https://doi.org/10.1590/1807-0337/e148187

Do texto ao tecido: ressonâncias de Gilberto Freyre na moda brasileira

Lucas Amaral de Oliveira[1]*

Rodrigo Rui Simão de Medeiros[1]

Resumo

Este artigo investiga as ressonâncias do pensamento de Gilberto Freyre na moda brasileira contemporânea, analisando como suas formulações sobre identidade nacional e "modos de se vestir" se reconfiguram nos circuitos globais de consumo cultural. Com base nas obras *Arte, Ciência e Trópico* e *Modos de Homem & Modas de Mulher*, argumenta-se que Freyre atribuiu à moda um estatuto sociológico central na construção simbólica de imagens de "brasilidade". A análise empírica concentra-se na marca Misci, do *designer* Airon Martin, cujas coleções materializam uma refiguração criativa da ideologia da mestiçagem, mobilizando o vestuário como linguagem de afirmação cultural. Embora a Misci valorize, em sua imagética discursiva, referências culturais locais e questione cânones estéticos eurocentrados, ela opera nos marcos do capitalismo de luxo, convertendo diversidade cultural em capital simbólico e reproduzindo formas sutis de exclusão que sua própria narrativa declara superar.

Palavras-chave: pensamento social brasileiro, sociologia da moda, Gilberto Freyre, Misci, ideologia da mestiçagem.

[1]Universidade Federal da Bahia – UFBA, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – PPGCS, Salvador, BA, Brasil.

*Correspondência: lucasoliveira.ufba@gmail.com

CC BY

From text to fabric: resonances of Gilberto Freyre in Brazilian fashion

Abstract

This article investigates the resonances of Gilberto Freyre's thought in contemporary Brazilian fashion, examining how his formulations on national identity and "modes of dress" are reconfigured within global circuits of cultural consumption. Drawing on *Arte, Ciência e Trópico* and *Modos de Homem & Modas de Mulher*, we argue that Freyre assigns fashion a central sociological role in the symbolic construction of "Brazilianness". The analysis focuses on Misci, a brand by designer Airon Martin, whose collections materialize a creative refiguration of the ideology of *mestiçagem*, mobilizing clothing as a language of cultural affirmation. We argue, however, that although Misci values local cultural references in its visual and discursive repertoire and challenges Eurocentric aesthetic canons, it ultimately operates within the frameworks of luxury capitalism, converting cultural diversity into symbolic capital and reproducing subtle forms of social exclusion that its own narrative claims to overcome.

Keywords: brazilian social thought, sociology of fashion, Gilberto Freyre, Misci, ideology of mestiçagem.

1. Introdução

A compreensão das dinâmicas socioculturais da moda no Brasil passa, inevitavelmente, por dois autores principais: Gilda de Mello e Souza e Gilberto Freyre. A primeira consagrou-se como pioneira ao defender, na década de 1950, a primeira tese de doutorado sobre o tema no país (Mello e Souza, 1987). Naquele trabalho, foi analisada a sociabilidade das elites por meio da semiótica da vestimenta, demonstrando como o traje funciona como marcador de distinção social e expressão de valores culturais. Já o autor pernambucano, em escritos tardios, abordou o lugar social da moda na constituição do imaginário nacional, entendendo-o como reflexo – e, ao mesmo tempo, agente na formação – de hierarquias de classe, raça e gênero. Para Freyre, a moda exerce papel estruturante na produção e reorganização das relações sociais no Brasil.

Este artigo se concentra, especificamente, na contribuição de Freyre, cujas reflexões seguem suscitando debates sobre a intersecção entre moda, raça, nação e identidade. De *Casa Grande & Senzala,* de 1933 (Freyre, 1992), a *Sobrados e Mucambos*, de 1936 (Freyre, 2004), de *Arte, Ciência e Trópico* (Freyre, 1962) a *Modos de Homem & Modas de Mulher* (Freyre, 1986), Freyre explorou os múltiplos e emaranhados fios históricos que tecem a própria ideia de "cultura brasileira", abordando desde a culinária e os cuidados corporais até as maneiras de vestir-se e portar-se em sociedade. Mais designadamente, ele buscou demonstrar que a moda não é assunto frívolo ou esvaziado de determinações, mas, ao contrário, um dos vetores de figuração da estética social brasileira, na medida em que revela os detalhes de uma sociedade marcada pela experiência colonial e pela imposição de valores europeus. Para Freyre, a moda se apresenta como prisma através do qual se pode entender dinâmicas de poder e processos de produção de identidades que moldam a ideia totalizante de cultura brasileira, o que a torna, portanto, um campo privilegiado para a reflexão sociológica.

Neste estudo, investigamos o legado de Freyre para a sociologia da moda no Brasil, examinando de que forma seus postulados sobre miscigenação e hibridismo continuam a ecoar na moda brasileira contemporânea. A metodologia adotada articula a análise textual de alguns escritos freyreanos com uma leitura semiótica dos desfiles da marca Misci, privilegiando tanto os aspectos discursivos quanto os elementos visuais e performativos das apresentações.

Em um primeiro momento, revisitamos a sua tese de que os modos de se vestir atuam enquanto catalisadores de dinâmicas de construção da identidade nacional. A partir da releitura de duas obras – *Arte, Ciência e Trópico* (Freyre, 1962) e *Modos de Homem & Modas de Mulher* (Freyre, 1986) –, investigamos o impacto das ideias freyreanas na projeção de narrativas de identidade nacional na moda. O problema que orienta a primeira parte do texto é entender o alcance histórico do argumento do autor, segundo o qual mudanças na moda brasileira indicam não a renúncia do patrimônio europeu, mas refigurações estéticas que engendram formas culturalmente nacionais que são ressignificadas de tempos em tempos.

Essa problemática nos leva a examinar em que medida premissas subjacentes à tese freyreana a respeito de processos supostamente "bem-sucedidos" de miscigenação e hibridismo, quando vertidos em uma "ideologia da mestiçagem" (Costa, 2002), seguem influenciando o ideal-típico estético de brasilidade e ressoando na moda contemporânea em termos conceituais, imagéticos e empíricos. Por isso, em um segundo momento, analisamos a tradução dessas ideias na contemporaneidade através da análise de desfiles da marca Misci, do mato-grossense Airon Martin. A escolha desse caso se justifica tanto pela crescente projeção da marca nas principais semanas de moda nacionais quanto pela explícita operacionalização de narrativas de mestiçagem em suas propostas estéticas. A partir da análise de três desfiles emblemáticos – *Valor Latino* (MISCI, 2023b), *Tenda Tripa* (MISCI, 2024a) e *Tieta* (MISCI, 2025) –, nossa hipótese é que as narrativas projetadas pelas coleções evidenciam a persistência e atualização de postulados freyreanos na moda brasileira contemporânea,

funcionando através de ambivalências estruturais que, simultaneamente, valorizam referências culturais locais e, ao mesmo tempo, reproduzem exclusões sociais. Argumentamos, nessa medida, que a Misci opera na base deste duplo movimento: se, por um lado, questiona hegemonias estéticas eurocentradas e democratiza discursivamente o acesso a signos de brasilidade, por outro, restringe materialmente esse acesso através da lógica do capitalismo de luxo, convertendo diversidade cultural em capital simbólico.

2. Freyre e os primórdios da sociologia da moda

O campo dos estudos da moda no Brasil caracteriza-se por uma congênita diversidade disciplinar, reunindo perspectivas da Filosofia, da Comunicação, da História e das Ciências Sociais. Tal diversidade teórico-metodológica revela a complexidade do campo, cujo marco é *Três Séculos de Moda* (Affonso, 1923), de João Affonso do Nascimento (1855-1924), intelectual maranhense radicado em Belém. Essa obra inovadora serviu como enciclopédia sobre os três séculos de moda na capital paraense. A despeito da ênfase conferida à moda burguesa da época, o autor retratou vestimentas típico-ideais do que denominava "mulata paraense", "crioula do Maranhão" e "preta mina", antecipando questões sobre diferenciação étnico-racial e regional que se tornariam centrais na história das ideias sobre moda no Brasil.

Apesar do importante avanço promovido por Affonso na construção de uma história da moda nacional com um recorte regional amazônico,[1] a literatura reconhece dois pilares sociológicos que

[1] Apesar de sua relevância pioneira para os estudos de moda no Brasil, a obra de Affonso permanece subestimada no interior do pensamento social e da sociologia da arte. Tal situação remete a um problema mais amplo: a persistente dificuldade de reconhecimento de contribuições históricas frequentemente relegadas a um estatuto de localismo no campo dos estudos da moda no país. Esse quadro evidencia, ademais, a necessidade de avançar em uma crítica mais sistemática às noções tradicionais de centralidade e periferia que ainda orientam a historiografia da moda, limitando a visibilidade e a circulação de produções situadas fora dos eixos hegemônicos. Cabe, contudo, registrar um dos estudos mais consistentes dedicados à obra de João Affonso: Soares (2022).

impactaram a compreensão dos meandros da moda no Brasil: Gilda de Mello e Souza e Gilberto Freyre (Simioni, 2008). Ambos lançaram bases analíticas que estruturaram os estudos no país, oferecendo uma visão abrangente das intersecções entre cultura, identidade e vestuário. Embora Mello e Souza seja reconhecida como precursora do campo no Brasil, contando com extensa fortuna crítica (Prado, 2019, Simioni, 2008, Pontes, 2004), os aportes de Freyre são ainda pouco explorados, não obstante seu pioneirismo na incorporação da cultura material e do vestuário como categorias sociológicas (Simili, 2008). Essa lacuna justifica o estudo de suas formulações sobre a moda como linguagem simbólico-social de elaboração da identidade nacional, bem como de suas ressonâncias na moda brasileira contemporânea.

