiana, Versace, por exemplo, valeu-se da imagem da cantora americana Lady Gaga para promover a marca e assim expandir ainda mais esse estado de influência vivido pelos países periféricos e fora do eixo. A mídia atua como uma forte marca da globalização que rompe com todas as fronteiras e espalha o mesmo e a homogeneidade pelos diversos lugares do planeta. O filósofo Gilles Lipovetsky descreve a publicidade como a invasora que habita todos os nossos espaços:

Enquanto o volume global das despesas publicitárias está em aumento constante, ela não cessa de invadir novos espaços: televisões estatais, colóquios, manifestações artísticas e esportivas, filmes, artigos de todos os gêneros, das T-shirts às velas de windsurfe, o nome das marcas é exibido um pouco em toda parte em nosso meio cotidiano. Publicidade sem fronteiras: conheceu-se a campanha dos “produtos livre” para os produtos sem marca, hoje se faz publicidade para uma “transa” no videotexto ou pelo telefone, anuncia-se a instalação de locais de reza em supermercados, inserem-se spots nos silêncios das 33 voltas, organizam-se campanhas para vender ao grande público as ações das empresas desnacionalizadas. Delira a publicidade.¹³

Não obstante, é preciso ter cautela ao se tratar de moda para não incidir, uma vez mais, em definições dualistas, em que a moda é apresentada somente como um instrumento do capitalismo posto a serviço da colonização e da homogeneização das culturas. Falar sobre moda e tentar atribuir sentido mais amplo a vestimenta como um todo pode se configurar como um tabu, pois a moda enquanto objeto de estudo teórico, como comentado no início deste artigo, ainda é vista por alguns como algo frívolo e de menor relevância. No meio acadêmico

¹² MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 10.

¹³ LIPOVETSKY. *O império do efêmero*, p. 214.

ainda há certa resistência em torno desse objeto, por suspeitas sobre as quais já falamos.

Mas é possível fugir à padronização da moda. Acreditamos que sim, pelo menos em parte. É necessário compreender a moda também como uma possibilidade de resistência frente aos esforços coloniais para derrubar as formas de ser e de pensar das margens e fronteiras. Dessa forma, a moda pode ser compreendida não só como um projeto global, e sim um resgate das histórias locais.

Walter Mignolo entende a diferença colonial como um espaço, um lugar em que a colonialidade se impõe, mas também como um espaço em que as histórias locais que foram subalternizadas surgem como uma forma de resistência ao ocidentalismo e a própria diferença colonial:

A diferença colonial é o espaço onde as histórias locais que estão inventando e implementando projetos globais encontram aquelas histórias locais que os recebem... A diferença colonial é, finalmente, o local ao mesmo tempo físico e imaginário onde atua a colonialidade do poder, no confronto de duas espécies de histórias locais visíveis em diferentes espaços e tempos do planeta.¹⁴

Uma das possibilidades de se livrar da diferença colonial e do ocidentalismo é começar a não mais reproduzir tudo aquilo que vem de fora, dos grandes eixos, mas buscar uma valorização e resgate da produção local [a exemplo de Ronaldo Fraga com a moda] e fazer estudos, pesquisas e críticas com uma teoria que consiga trazer de forma mais clara as digitais de quem a estuda. Isso quer dizer que apenas o pensamento liminar, que nasce das histórias locais das margens e periferias, é que se pode transcender os efeitos da massificação do vestuário, assim como qualquer outra forma de se pensar, de ser e de existir. O pensamento liminar é uma possibilidade de ultrapassar o ocidentalismo, a diferença colonial e a colonialidade do poder. Para Mignolo, a colonialidade do poder significa o “[...] moderno sistema mundial na perspectiva colonial”¹⁵ que também é uma ferramenta de subalternização. Assim, o pensamento liminar seria um momento de quebra dentro do moderno sistema mundial:

¹⁴ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 10.

¹⁵ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 81.