Gilda de Mello e Souza, em sua tese defendida na USP em 1950, orientada por Roger Bastide, examinou as tramas sociais que envolviam a moda oitocentista, abordando os conflitos de gênero, as normas e os constrangimentos impostos pelos criadores, a relação com o mundo da arte e as tensões de classe refletidas na estética vestimentar. Publicada como livro apenas em 1987, sob o título *O Espírito das Roupas: A Moda no Século Dezenove*, a obra permanece referência no campo. Freyre, por sua vez, desenvolveu um tipo de sociologia sensorial da moda que se articula organicamente com seus conceitos centrais sobre formação nacional. Desde *Sobrados e Mucambos*, de 1936 (Freyre, 2004), a moda desponta nos escritos freyreanos não como ornamento superficial, mas sobretudo como linguagem privilegiada para canalizar dinâmicas de poder, intimidade e modernização que caracterizavam a "civilização luso-tropical". Em suas análises das modas no Brasil oitocentista, ele investigou tanto o impacto do contexto socio-histórico – marcado pela decadência da economia açucareira no Nordeste e pelo declínio das grandes casas senhoriais – sobre os códigos de vestimenta quanto o papel contingente da moda na reconfiguração do tecido social. Sua abordagem destacou a reciprocidade entre o vestir-se e a formação social, revelando a moda, a um só tempo, como reflexo e

agente nas dinâmicas socioculturais do período. Para ele, o ato de vestir-se moldava a nova sociedade em processo de urbanização, com a ascensão de classes sociais, o rearranjo das relações de poder e as mudanças na estrutura familiar e nas formas de convivência.

A originalidade da perspectiva freyreana reside na articulação entre a dimensão sensorial da moda e os processos macrossociológicos de modernização. Para Freyre, as mudanças no vestir expressavam tensões constitutivas e relacionais da sociedade: entre o senhor e o escravo, o homem e a mulher, o brasileiro e o estrangeiro, o rico e o pobre, o privado e o público. A moda configura-se, nessa medida, como um campo privilegiado onde se negociavam identidades e se articulavam os antagonismos da modernidade periférica.

Contudo, ao enfrentar essas contradições, seu aporte tende a culminar em essencialismos e romantizações ideológicas que simplificam as nuances das dinâmicas sociais do período, tratando a diversidade cultural, racial e étnica do Brasil de modo quase sempre positivo e ignorando a violência que subjaz a essas tensões. Isso pode ser notado em um trecho do capítulo "A ascensão do bacharel e do mulato", de *Sobrados e Mucambos,* quando ele reflete sobre o "pé brasileiro":

> com a incorporação à burguesia e ao proletariado brasileiros, de alemães, portugueses, italianos, espanhóis – gente de pé grande, mas de altura considerável –, o pé brasileiro deve vir se aproximando do *standard* de calçado europeu, em várias zonas do litoral. O pé caracteristicamente brasileiro pode-se, entretanto, dizer que continua, em largos trechos do país, o pé pequeno que o mulato tem certo garbo em contrastar com o grandalhão, do português, do inglês, do negro, do alemão. O pé ágil, mas delicado do capoeira, do dançarino de samba, do jogador de *foot-ball* (sic), pela técnica brasileira antes de dança dionisíaca do que de jogo britanicamente apolíneo (Freyre, 2004, p. 739).

No excerto, Freyre articula corporalidade, técnica e identidade nacional para entender as brechas da cultura a partir de seus antagonismos. O "pé pequeno" do mulato não é apenas uma característica física em contraste direto com os "pés grandes" dos alemães, italianos e espanhóis; trata-se de um signo cultural que se expressa na plasticidade corporal do samba, da capoeira e do futebol – elementos que o autor identificava como constitutivos da "brasilidade". Na lógica da visão tipificada de Freyre, apesar de o brasileiro ter supostamente os pés pequenos, eles são ágeis, meneáveis e, portanto, plásticos. Essa plasticidade corporal se estende à relação com o vestuário: a moda, nessa perspectiva, não apenas veste corpos, mas produz corporeidades distintivas que expressam formas de habitar o mundo.

Essas ideologizações também são evidentes em *Modos de Homem & Modas de Mulher* (Freyre, 1986), em que Freyre explora diversos aspectos da moda para pensar a identidade nacional e figurar uma ideia de cultura brasileira: apesar de ser diversa em termos de manifestação regional, ela seria holística em termos de *ethos*.

Primeiramente, Freyre faz uma diferenciação conceitual entre "modos de homem" e "modas de mulher", abusando dos contrastes. Os modos seriam as modulações sociais que nos circundam, isto é, a forma como nos portamos em público, andamos, gesticulamos, nos apresentamos no meio social. Já as modas estariam ligadas às dinâmicas estéticas circunscritas a determinados espaços da cultura, como roupas, penteados e acessórios. Para ele, a "cultura brasileira" expressaria virtualmente "tanto os modos como as modas de comportamentos nacionais", às vezes integrados em suas projeções (Freyre, 1986, p. 17).

A obra também examina o impacto do capitalismo na percepção do tempo e como essa percepção ressoa na valorização da moda nacional. Freyre está preocupado em forjar uma concepção de "moda tropical", abrangendo, claro, a vestimenta, mas também os penteados e as joias usadas nas ruas e nos salões do país, estabelecendo inter-relações entre vestimenta, espaços de sociabilidade, distinção e arte. A moda desponta,

assim, como dispositivo que, simultaneamente, reflete e molda dinâmicas socioculturais de seu tempo, destacando influências internas e externas na formação da identidade nacional.

Dividido em 95 capítulos, o livro apresenta pequenos textos que esmiúçam os meandros da moda brasileira no processo de formação nacional – ou do que, na visão do autor, pretendia-se a "genuína" moda brasileira. A partir da dinâmica racial estabelecida no Brasil Colônia – com o estabelecimento da família patriarcal – e da constituição do tropo da "morenidade", Freyre disserta sobre as práticas vestimentares no país no encalço das mudanças históricas que seriam "ecologicamente adaptadas", considerando nosso clima tropical. Essa dinâmica entre clima e miscigenação conferiria à moda nacional uma singularidade que deveria romper com a lógica europeia. Nesse sentido, o conceito de "morenidade" emerge como expressão estética de um processo de miscigenação bem-sucedido, nos termos do autor pernambucano:

> Pode-se dizer da mulher que tende a ser, quanto a modas para seus vestidos, sapatos, penteados, maria-vai-com-as-outras. Portanto, a corresponder ao que a moda tem de uniformizante. Mas é a argúcia feminina a iniciativa de reagir contra essa uniformização absoluta, de acordo com característicos pessoais que não se ajustem às imposições de uma moda disto ou daquilo. Neste particular, é preciso reconhecer-se, na brasileira morena, o direito de repudiar modas norte-europeias destinadas a mulheres louras e alvas. Isto é, repelir tais modas ou adaptá-las à sua morenidade e ao seu tipo antropológico do mesmo modo que, ecologicamente, ao clima brasileiro: um clima tropical. A esta altura, é oportuno acentuar-se que, durante o século XIX, a importação, pela burguesia brasileira, de bonecas francesas, louras e róseas, para as meninas, concorreu para criar nessas meninas uma associação de ideia de beleza feminina com esse tipo antropológico de mulher. Daí o recurso, da

> parte de mulheres, a cabelos oxigenados ou pintados de louro e a *rouges* que amortecessem o moreno pálido das faces, para que parecessem róseos europeus (Freyre, 1986, p. 33-34).

Freyre firma, aqui, uma conexão orgânica entre a "brasileira morena" e sua suposta inclinação para rejeitar a uniformização da moda europeia. A morenidade é articulada tanto às condições climáticas (tropicais) quanto aos processos de miscigenação, constituindo-se como um tipo de resistência estética a padrões hegemônicos (Freyre, 1986, p. 34). Segundo ele, a partir do século XIX, a burguesia brasileira começou a importar não só modas e modos europeus, mas também objetos como bonecas loiras e brancas, que seguiam os padrões de beleza do Atlântico Norte. Esse fenômeno contribuiu para a denegação da "morenidade" entre as mulheres brasileiras, refletindo um afastamento dos padrões estéticos regionais e promovendo identificação deslocada com ideais europeus de beleza. Ou seja, haveria uma influência histórica por trás da europeização dos padrões estéticos no Brasil. Contudo, ele acreditava que o processo de miscigenação, à medida que avançasse gradualmente, tenderia a gerar uma resistência a essa imposição de padrões externos importados, promovendo uma valorização das características locais e mestiças.

A intersecção entre moda, sociabilidades e arte é aprofundada na obra *Arte, Ciência e Trópico* (Freyre, 1962), que apresenta uma introdução abrangente à Sociologia da Arte nos trópicos. O trabalho, que resulta de uma disciplina ministrada na Universidade Federal de Pernambuco, oferece um panorama da produção estética no Brasil do século XX, abordando teatro, cinema, música, artes plásticas e moda. Publicado mais de vinte anos antes de *Modos de Homem & Modas de Mulher*, o livro revela o ânimo de Freyre pela criação de uma moda genuinamente brasileira, capaz de desvelar o *ethos* nacional e adaptar-se às condições do país.

Segundo o autor, considerando a posição do Brasil como principal vetor de criação artística na América Latina, seria crucial a valorização das

produções locais para otimizar a exportação de imagens de brasilidade. Para erigir seu argumento, Freyre menciona várias produções artísticas do período, como a performance de Flávio de Carvalho, que, em 1956, desfilou pelas ruas de São Paulo de saia, blusa bufante, sandálias e meias. A performance, conhecida como "Experiência Número 2", provocou controvérsias na época, mas também se firmou na história da arte brasileira como um ato de oposição às normas de gênero e uma crítica à moda masculina não adaptada à tropicalidade. Freyre usa esse e outros exemplos para advogar que a moda nacional dialogasse mais com as idiossincrasias culturais e ambientais do país, o que revela a forma como ele articulava experimentação estética, crítica social e adequação ecológica em sua concepção de moda.

Em *Modos de Homem & Modas de Mulher* (Freyre, 1986), Freyre também prossegue suas críticas à moda colonial, importada sem as mediações devidas, e que, no Brasil, estava presa a padrões europeizantes. Ao mesmo tempo, o autor expressa entusiasmo pelo trabalho de jovens estilistas brasileiros emergentes da época. Na década de 1960, figuras como Zuzu Angel se destacavam ao buscar criar uma moda "tipicamente brasileira", alinhada à valorização dos materiais e das técnicas locais (Medeiros, 2024). Freyre ressalta positivamente o trabalho desses *designers* que, inspirando-se em matérias-primas nacionais e tradições locais, procuravam afirmar uma estética que expressasse uma suposta "essência" brasileira.

Nessa busca pela essência, o conceito de "metarracialidade" emerge como categoria na teorização de Freyre (1986, p. 35) sobre uma legítima moda nacional:

> O que parece responder à crescente identificação, que está se verificando, do brasileiro, quer com a tropicalidade, característica de grande parte do espaço nacional, quer com a morenidade que caracterizam cada dia mais, sua natureza e sua metarracialidade. Condições que tendem a projetar-se, mais e mais, sobre os gostos

> de mulheres brasileiras, de modo incisivo, e de homens, de modo acompanhante, por modas de vestidos, trajos, penteados e sapatos que correspondam a esses condicionamentos. É evidente que os *designers* brasileiros começam a mostrar-se sensíveis a tais sugestões. E que sua criatividade, assim orientada, há muito que esperar, tanto mais que não lhes estão faltando revistas, já primorosas em sua arte gráfica, para divulgar suas criações como merecem ser divulgadas.

É interessante notar a forma como Freyre vincula a criação e valorização de uma moda com características nacionais às questões raciais (miscigenação) e culturais (hibridismo) do Brasil. Freyre argumenta que a "morenidade" – entendida por ele como a síntese expressiva da identidade cultural e racial do Brasil, resultado de um longo processo de miscigenação – constitui uma forma "só nossa" de rejeição à importação direta da moda europeia ou europeizada, que predominava entre as elites da época. Logo, a busca por uma moda que espelhasse a verdadeira forma social brasileira estava intimamente ligada a uma renúncia de padrões estrangeiros e à afirmação de uma estética que celebrasse as idiossincrasias nacionais.

Para Freyre, a miscigenação conduziria a uma "metarracialidade",[2] na qual a mistura racial se tornaria agente de superação das diferenças legadas pelo colonialismo – inclusive na moda. Usando com frequência a então jovem atriz Sônia Braga como arquétipo para ilustrar a forma como a "morenidade" da brasileira representaria um traço distintivo da nossa forma social, ele sugere que a morenidade, fruto da diversidade fundada por um hibridismo "bem-sucedido" das três matrizes formadoras, constitui um dos pilares da identidade nacional e, portanto, um reflexo da estética e da dinâmica social brasileiras. Em uma passagem reveladora, Freyre (1986, p. 39) afirma:

[2] Em outro momento, Freyre (1966) sugere que a miscigenação pela qual o Brasil passou teria dado origem a uma "meta-raça", uma raça "desracializada" porquanto mestiça. Essa ideia também pode ser achada em outros autores latino-americanos, como o mexicano José Vasconcelos, que se referia a uma "raça cósmica" (Vasconcelos, 2010).

> O bronzear da pele, tendo se tornado, entre brasileiras de todos os grupos que compõem a população feminina do Brasil, um quase rito religiosamente estético, vem agindo, quer como superação de importâncias outrora atribuídas a origens e situações sociais, quer como revelação, no caso de mulheres miscigenadas, dos positivos, ao contrário de supostos negativos, da triunfante miscigenação brasileira. Miscigenação a que se mostram sensíveis *designers* de vestidos, penteados e adornos femininos e revistas de modas nas quais se apresentam vestidos não só embelezadores de tipos femininos caucásicos ou europeus, porém não-caucásicos e não-europeus.

Segundo Freyre, o processo de miscigenação representa um triunfo que se manifesta na sensibilidade distintiva dos *designers* nacionais. Ele sustenta que essa diversidade racial e cultural proporcionaria características únicas à moderna moda brasileira, permitindo a criação de estilos intrinsecamente "abrasileirados". Isto é, Freyre não só combate a importação de padrões normativos europeus como ressalta a importância da exportação de "signos vestimentares" nacionais para países com ecologias semelhantes, o que ajudaria a afirmar a identidade nacional no cenário global (Freyre, 1986, p. 48). Além disso, ele defende que o governo apoiasse ativamente a produção de moda local e promovesse a valorização da cultura nacional a partir das artes, como forma de reforçar e difundir, mediante exportação dessa *commodity*, a singularidade da moda brasileira e, com efeito, a "identidade Brasil" pelo mundo.[3]

Desde *Sobrados* e *Mucambos*, passando por *Arte, Ciência* e *Trópico*, até *Modos de Homem & Modas de Mulher*, é possível dizer que Freyre desenvolve uma teoria estética da nacionalidade, advogando em prol de uma moda que distinguisse o Brasil no contexto global. Enquanto critica

[3] Inclusive, corroborando a tese de Miqueli Michetti (2012), a preocupação freyreana com a exportação da singularidade brasileira antecipa algumas dinâmicas contemporâneas nas quais a moda nacional deve ser oferecida como "brasileira" – ou seja, desregionalizada – para ser aceita em mercados globais que valorizam a diversidade.

a adoção indiscriminada de influências estrangeiras, ele defende uma recepção adaptada dessas referências, sugerindo que, ao assimilar a moda externa, o Brasil a transformasse, integrando elementos da própria cultura aos modos de vestir-se e, consequentemente, devolvendo ao mundo algo que fosse singular, mas potencialmente universal. Em *Modos de Homem & Modos de Mulher,* ele afirma:

> A essa perspectiva antropologicamente brasileira – na verdade, metarracial – está se juntando, em modas brasileiras de mulher, outra perspectiva expressiva de uma independência nacional de cultura, neste particular: um maior uso de material ecologicamente próprio do Brasil na confecção de artigos de moda feminina (Freyre, 1986, p. 34).

É expressivo o modo como Freyre relaciona as formas de fazer moda em nosso país a uma relação ecológica, mas, sobretudo, racial. Para ele, a perspectiva "metarracial" brasileira contribuiria para uma independência nacional no âmbito da cultura. E a moda constituiria uma das agraciadas nessa "independência", como no uso de materiais próprios de nosso clima tropical. No entanto, não podemos deixar de notar que a ideia de "metarracialidade" é agenciada pelo autor como um dispositivo ideológico que resolveria os problemas de ordem social – das classes – e apaziguaria as relações raciais no país (Souza, 2009). A miscigenação seria, nesse sentido, o fator central para o estabelecimento dessa "boa relação", assim como a "metarracialidade" seria convertida esteticamente nas produções artísticas e de moda.