Defino o pensamento liminar como os momentos de fissura no imaginário do sistema mundial colonial/moderno. O ‘pensamento liminar’ situa-se ainda dentro do imaginário do sistema mundial moderno, mas reprimido pelo domínio da hermenêutica e da epistemologia enquanto palavras-chave que controlam a conceitualização do saber.¹⁶

Dessa forma, percebe-se como a colonialidade do poder também comanda o mundo *fashion*, pois os conceitos saem das principais metrópoles do mundo para invadir “o resto” do planeta. O que se veste em Paris, veste-se também no interior do Brasil como a última tendência, como um paradigma do que significa estar bem vestido. Está mais que na hora de se repensar sobre tudo aquilo que é produzido nos grandes eixos e trazidos para todas as margens do mundo como forma única de se pensar, de falar, de viver e de se vestir. A moda, como o pensamento, também carece ser descolonizada.

A vestimenta (moda) dos sujeitos que vivem nas fronteiras e margens pode ser compreendida como um pensamento liminar, pontuado pela questão de seu lugar de ocorrência, atravessada por seu conhecimento local e, nem por isso, menos legítimo. Como exemplo desse pensamento outro, trazemos os indígenas da etnia Terena que ainda hoje usam roupas que remetem as suas histórias locais.

¹⁶ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 49.



FIGURA 03: Índios da etnia Terena com vestimentas

Fonte: CORREIODAFRONTIERA:

<http://www.correiodafronteira.com.br/modules.php?name=News&file=article&sid=28248>

37

A vestimenta dos indígenas, como de qualquer outro homem, traz consigo signos próprios que assinalam sua identidade. Mais que isso, esses símbolos marcam uma história local que tem suas próprias particularidades, como afirma o teórico da moda Lars Svendsen:

Símbolos são centrais para toda conformação de identidade, quer se trate de um crucifixo, um *piercing* ou um traje nacional. Esses símbolos têm de significar e ajudar a dizer alguma coisa sobre a pessoa que os usa.¹⁷

Pensar a moda levando em conta as histórias locais da fronteira do estado de Mato Grosso do Sul é uma forma de desenterrar uma história que até hoje ficou em segundo plano ou sequer apareceu nos debates e nas discussões sobre as mais variadas formas do vestir e, com isso, um aspecto da cultura desse indivíduo tem ficado de lado.

As sensibilidades dos locais são levadas em questão por Mignolo e a moda, dentro da perspectiva das sensibilidades dos locais, não pode ser tomada como

¹⁷ SVENDSEN. *Moda, uma filosofia*, p. 70.

algo universal, como ocorre no mundo inteiro, visto que os estilistas criam conceitos diversos e os distribuem a toda parte. Não há nada de errado nisso, mas como fica aquilo que se produz nas margens e fronteiras do mundo? A moda mundial acaba sufocando as produções locais, logo, as sensibilidades dos locais também são sufocadas para adquirir um tom padronizado.

Para Mignolo, as sensibilidades não são algo fixo que se mantém no tempo, no espaço e nos indivíduos, pelo contrário, as sensibilidades são sempre mutáveis e os sujeitos carregam consigo sua própria história local. “As sensibilidades não são essenciais e não estão inscritas no nascimento dos indivíduos, mas formam-se e transformam-se, criam-se e perdem-se, na família, na escola, no decorrer da vida [...]”¹⁸. Com isso, Mignolo indica que a construção do conhecimento não deve ser desvinculada do local a partir do qual é produzida, pois aquele local em específico gera formas de sensibilidades muito particulares. As sensibilidades dos indígenas da etnia Terena não podem ser iguais às do norte-americano que idealizou uma peça jeans, por exemplo.

As teorias e a moda podem até viajar para as margens e periferias do mundo, mas Mignolo chama a atenção para que antes elas sejam transculturadas e a transculturação aqui tem um sentido descolonial, que acontece por meio do pensamento liminar. Com a moda também é possível pensar nessa transculturação, transculturação essa que para Mignolo:

Poderia ser concebida como um tipo especial de pensamento liminar, e o pensamento liminar, dentro de minha argumentação, é a necessidade básica da epistemologia subalterna e da reflexão que ultrapasse as dicotomias produzidas pelo “ocidentalismo” como o imaginário dominante no sistema mundial colonial/moderno.¹⁹

Essa transculturação vem acontecendo nas mais diversas culturas e povos fronteiriços e marginais, bem como com as diversas etnias indígenas do estado de Mato Grosso do Sul.