Aliás, esse é um ponto crucial de boa parte das críticas contemporâneas a Freyre. A partir de sua obra, a miscigenação, originalmente entendida como um fato socio-histórico, transforma-se progressivamente em "mestiçagem" (Costa, 2002, Oliven, 2002, Ortiz, 2013), um índice ideológico que passa a definir, retoricamente, o *ethos* nacional com base no denominador comum da mistura racial (Oliveira, 2025). Enquanto a

miscigenação refere-se a um processo de mistura étnico-racial e cultural ocorrido não só no Brasil, mas em todas as sociedades marcadas pelas experiências históricas de colonização e escravidão, a mestiçagem surge na forma de uma ideologia que é operacionalizada como artifício político e cultural para promover a imagem passiva de uma "identidade mestiça", considerada o inevitável desdobramento da miscigenação. Denise Ferreira da Silva (2006), em uma de suas críticas ao freyreanismo, descreve essa ideologia como a "quintessência da nação" e nosso "significante histórico de fantasias", enquanto Clóvis Moura (1983) a classifica como uma "dobradiça amortecedora" das tensões sociorraciais.[4]

Funcionando como sutura de uma ferida nacional – o empreendimento escravocrata – e o fator que conforma a unidade das diferenças, a mestiçagem colore a narrativa de Brasil como híbrido supostamente bem-sucedido das culturas africanas, europeias e indígenas, o que conferiria singularidade ao povo brasileiro, o seu diferencial em relação a outras formações nacionais. A brasilidade, presente na dança, na religiosidade, no esporte, na gastronomia e na moda, além de ser ideologizada por meio de políticas estatais, como aquelas colocadas em voga, primeiro, pela administração Vargas e, depois, pela ditadura civil-militar, na promoção de uma imagem idealizada de nação a partir dos tropos do futebol e do samba, também precisaria ser refletida na forma como os "corpos miscigenados" seriam adornados. A construção dessa identidade exigia que as imagens de brasilidade estivessem expressas tanto nos símbolos culturais exportados quanto nos modos de se vestir e se apresentar, moldando uma estética própria que combinasse os elementos constitutivos dessa diversidade.

[4] A ideologia da mestiçagem não se limita à exaltação da mistura; ela também esconde duas suposições problemáticas: primeiro, a crença em uma cordialidade passiva, fruto de um processo "bem-sucedido" de miscigenação (Costa, 2002); segunda, o mito da "democracia racial", que promove a ilusão de uma convivência harmoniosa entre diferentes grupos étnico-raciais (Munanga, 1999). Hoje, a mestiçagem funciona como dispositivo de denegação do racismo estrutural, convertendo hierarquias raciais em discurso de harmonia nacional (Oliveira, 2025, Santos, 2022).

3. Tecendo identidades: moda e mestiçagem

A tradução dos postulados de Freyre sobre moda e identidade nacional no contexto contemporâneo revela tanto a ressonância quanto as metamorfoses de suas categorias analíticas, na medida em que implica uma transformação ativa através da qual as ideias não são só deslocadas de um contexto para outro, mas recodificadas, ressignificadas e adaptadas. Como visto na seção anterior, Freyre desenvolveu uma teoria estética da nacionalidade que aliava morenidade, metarracialidade e tropicalidade como fundamentos de uma moda genuinamente brasileira. Essas categorias, longe de permanecerem como meros vestígios de um pensamento datado historicamente, continuam a operar como matrizes simbólicas e ideológicas na moda contemporânea, ainda que sob novas figurações.

Mais do que um desvio excepcional, como mostraremos nesta seção, a ambivalência observada na marca Misci inscreve-se em uma dinâmica mais ampla da moda de luxo contemporânea, na qual a diferença cultural tende a ser simultaneamente celebrada e mercantilizada. Para compreender essa continuidade-com-transformação, vale mobilizar aquilo que Reinhart Koselleck (2006) denominou "estratos de tempo", que seriam camadas temporais que se sobrepõem e se entrelaçam no presente, de maneira refigurada. Nesse sentido, nosso argumento nesta seção é que a moda brasileira contemporânea tem funcionado simultaneamente com temporalidades distintas: a do mercado globalizado de luxo, a das tradições regionais reificadas e a da modernização tardia que ancora sua legitimidade na tese da singularidade cultural brasileira (Souza, 2014). É nessa intersecção que emergem marcas como a Misci, cuja proposta estética materializa uma presentificação criativa da narrativa freyreana da mestiçagem.

Analisar a Misci implica, neste trabalho, examinar como categorias clássicas do pensamento freyreano se metamorfoseiam em estratégias de diferenciação no campo da moda. Seguindo Bourdieu (2002), a moda constitui um campo de produção simbólica onde se articulam distinção

social, identidade cultural e posicionamento econômico. No caso brasileiro, essa articulação se complexifica pela necessidade de negociar entre a valorização da "autenticidade nacional" e a inserção nos circuitos globais de prestígio. Essa ambivalência reflete dinâmicas estruturais da moda contemporânea que, segundo Michetti (2012), exigem que marcas nacionais estejam em busca de reconhecimento enquanto "globais", ao mesmo tempo em que se apresentam como autenticamente "brasileiras".

Nascido em Sinop, Mato Grosso, Airon Martin encarna biograficamente a narrativa do que ele denomina "Brasil profundo", que sua marca posteriormente tematizará. Sua trajetória – do interior do Centro-Oeste às capitais da moda nacional e internacional – replica, em escala individual, o movimento de modernização que Freyre identificava como constitutivo das dinâmicas de construção da identidade nacional: a partir de um primoroso equilíbrio dos antagonismos, a capacidade de absorver influências externas sem perder a "essência" local.

A criação da marca Misci, em 2018, como TCC no Istituto Europeo di Design (IED), em São Paulo, revela uma operação conceitual significativa. O neologismo, derivado de "miscigenação", funciona como o que Barthes (2009) chamaria de "mito contemporâneo" – uma forma de transformar história em natureza, ou de verter um processo social em essência cultural. Ao nomear sua marca a partir da miscigenação, Martin não apenas evoca postulados freyreanos, como as recodifica como característica distintiva no mercado de luxo.

Em entrevista de 2023,[5] Martin afirma: "não existe povo mais miscigenado do que o povo brasileiro". O *designer* reivindica essa "força formadora" como *ethos* da marca e da nação. Contudo, essa declaração também condensa a operação ideológica que Ferreira da Silva (2006) identifica na tese freyreana: a mitigação da violência e sua conversão histórica em fundamento positivo da identidade nacional. A miscigenação

[5] Ver: Reset Podcast (2023).

deixa de ser interrogada como fruto de uma relação de poder para ser celebrada como vantagem comparativa.

Diante disso, é possível identificar tanto relações diretas quanto indiretas entre as criações de Martin para a Misci e os escritos de Freyre. A mestiçagem, como índice ideológico, desponta não só como recurso discursivo de seu criador, como também nos detalhes das peças da marca, manifestando-se em cortes, acabamentos, tecidos e campanhas visuais da marca, incluindo redes sociais. Para ilustrar essa tradução, selecionamos três coleções recentes que avaliamos como essenciais para entender correspondências da Misci com a ideologia da mestiçagem: "Valor Latino", de 2023; "Tenda Tripa", de 2024; e "Tieta", de 2025. A descrição dessas coleções na página da Misci no Instagram destaca a influência da mestiçagem e de imagens de brasilidade como unidade de uma diversidade cultural, reforçando a relevância da visão de Freyre na abordagem estética da marca.

A coleção "Valor Latino", apresentada em 13 de junho de 2023, condensa exemplarmente a operação ideológica da Misci. O próprio título articula duas dimensões: "valor" como categoria econômica (precificação no mercado global) e como categoria moral (dignidade cultural). Essa articulação ecoa a preocupação freyreana com a necessidade de "exportar" a singularidade brasileira. Em sua chamada, na página oficial da Misci no Instagram, a legenda diz:

> A Misci apresentará o desfile "Valor Latino". Um chamado à reflexão contra as visões que subestimam a região latino-americana e reforçam sua permanência num lugar de exploração pelos países centrais. "Somos um pedaço de terra que vale a pena" (Misci, 2023a).

A coleção visou promover reflexões sobre a subalternização da América Latina, focando no Brasil, e ao mesmo tempo reforçar a identidade latino-americana em consonância com uma identidade nacional. Aqui, uma não se sobrepõe à outra, segundo seus realizadores, mas andam juntas; afinal, o brasileiro também é latino-americano e "deveria ter orgulho disso".

A escolha do pátio da Pina Contemporânea em São Paulo, com as modelos circulando ao redor da instalação "Tríade Trindade" de Tunga (de 2001), não é meramente cenográfica. Tunga, artista performático conhecido por explorar sensorialidades tipicamente brasileiras, funciona como uma legitimação cultural da proposta da Misci. É como se a arte contemporânea brasileira, reconhecida internacionalmente, tivesse emprestado seu capital simbólico à moda emergente.

A coleção se destaca por sua paleta de tons terrosos, evocando as riquezas naturais do Brasil. Os cortes assimétricos das peças fazem referência ao *design* de mobiliário criado por Airon Martin, evidenciando a interseção entre suas diferentes áreas de atuação. Uma peça que chama a atenção, e que rapidamente se esgotou na loja da marca, foi o boné estampado com as palavras "Brasil" e "América Latina" (Figura 2). A peça encapsula o discurso em torno do *ethos* da Misci: um manifesto a respeito da ideia – ou imagem – específica de cultura brasileira que, ao mesmo tempo, expressa o orgulho latino-americano, simbolicamente carregado na nossa própria cabeça. A peça faz ainda uma alusão a *Deus e o Diabo na Terra do Sol*, de 1964, do cineasta baiano Glauber Rocha (Figura 1). A conexão é evidenciada pela citação de Glauber que, altissonante, abre o desfile: "Mas eu não respeito eles, não respeito nada, porque meu filme é muito superior a isso. Meu filme fala do futuro, de um novo mundo, com uma ideologia e uma linguagem nova. Foi demais para esses críticos decadentes que gostam de Louis Malle e toda essa merda que está aqui".[6] Além desse recurso narrativo, há outras correspondências imagéticas que valem ser observadas.