¹⁸ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 264.

¹⁹ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 286.



FIGURA 04: Indígenas Terena transculturando a moda ocidental a partir do pensamento liminar

Fonte: G1.GLOBO. <http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2013/06/terenas-de-outras-regioes-reforcao-ocupacao-diz-irmao-de-indio-morto.html>

Na figura 04, é possível ver esse traço de transculturação no modo de vestir dos indígenas que embora estejam usando roupas ocidentais, como calça jeans, tênis, camisas e camisas ainda carregam seus próprios traços como o cocar, os enfeites com pena e indumentária de palha, além das pinturas que também fazem parte de sua vestimenta. Elementos esses que carregam em si um significado histórico e ritualístico dos povos indígenas, que não deixam de usá-los.

39

Walter Mignolo refuta o termo *semelhanças-e-diferenças* por acreditar que ele ainda se encontra pautado nos valores e pensamentos colonizadores. Em contrapartida, o teórico argentino prefere usar o termo *semelhanças-na-diferença*.

Enquanto a noção de *semelhanças-e-diferenças* constitui o arcabouço conceitual dentro do qual se constituiu a própria ideia de civilização ocidental (relegando as diferenças aos bárbaros, selvagens, canibais, primitivos, subdesenvolvidos, etc.), a ideia de *semelhanças-na-diferença* evoca a re colocação de línguas, povos e culturas cujas diferenças são examinadas, não numa direção única (a noção restrita dos processos civilizadores como a marcha triunfal da modernidade), mas em todas as direções e temporalidades regionais possíveis.²⁰

²⁰ MIGNOLO. *Histórias locais/ Projetos globais*, p. 278.

Entre o jeans e o penacho não há mais semelhanças e diferenças, o que existe são as semelhanças-na-diferença, que buscam envolver as sensibilidades dos índios, suas particularidades, sua história, sua língua e tudo aquilo que é constituinte de sua identidade. As semelhanças-nas-diferenças não se prendem à ideia de civilizado na qual se baseiam os projetos globais dos grandes centros do mundo e do Brasil. O índio de calças pode dar a ideia de que se veste dessa forma para se tornar civilizado frente aos olhos do ‘outro’, mas o penacho, as roupas de palha e as pinturas são parte da transculturação a partir do pensamento liminar, insistem, resistem na marca de sua identidade.

Uma das epígrafes com a qual abrimos este artigo nos diz que pensar moda não é só pensar em roupas. A moda se encontra também para além das roupas. Ela é roupa, mas também é muitas outras coisas. Dizer isso não significa diminuir o valor da roupa, pelo contrário, possibilita pensar na roupa como algo que vai além de tecidos que cobrem um corpo nu. Roupas e moda podem ser muito mais que uma tendência, palavra fácil no jargão dos meios de massa quando se referem a esse temário. Ronaldo Fraga nos lembra de que não precisamos nos guiar por uma lista de tendências ditadas pela última coleção, mas sim de uma moda que consiga traduzir o seu tempo, seus valores, suas crenças, suas histórias e sensibilidades locais.

40

O que o mundo de hoje menos precisa é de mais um desfile ou mais uma lista de tendências de moda. Acreditando nisso, agarro-me cada vez mais àquela face da moda que é a que se revela quando ela cumpre o papel de espelho e documenta a cara do tempo por onde passa. Só assim essa religião, mídia ou sei lá o quê, justifica sua existência e poder.²¹

O estilista mineiro nunca escondeu que sua relação com a moda passa pelo crivo da memória, memória essa que se encontra em constante diálogo com os modos de ser e de viver de brasileiros, de latino-americanos. Suas coleções podem ser pensadas como uma espécie de narrativa da cultura latino-americana, como uma narrativa descolonial, como uma narrativa de sensibilidades locais.