O boné marrom, detalhado com azul e amarelo, remete ao sol vermelho e amarelo presente no cartaz do filme de Glauber. Segundo Carvalho (2008), o cartaz representa uma fusão política e simbólica de elementos que desafiam as convenções estabelecidas, assim

[6] Ver: MISCI (2023b).

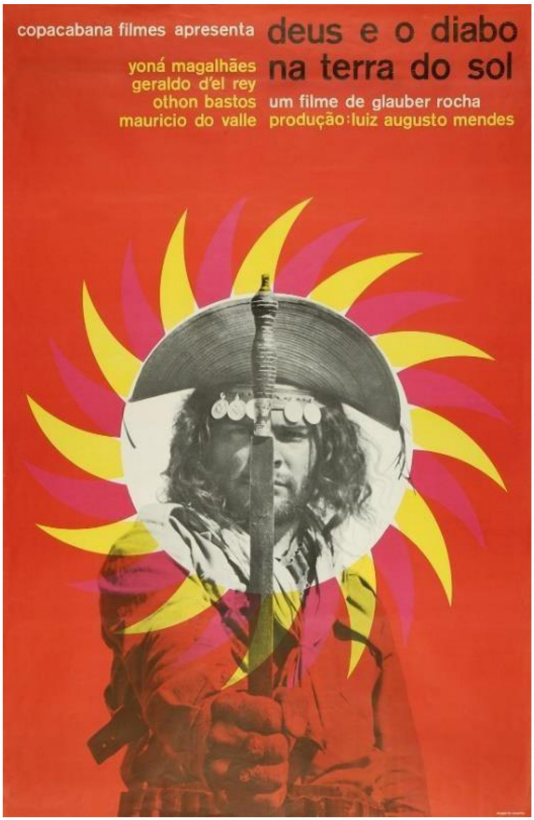

Figura 1. Cartaz de *Deus e o diabo na terra do sol*, 1964.
Fonte: Itaú Cultural (2026).

como a peça da Misci, que faz uma referência crítica sobre a identidade latino-americana, alinhando-se ao espírito disruptivo do Cinema Novo. Sobre a composição do cartaz, Carvalho afirma que:

> O fundo vermelho do cartaz contrasta com o branco e preto da fotografia. As outras cores presentes no cartaz revelam a sua influência

Figura 2. Boné *Misci*, 2023.
Fonte: Site oficial da Misci (MISCI, 2026).

construtivista, assim como a fotomontagem que foi introduzida no design pelos chamados técnicos construtivistas. Com o uso do fundo vermelho chapado, Duarte faz com que a atenção do olhar seja projetada para a figura, que está localizada no centro óptico do cartaz. O sol que desenhado de maneira simples e o cangaceiro são figuras bastante comuns como ilustração nos cordéis nordestinos.

> Glauber utilizou elementos da cultura popular para criar o roteiro de seu filme, e Duarte utilizou os mesmos elementos para criar o cartaz do filme. Ao mostrar a fotografia em alto contraste em preto e branco no centro do cartaz, Duarte também faz ligação com a linguagem gráfica do cordel, no qual os cangaceiros são personagens comuns (Carvalho, 2008, p. 121-122).

O boné, que replica a composição imagética do cartaz de Rogério Duarte para o filme de Glauber, verte o Cinema Novo em acessório de moda, operando o que Benjamin (2009) chamaria de "estetização da política" – a transformação de conteúdos políticos em espetáculos de consumo. Embora o boné mantenha o sol amarelo, ele omite os traços vermelhos presentes no cartaz original do filme. A operação é reveladora: onde antes se impunha a figura do cangaceiro, agora se instala a logomarca da Misci, que ocupa o centro do boné. Essa substituição não apenas domestica a radicalidade do Cinema Novo, mas a converte em capital simbólico. A marca usurpa a potência contestatória de Glauber, reciclando sua estética revolucionária como diferencial de mercado. O que emerge não é reafirmação da identidade brasileira como uma identidade latino-americana, mas sua captura pelo capitalismo cultural, mediante o esvaziamento do político mediante sua conversão em produto puramente estético – processo no qual a própria crítica ao sistema se torna mercadoria do sistema.

Com mais de cinquenta *looks*, a coleção faz apelo ao consumo de marcas latino-americanas e, em especial, brasileiras. Em sua conta no Instagram, a Misci afirma: "Todos sabemos que a América Latina é uma tendência, mas o produto fabricado aqui [no Brasil] ainda sofre resistência do consumidor, tanto latino-americano quanto europeu. Por isso, trabalhamos e entregamos o triplo para termos metade do reconhecimento sobre o que produzimos" (Misci, 16 de junho de 2023). Tal declaração nos leva a refletir sobre a exploração e exportação da matéria-prima brasileira, que frequentemente

é enviada ao exterior como *commodity*, sem ser transformada em moda ou elemento de alta moda.[7]

Duas peças da coleção exemplificam essa operação de uma outra maneira. Nas imagens abaixo (Figura 3 e Figura 4), destacam-se dois *looks*. À esquerda, um vestido estampado com pipocas, descrito pela Misci como "um dos elementos mais simbólicos da nossa região" (Misci, 18 de junho de 2023). A pipoca – alimento popular que carrega forte simbolismo religioso – sofre um duplo deslocamento de sentido: de consumo de massa a signo de luxo, de prática alimentar à marca de distinção. À direita, a estampa de "raspadinha da sorte" reproduz em *Jacquard* outro símbolo do consumo popular, convertendo o acaso dos jogos de azar em padrão decorativo de alta costura.

A estampa da raspadinha, lida pela marca como crítica à meritocracia (Misci, 22 de junho de 2023), revela ambiguidades da proposta. A um só tempo, a marca denuncia a "sorte que nem todos têm" e a comercializa como objeto de luxo acessível apenas a poucos. A contradição não é acidental, mas estrutural à posição da moda de luxo no capitalismo contemporâneo. A modelo também veste calça com estampas de cornos, outro elemento central da coleção, simbolizando a "falta de valorização dos países da América Latina e sua subjugação".

> A coleção atual da Misci, intitulada "Valor Latino", reflete a visão de Airon sobre a força da cultura e economia criativa como impulsionadoras do potencial do Brasil e da América Latina como um todo. A coleção desafia visões que subestimam essa região, criticando a exploração por parte dos países centrais. O ponto de partida da coleção é a representação do latino-americano como o "corno", simbolizando a falta de valor atribuído aos países da América Latina e a sua subjugação (Misci, 2023b).

[7] Martin abordará essa questão de forma mais insisiva na sua próxima coleção, "Tenda Tripa" (MISCI, 2024).

Figura 3. Desfile *Valor Latino*, 2023.
Fonte: Zé Takahashi (FFW Media, 2023).

A coleção "Valor Latino" buscava a valorização da identidade latino-americana em correlação com a brasilidade, partindo de emblemas regionais, como a pipoca, a raspadinha (como podemos ver melhor na Figura 5) e o corno. Essa operação culmina no gesto final: uma chuva de

Figura 4. Desfile *Valor Latino*, 2023.
Fonte: Zé Takahashi (FFW Media, 2023).

notas de dinheiro sobre as modelos com os dizeres "Valor Latino" (Figura 6). Isto é, o que se apresenta como manifesto de orgulho regional revela, no fundo, sua verdadeira natureza: a conversão de crítica social em espetáculo de consumo. O "Valor Latino" não celebra, mas precifica a identidade cultural, transformando orgulho coletivo em *commodity*.

Essa lógica se aprofunda na coleção "Tenda Tripa", desfilada em 25 de abril de 2024, anunciada como desfile que "ressalta a lona-interior do Brasil e sua multiplicidade". A coleção foi anunciada em seu perfil no Instagram no dia 15 de abril de 2024, com a legenda: "O desfile ressalta a lona-interior do

Figura 5. Desfile *Valor Latino*, 2023.
Fonte: Zé Takahashi (FFW Media, 2023).

Figura 6. Desfile *Valor Latino*, 2023.
Fonte: Zé Takahashi (FFW Media, 2023).

Brasil e sua multiplicidade. Tenda-tripa é abrigo, transformação, habitação, desconfiança, verdade e profundidade" (MISCI, 2024c). A coleção funciona com dupla estratégia: de um lado, exalta o "Brasil profundo" do interior do

Norte e do Centro-Oeste; de outro, transmuta essa diversidade regional em unidade estética nacional. O "interior" torna-se, assim, matéria-prima simbólica para consumo metropolitano.

Dois pontos nos chamam a atenção aqui. Primeiro, a forma como a coleção desenvolve um tipo de dialética interior-metrópole que pode ser identificada como um operador conceitual da marca. Isso fica evidente no próprio título, que evoca concomitantemente precariedade ("tenda" como habitação provisória e "tripa" como víscera exposta) e proteção ("tenda" como abrigo e "tripa" como interioridade autêntica). Segundo, a descrição da marca – que, como vimos, "ressalta a lona-interior do Brasil e sua multiplicidade" – revela uma operação de tipo freyreano de "tropicalização estética"; afinal, o "Brasil profundo" é, a um só tempo, celebrado e domesticado, transformado em estética palatável para consumidores urbanos de alta renda.

Com tons que remetem ao que vem da terra – marrom, bege, verde musgo, cinza suave e até o azul claro –, as roupas, ainda mais refinadas que na coleção anterior, fazem uma homenagem ao interior do Brasil, mas pensadas para quem vive nas grandes cidades brasileiras, como Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo – expectadores alvos da coleção. Contando com celebridades e grandes nomes do campo da moda, o desfile foi realizado na Bienal de São Paulo e ovacionado pelo seu requinte e bom acabamento das peças (Figura 7), segundo a crítica.[8]

Usando o Instagram como o principal instrumento de comunicação visual da marca, a Misci exalta o uso de "matérias-primas tipicamente brasileiras", desde a coleção anterior. No dia do lançamento da "Tenda-Tripa", foi realizada uma postagem no perfil da marca, com a chamada "Borracha da Amazônia em nossa Tenda-Tripa". O texto evoca que eles estariam usando alternativas sustentáveis para a marca: "Pioneiro na criação de um termoplástico à base da borracha natural das seringueiras,

[8] Ver: Hermoso (2024).

Figura 7. Desfile *Tenda-Tripa*.
Fonte: canal do YouTube da Misci (MISCI, 2024a).

é um biomodificador de impacto para os mais diversos tipos de plásticos em uma tecnologia 100% brasileira" (Misci, 25 de abril de 2024).

Na mesma postagem, é revelado que foi utilizada borracha silvestre da Amazônia – "um biomaterial que vem em um arco-íris de tons, colhidos da floresta vibrante e viva, e que ajuda a conservar a floresta amazônica e seu patrimônio natural e cultural" (Misci, 25 de abril de 2024). A publicação destaca que esse material não só contribui para a conservação da Amazônia e de seu patrimônio natural e cultural, como também constitui uma escolha sustentável viável para o desenvolvimento da moda contemporânea. Esses materiais foram empregados e manuseados na confecção de uma gama de produtos, incluindo bolsas, calçados, saias, calças e cintos, conforme ilustrado na Figura 8 e na Figura 9.

Aliás, a exaltação da matéria-prima brasileira e a ênfase em utilizar "tecnologia 100% nacional" evocam um trecho de *Modos de Homem & Modas de Mulher*, onde Freyre afirma que, para criar uma moda "genuinamente brasileira", seria necessário "um maior uso de material ecologicamente próprio do Brasil na confecção de artigos de moda feminina" (Freyre, 1986,

Figura 8. Desfile *Tenda-Tripa*.
Fonte: Rebeca Lebague/Metrópoles (Ligabue; Estevão, 2024).

p. 34). Essa correspondência se manifesta na prática, mas de uma forma novamente problemática. Os materiais extraídos de regiões interiores do Brasil são convertidos em peças a serem exibidas nas grandes semanas

Figura 9. Desfile *Tenda-Tripa*.
Fonte: Rebeca Lebague/Metrópoles (Ligabue; Estevão, 2024).

de moda e vendidas por um seleto grupo de consumidores. Ainda que a marca mobilize o discurso da sustentabilidade e da "tecnologia brasileira" para construir uma narrativa de "soberania imagética", é revelador que essa

suposta soberania seja exercida exclusivamente no campo do luxo, mantendo intocadas as estruturas de exploração econômica da região amazônica. Isso fica evidente na variação de preços entre R$ 580 e R$ 3.680, o que evidencia a segmentação social no acesso à brasilidade autêntica. A identidade nacional, mediada pela moda de luxo, torna-se privilégio de classe,[9] reproduzindo no consumo cultural as desigualdades que a narrativa ideológica da mestiçagem afirma ter superado.

Por fim, consideramos pertinente analisar mais uma coleção da marca. A coleção intitulada "Tieta", desfilada no dia 24 de abril de 2025, que trouxe para as passarelas a célebre personagem criada pelo baiano Jorge Amado, no livro *Tieta do Agreste* (Amado, 1977), e eternizada pela atriz Betty Faria, na novela *Tieta*, de 1989, exibida pela Rede Globo, em horário nobre. Segundo dizeres da própria marca, a pretensão com a coleção seria, "reler o Brasil", relacionando tradição e modernidade, identidade interior e cultura metropolitana. A personagem, que retorna à sua cidade natal após duas décadas vivendo na cidade grande, retorna diferente, com roupas que marcaram a época em que a novela foi lançada na televisão, sendo a indumentária um fator central na produção televisiva.

Mais uma vez, o desfile ocorreu no prédio da Bienal de São Paulo. Mas, dessa vez, o cenário foi construído sobre uma passarela branca em formato de U, preenchida no meio por amontoados de areia, remetendo a dunas que evocam o "sertão" nordestino como espaço mítico da identidade nacional. No caminho de areia, no entanto, uma aparelhagem de "paredão" confere uma quebra visual; e as modelos desfilam ao som de funk, brega, arrocha e outros ritmos que enlaçam a cultura popular de jovens das periferias e interior do Brasil.

As imagens abaixo (Figuras 10, 11, 12 e 13) dizem algo para além delas próprias: há sempre uma dialética não resolvida entre tradição e modernidade, entre o que já foi e o que está sendo. As peças materializam o propósito da marca: elaborar uma síntese forçada de códigos antagônicos:

[9] Ver: MISCI (2024b).

Figura 10. Desfile *Tieta*.
Fonte: Zé Takahashi (Viveiros, 2025).

rendas tradicionais coexistem com saltos metropolitanos, bordados sertanejos justapõem-se a casacos impossíveis no Agreste. E essa bricolagem não resolve a tensão, mas a estetiza; tons de areia e mar fusionam-se ao rubro das transformações urbanas, evocando a personagem que retorna modificada à cidade natal. O vermelho condensa uma outra operação, em

Figura 11. Desfile *Tieta*.
Fonte: Zé Takahashi (Viveiros, 2025).

que se percebe, de um lado, a perda da "inocência" regional e dos valores idílicos do interior e, de outro, a aquisição da "sofisticação" metropolitana. A mulher "mais forte", vestida de vermelho, casaco e salto epitomiza a marca – o sertão domesticado que se veste de metrópole.

Figura 12 – Desfile *Tieta*.
Fonte: Zé Takahashi (Viveiros, 2025).

O desfile se encerra com a entrada de Martin na passarela para agradecer; ao seu lado, porém, surge a presença inesperada de Betty Faria (Figura 14). Ícone da televisão brasileira – cuja imagem foi massivamente difundida nos anos 1970 –, ela ressurge como tema central de uma coleção de luxo. Sua aparição final no desfile materializa o que Benjamin (2009)

Figura 13 – Desfile *Tieta*.
Fonte: Zé Takahashi (Viveiros, 2025).

definiria como uma "imagem dialética": a justaposição entre passado e presente condensada em um instante crítico de visibilidade, iluminando ambas as temporalidades. Nesse gesto, a atriz-personagem encarna a sobrevivência de imagens culturais (Didi-Huberman, 2015), sua potência

Figura 14 – Desfile *Tieta*.
Fonte: Zé Takahashi (Viveiros, 2025).

de refiguração – deslocando-se entre contextos e suportes, mas sem perder sua carga simbólica.

A partir do postulado freyreano de que os modos de se vestir funcionam como catalisadores na construção da identidade nacional, é possível notar que o espetáculo visual da brasilidade encenado por essas coleções se torna tanto mais evidente quanto mais se propõe como miscigenado e híbrido. O espetáculo não é só estético, mas sobretudo ideológico: inscreve-se em uma narrativa que idealiza a mistura como princípio conciliador, capaz de neutralizar tensões, anistiar violências e suturar feridas. Trata-se da imagem que também se estrutura como ideologia. As diferenças (raciais, sociais, culturais, de gênero) tendem a ser metamorfoseadas como variações harmônicas de uma unidade supostamente pacífica – operação que remete diretamente, mais uma vez, à noção de metarracialidade de Freyre.

Nesse sentido, a Misci, em sua proposta estética e discursiva, mobiliza essa ideologia, ainda que involuntariamente. Suas últimas coleções e campanhas publicitárias evocam, positivamente, um Brasil singular, construído a partir de signos da diversidade cultural, mas alinhado a uma ideia de identidade coesa, integradora e sensorialmente sofisticada. Mesmo no século XXI, a moda brasileira – sobretudo em seus circuitos mais elitizados – segue explorando essa gramática da mestiçagem, que atravessou séculos e corpos no Brasil. Trata-se de uma imagética que, embora pretensamente afirmativa, continua a operar dentro dos limites simbólicos de um projeto de nação marcada, até os dias de hoje, pela recodificação das diferenças sob a égide da harmonia.