Agora olho para uma América latina que definitivamente, não é a dos generais e ditadores “cucarachas” perdidos no tempo. Que não é a do visto negado para os Estados Unidos ou que acredita que corrupção é cultural. Namoro uma América Latina multipolar, de riqueza cultural afetuosa e inesgotável. Meus olhos brilham

²¹ FRAGA. *Caderno de roupas, memórias e croquis*, p. 256

pelas festas mexicanas, pelo artesanato têxtil colombiano, pelo cinema argentino, pela obra de Borges, Córtazar e García Marquez.²²

Por fim, antes de em encerrar este escrito, faz-se importante deixar bastante claro que o *lócus* periférico no qual se tenta colocar a moda não lhe tira o caráter artístico-cultural, pelo contrário, abre-lhe mais possibilidades para questionar valores e critérios impostos por instâncias legitimadoras que ditam o que pode ou não ser considerado arte e cultura, o que pode ou não ser tendência. O pensamento liminar confere à moda mais possibilidades de ser inventiva e criativa daqui do lado de baixo da linha do Equador, seja com as coleções de Ronaldo Fraga, Zuzu Angel ou de tantos outros estilistas que já perceberam que a última tendência na Europa ou nos Estados Unidos não deve ser um espelho cego dos valores culturais do lado de cá.

Referências

BRAGA, João. A moda como arte. Disponível em: http://istoe.com.br/439223_A+MODA+COMO+ARTE. Acesso em 12 de agosto de 2016.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei Rouanet. Lei n.º 8.313 de 23 de dezembro de 1991. Dispõe sobre o Programa Nacional de apoio à Cultura e a captação de recursos para esse setor. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24dez. 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm. Acesso em: 25 de agosto de 2016.

CORREIODAFRONTTEIRA. Índios da etnia Terena com vestimentas. In: Em carta ao Governo, índios Terena ameaçam retomar “fazenda por fazenda” Disponível em <http://www.correiodafronteira.com.br/modules.php?name=News&file=article&sid=28248>. Acesso em 10 de janeiro de 2016.

FRAGA, Ronaldo. *Caderno de roupas, memórias e croquis*. Belo Horizonte: Cobogó, 2015.

_____. Coleção A Cobra Ri, 2006/2007. Disponível em: <http://ronaldofraga.com/blog>. Acesso em 20 de agosto de 2016.

_____. Coleção Rio São Francisco, 2008/2009. Disponível em: <http://ronaldofraga.com/blog>. Acesso em 20 de agosto de 2016.

²² FRAGA. *Caderno de roupas, memórias e croquis*, p. 122

_____. Desfiles incentivados pela lei Rouanet: entenda a polêmica e as contrapartidas das marcas. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/moda/desfiles-financiados-pela-lei-rouanet-entenda-a-polemica-e-conheca-as-contrapartidas-das-marcas>. Acesso em 23 de agosto de 2016

G1. GLOBO. Imagem terena transculturando roupas ocidentais. Terenas de outras regiões reforçarão ocupação, diz irmão de índio morto. Disponível em <http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2013/06/terenas-de-outras-regioes-reforcarao-ocupacao-diz-irmao-de-indio-morto.html>. Acesso em 10 de janeiro de 2016.

HERCHCOVITCH, Alexandre. Desfiles incentivados pela lei Rouanet: entenda a polêmica e as contrapartidas das marcas. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/moda/desfiles-financiados-pela-lei-rouanet-entenda-a-polemica-e-conheca-as-contrapartidas-das-marcas>. Acesso em 23 de agosto de 2016

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia de bolso, 2014.

MIGNOLO, Walter. *Histórias locais / projetos globais: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar*. Trad. de Solange Ribeiro de Oliveira. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. Tradução de Ângela Lopes Norte. In: *Cadernos de Letras da UFF*, Dossiê: Literatura, língua e identidade. Disponível em <http://www.uff.br/cadernosdeletrasuff/34/traducao.pdf>. Acesso em 10 de abril de 2015. p. 287-324

MONNEYRON, Frédéric. *A moda e seus desafios: 50 questões fundamentais*. São Paulo: Editora SENAC, 2007.

PASCOLATO, Constanza. In: *Caderno de roupas, memórias e croquis*. Belo Horizonte: Cobogó, 2015.

SVENDSEN, Lars. *Moda, uma filosofia*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010.

Artigo Recebido em: 16 de setembro de 2016.

Artigo Aprovado em: 30 de outubro de 2016.