Esse ponto se torna ainda mais visível quando observamos que a valorização da diversidade na comunicação da marca não implica, necessariamente, a explicitação das clivagens históricas que a estruturam. A presença recorrente de modelos negros e negras, por exemplo, pode sinalizar uma ampliação da representatividade visual, claro. Mas isso não basta, por si só, para romper com a lógica da mestiçagem como mito nacional. Quando reinscrita na gramática ampla da "brasilidade", a negritude tende a aparecer menos como experiência histórica e política específica e mais como componente já integrado de uma diversidade supostamente reconciliada. O mesmo vale, em termos potenciais, para referências indígenas ou afro-brasileiras que, uma vez subsumidas à imagem holística da nação, perdem densidade histórica e se convertem em signos estéticos disponíveis para consumo. É justamente nesse ponto que a operação mítica, nos termos de Barthes (2009), torna-se visível: a história é transubstanciada em natureza, ao passo que os conflitos sociais são reencenados como traços espontâneos da identidade nacional.

4. Considerações finais

Este artigo demonstrou, primeiro, como postulados freyreanos sobre moda e identidade nacional ainda operam como matrizes de referência na

moda brasileira, remodulados pelos circuitos globais do capitalismo cultural. Segundo, a análise dos desfiles da Misci revelou uma refiguração criativa da ideologia da mestiçagem, que atualiza imagens conceituais do Pensamento Social Brasileiro através de estratégias comerciais contemporâneas. Esse duplo movimento analítico empreendido revelou como Freyre erigiu a moda à categoria sociológica, tratando-a como linguagem social que canaliza dinâmicas de poder, intimidade e modernização. Em *Arte, Ciência e Trópico*, identificamos como o autor mobiliza o universo artístico para valorizar o Brasil luso-tropical, atribuindo à moda o papel de catalisadora de formas "genuinamente nacionais". Em *Modos de Homem & Modas de Mulher*, observamos a maneira como a vestimenta emerge como dispositivo distintivo da formação nacional, emulando processos supostamente bem-sucedidos de miscigenação e hibridismo.

A análise empírica das coleções "Valor Latino", "Tenda Tripa" e "Tieta" demonstrou como imagens de brasilidade elaboradas no século XX são revitalizadas nas passarelas do século XXI. Seguindo a equação de Didi-Huberman (2015), para quem, diante da imagem, estamos sempre diante do tempo, em suas mais diversas sobreposições, é possível dizer que as representações freyreanas não são vestígios inertes, mas forças ativas que, traduzidas, seguem organizando a produção imagética contemporânea – tanto na moda como em outros espaços.

Nesse sentido, é possível organizar a contribuição deste artigo a partir de três operadores analíticos, que explicam a forma como categorias clássicas do Pensamento Social Brasileiro se atualizam na moda contemporânea.

Primeiro, há uma estratégia de "tropicalização estética", que diz respeito ao processo discursivo pelo qual elementos climáticos, geográficos e culturais associados ao "tropical" são mobilizados pela Misci como marcadores de diferença e autenticidade no mercado global de moda. Diferentemente da concepção essencialista freyreana, compreendemos essa tropicalização como uma estratégia performativa da marca que constrói uma imagem de "brasilidade" como plataforma simbólica de

consumo, fixando identidades fluidas em estereótipos comercializáveis. O "Brasil profundo", a "morenidade" e a "mestiçagem" tornam-se, portanto, signos estáveis, esvaziados de historicidade.

Segundo, emerge um discurso de "mestiçagem de luxo", que captura a transformação da miscigenação como fato histórico-social em narrativa de prestígio, onde a diversidade racial e cultural é recodificada como signo de sofisticação. Tal operação não apenas requalifica a diversidade como signo de prestígio; ela também dificulta a emergência de marcas e linguagens estéticas que afirmem, de maneira mais direta, matrizes negras e indígenas sem subordiná-las ao repertório integrador da identidade nacional. Quando a brasilidade funciona como horizonte privilegiado de legitimação, diferenças históricas e raciais específicas tendem a ser absorvidas por uma narrativa conciliadora da mistura. Nesses casos, a visibilidade de corpos negros ou de signos afroindígenas não desfaz o problema; pode, ao contrário, reiterá-lo, na medida em que essa presença é posta como evidência de uma diversidade já harmonizada. Trata-se, então, menos de uma ampliação efetiva do campo de possibilidades estéticas do que de sua reorganização sob os limites simbólicos já estabelecidos pela ideologia da mestiçagem.

Terceiro, há uma forma incompleta de "dialética interior-metrópole", que articula a tensão constitutiva entre o chamado "Brasil profundo" (do interior, da tradição e da autenticidade) e seu contraponto, o suposto "Brasil cosmopolita" (das metrópoles, da modernidade e da sofisticação). Trata-se de uma forma incompleta justamente porque essa tensão não se resolve em síntese harmônica; ela permanece como contradição produtiva que alimenta a criatividade das marcas e sua inserção nos circuitos globais de prestígio.

A partir desses três operadores analíticos, é possível afirmar que a moda brasileira contemporânea, ao menos em seus circuitos de luxo, tem funcionado na base do equilíbrio de ambivalências estruturais: simultaneamente, reproduz e contesta significados sociais, legitima e

subverte hierarquias culturais, democratiza discursivamente enquanto restringe o acesso a signos da identidade nacional na dimensão do consumo. No caso da Misci, essa ambivalência se manifesta na capacidade de valorizar referências culturais locais e questionar hegemonias estéticas globais, enquanto reproduz exclusões sociais e raciais nos marcos do mercado de luxo. Convém assinalar, contudo, que tal ambivalência não constitui um atributo singular da Misci, mas um traço estrutural da moda de luxo enquanto campo de produção simbólica: sua capacidade de valorizar diferenças culturais, convertendo-as simultaneamente em distinção social e mercadoria. O caso da Misci interessa, precisamente, porque nos permite observar a forma "especificamente brasileira" assumida por essa lógica, na qual signos como a mestiçagem, a tropicalidade, a morenidade e o discurso do "Brasil profundo" são mobilizados como marcadores de autenticidade cultural e diferencial competitivo.

Os deslocamentos simbólicos operados pela marca – questionamento da hegemonia estética europeia, valorização de saberes e técnicas locais, inserção de referências culturais brasileiras nos circuitos globais de prestígio – não são desprezíveis em termos de política simbólica. Entretanto, essa política permanece limitada pela lógica do capitalismo de luxo, que verte crítica social em espetáculo de consumo, "diversidade cultural" em vantagem competitiva. É justamente essa limitação que revela como a ideologia da mestiçagem funciona, nos termos de Moura (1983, p. 129), como "dobradiça amortecedora" das tensões sociorraciais. Mas, trata-se de uma dobradiça que amortece as ambivalências estruturais em dois níveis: nos discursos de identidade nacional e na cultura de consumo. Na moda de luxo, a ideologia da mestiçagem serve como álibi estético que permite festejar a "diversidade" sem questionar estruturas produtoras de desigualdades. Assim, a "brasilidade" torna-se marca de distinção acessível às elites, ao passo que se mantém intocadas hierarquias que sua narrativa supostamente superaria.

Isso nos permite afirmar que certos postulados freyreanos mantêm operatividade no presente, ainda que sob formas reconfiguradas pelos

circuitos globais de consumo. Entre eles, destaca-se a mestiçagem, que permanece como narrativa estruturante da ideia de brasilidade, agora mediada pelas lógicas do *branding*, do marketing cultural e das estratégias de diferenciação no mercado global de luxo. Essa ressonância não decorre de uma simples reprodução, mas de um processo de reelaboração criativa, por meio do qual formulações pretéritas são adaptadas às novas demandas por autenticidade cultural no capitalismo contemporâneo. Nesse contexto, é plausível supor que os próximos anos aprofundarão tal ambivalência, à medida que marcas e *designers* passam a explorar, de modo cada vez mais sistemático, as tensões entre tradição e modernidade, local e global, autenticidade e mercantilização. Diante disso, mais do que sustentar expectativas otimistas quanto à capacidade da moda de mitigar desigualdades, importa reconhecer os limites estruturais do campo, historicamente atravessado por lógicas de distinção e reprodução de privilégios. Os resultados aqui apresentados indicam que a persistência da mestiçagem como matriz simbólica da identidade nacional – ainda que sob roupagens contemporâneas e fortemente mediadas pelo mercado – não aponta para um horizonte emancipatório, mas, antes, para a reatualização de mecanismos sutis e duradouros de exclusão.

Como desdobramento desta investigação, acreditamos que a sociologia da moda pode oferecer contribuições relevantes para o campo do Pensamento Social Brasileiro, ao evidenciar como categorias clássicas – como a mestiçagem – são reativadas, ressignificadas e estetizadas no mercado contemporâneo. As ambivalências analisadas ao longo deste texto sugerem a importância de ampliar os objetos e enfoques da área, incorporando dimensões até então marginais, como a estética, a imagem, o consumo e a cultura visual. Essa ampliação, acreditamos, pode renovar as agendas de pesquisa do Pensamento Social Brasileiro e reconfigurar sua sensibilidade analítica para captar os modos diversos pelos quais imagens de brasilidade são produzidas, disputadas e recodificadas no presente. Afinal, ao tratar a moda como linguagem social, abre-se uma porta promissora

para pensar as articulações entre cultura, mercado e identidade nacional – e, com isso, expandir o repertório conceitual e metodológico das ciências sociais diante das transformações simbólicas do Brasil contemporâneo.

Referências

1. AFFONSO, João. **Três séculos de moda**. Belém: Tavares Cardoso & Cia, 1923.
2. AMADO, Jorge. **Tieta do Agreste**. Rio de Janeiro: Record, 1977.
3. BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.
4. BENJAMIN, Walter. **Passagens**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.
5. BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**. São Paulo: Zouk, 2002.
6. CARVALHO, André Luiz de. **Da película ao cartaz**: uma análise do design do cartaz de "Deus e o diabo na terra do Sol". 2008. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.
7. COSTA, Sérgio. A construção sociológica da raça no Brasil. **Estudos Afro-Asiáticos**, v. 24, n. 1, 35-61, 2002. DOI: https://doi.org/10.1590/S0101-546X2002000100003.
8. DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do tempo**: história da arte e anacronismo das imagens. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2015.
9. FERREIRA DA SILVA, Denise. À brasileira: racialidade e a escrita de um desejo destrutivo. **Estudos Feministas**, v. 14, n. 1, p. 61-83, 2006. DOI: https://doi.org/10.1590/S0104-026X2006000100005.
10. FFW MEDIA. 2023. Disponível em: https://ffw.com.br/desfiles/moda/inverno-23/misci/misci-5/. Acesso em: 16 abr. 2026.
11. FREYRE, Gilberto. **Arte, Ciência e Trópico**: em tôrno de alguns problemas de Sociologia da Arte. São Paulo: Martins, 1962.
12. FREYRE, Gilberto. **Casa-Grande e Senzala**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 1992.
13. FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. Rio de Janeiro: Record, 1986.
14. FREYRE, Gilberto. **Sobrados e mucambos**. São Paulo: Global, 2004.
15. FREYRE, Gilberto. **The racial factor in contemporary politics**. Sussex: Research Unit for the Study of Multi-Racial Societies, 1966.

16. HERMOSO, Sofia. **Airon Martin faz das tripas do Brasil o coração da nova coleção da Misci**. 2024. Disponível em: https://gq.globo.com/estilo/noticia/2024/04/airon-martin-tripas-brasil-coracao-nova-colecao-misci.ghtml. Acesso em: 09 jun. 2025.

17. ITAÚ CULTURAL, 2026. Disponível em: https://enciclopedia.itaucultural.org.br/obras/115001-cartaz-do-filme-deus-e-o-diabo-da-terra-do-sol. Acesso em: 16 abr. 2026.

18. KOSELLECK, Reinhart. **Futuro passado**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

19. LIGABUE, Rebeca; ESTEVÃO, Ilca Maria. **Misci apresenta a coleção Tenda Tripa com Ivete Sangalo na passarela**. 2024. Disponível em: https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/misci-apresenta-a-colecao-tenda-tripa-com-ivete-sangalo-na-passarela. Acesso em: 16 abr. 2026.

20. MEDEIROS, Rodrigo Rui de. **Descosturando tramas**: a "revolução" no campo da moda e seus desdobramentos no Brasil (1960–1969). 2024. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2024.

21. MELLO E SOUZA, Gilda. **O espírito das roupas**. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.

22. MICHETTI, Miqueli. **Moda brasileira e mundialização**: mercado mundial e trocas simbólicas. 2021. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012. DOI: https://doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2012.847636.

23. MISCI, 2023a. Disponível em: https://www.instagram.com/misci/. Acesso em: 08 jun. 2023.

24. MISCI. **Misci/Valor Latino**. 2023b. Disponível em: www.youtube.com/watch?v=RZhzYx-s9SY. Acesso em: 27 jun. 2024.

25. MISCI. **Boné Valor Latino**. 2026. Disponível em: www.misci.com/produto/bone-valor-latino-valor-latino-cap-808. Acesso em: 16 abr. 2026.

26. MISCI. **Tenda tripa** - Desfile completo. 2024a. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=OB9ypBnEhbw. Acesso em: 16 abr. 2026.

27. MISCI, 2024b. Disponível em: www.misci.com/mulher/tendatripa?sort=lowest_price. Acesso em: 08 ago. 2024.

28. MISCI, 2024c. **O desfile ressalta a lona-interior do Brasil e sua multiplicidade [...]**. Disponível em: https://www.instagram.com/misci__/. Acesso em: 17 ago. 2024.

29. MISCI. **Tieta -** Desfile completo. 2025. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ebj8hE_fZu8. Acesso em: 08 mar. 2026.

30. MOURA, Clóvis. Escravismo, colonialismo, imperialismo e racismo. **Afro-Ásia**, n. 14, p. 124-137, 1983.

31. MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. Petrópolis: Vozes, 1999.

32. OLIVEIRA, Lucas Amaral de. Fractured form: formation and deformation in Brazilian social thought. **Estudos Históricos**, v. 38, n. 86, e20250618, 2025.

33. OLIVEN, Ruben. Cultura Brasileira e identidade nacional (o eterno retorno). *In*: MICELI, Sérgio (org.). **O que ler na ciência social brasileira**: 1970-2002. Brasília: Editora Sumaré, 2002.

34. ORTIZ, Renato. Imagens do Brasil. **Sociedade & Estado**, v. 28, n. 3, p. 609-633, 2013. DOI: https://doi.org/10.1590/S0102-69922013000300008.

35. PONTES, Heloísa. Modas e modos: uma leitura enviesada de O espírito das roupas. **Cadernos Pagu**, v. 22, p. 13-46, 2004. DOI: https://doi.org/10.1590/S0104-83332004000100003.

36. PRADO, Luís André do. Gilda de Mello e Souza e a emergência do campo da moda no Brasil (1800-1990). **Revista de História**, n. 178, p. 1-31, 2019.

37. RESET PODCAST. **Misci e a moda**: ser sustentável é uma obrigação. 2023. Disponível em: www.youtube.com/watch?v=SQETdFU1B88&t=2108s. Acesso em: 03 set. 2024.

38. SANTOS, Ynaê Lopes dos. **Racismo brasileiro**: uma história da formação do país. São Paulo: Todavia, 2022.

39. SIMILI, Ivana Guilherme. Educação e produção de moda na Segunda Guerra Mundial: as voluntárias da Legião Brasileira de Assistência. **Cadernos Pagu**, v. 31, p. 439-469, 2008. DOI: https://doi.org/10.1590/S0104-83332008000200019.

40. SIMIONI, Ana Paula. Por que ler... O Espírito das Roupas de Gilda de Mello e Souza. **dObra[s]**, v. 2, n. 4, p. 63-65, 2008. DOI: https://doi.org/10.26563/dobras.v2i4.335.

41. SOARES, Fernando Augusto Hage. **Imagens na história do vestuário**: cânones e sintomas na obra Três Séculos de Modas (1923). 2022. Tese (Doutorado em Artes) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2022.

42. SOUZA, Jessé. A construção do mito da "brasilidade". *In*: SOUZA, Jessé (ed.). **Ralé brasileira**: quem é e como vive. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009, p. 29-46.

43. SOUZA, Jessé. Max Weber e o "racismo científico" da sociologia moderna. **Ideias,** v. 8, n.1 p. 32-62, 2014.

44. VASCONCELOS, José. **La raza cósmica**. México: Editorial Porrúa, 2010.

45. VIVEIROS, Eduardo. **Tieta é a musa inspiradora da nova coleção da Misci**. 2025. Disponível em: https://www.revistalofficiel.com.br/fashion-week/tieta-e-a-musa-inspiradora-para-a-nova-colecao-da-misci. Acesso em: 16 abr. 2026.

Fonte de financiamento: CNPq (140586/2024-5).

Conflito de interesses: Nenhum.

Contribuição dos Autores: LAO: conceituação, metodologia, investigação, curadoria de dados, análise formal, redação – rascunho original, redação – revisão e edição. RRSM: conceituação, metodologia, investigação, curadoria de dados, análise formal, redação – rascunho original, redação – revisão e edição.

Aprovação do Comitê de Ética: Nada a declarar.

Disponibilidade de Dados: Os dados da pesquisa estão disponíveis no corpo do artigo.

Uso de tecnologia assistida por inteligência artificial: Os autores declaram que utilizaram a ferramenta de inteligência artificial ChatGPT (OpenAI, versão GPT-5.3) exclusivamente para revisões pontuais de linguagem na versão final do manuscrito. Em conformidade com a Portaria CNPq nº 2.664, de 6 de março de 2026, os autores declaram o uso da ferramenta e assumem integral responsabilidade pelo conteúdo do artigo, incluindo eventuais imprecisões decorrentes de sua utilização.

Editor: Ana Rodrigues Cavalcanti Alves (UFBA, Brasil).

Lucas Amaral de Oliveira é doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente, é coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), docente permanente do Departamento de Sociologia da UFBA, onde lidera o PERIFÉRICAS – Núcleo de Estudos em Teorias Sociais, Modernidades e Colonialidades. lucasoliveira.ufba@gmail.com

Rodrigo Rui Simão de Medeiros é doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e mestre em História Global pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). É membro do Núcleo de Estudos em Sociologia da Arte (NUCLEARTE) e bolsista do CNPq. rodrigomedeiros@ufba.br

Recebido: 13 jun. 2025.
Aceito: 19 mar. 2026.