

Estilistas e empresários negros da capital falam sobre a importância dessa ascensão como forma de reconhecimento e valorização da cultura africana

Minervino Júnior/CB/D.A.Press



A estudante de designer de moda Fernanda Ferreira cria peças sustentáveis. Ela vai apresentar sua coleção no Desfile de Beleza Negra. "Quero romper estigmas."

Moda das cores e da representatividade

» CAROLINE CINTRA

Cores, estampas, peças versáteis e muita personalidade. Mais que vestuário, a moda afro reforça e traduz em sua singularidade a força ancestral africana. No Distrito Federal, o estilo tem ganhado espaço entre todos, independentemente da raça. Estilistas e empresários do ramo falam sobre como as roupas contam a história do povo negro e a importância do crescimento dessa cultura na capital federal.

Apasionada por moda, a ilustradora Nicolly Primo, 22 anos, criou a própria marca de roupas afro, a Nanã. Ela começou a produzir as peças para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), da graduação em designer de moda, em 2018. O tema escolhido pela então estudante foi turbante. "Dentro da faculdade percebi que não tinha representatividade negra. Tive dificuldade em encontrar modelos negros, precisei buscar de fora", contou.

Foi a partir dessa percepção que Nicolly decidiu abrir a loja virtual. Desenhou e fez as primeiras roupas com estampas baseadas em movimentos artísticos. O grande diferencial da marca são as peças transformáveis. "Você compra uma peça e ela pode virar outra. Geralmente, as transformáveis são turbantes, que a pessoa pode variar nas amarrações, que pode virar blusa, vestido. É bem versátil e representa bem aquilo que eu acredito, que é uma moda sustentável", explicou a ilustradora.

A primeira coleção foi apresentada no Desfile Beleza Negra, em 2019. No entanto, devido a pandemia da covid-19, Nicolly deu uma pausa nas atividades. "Não tinha mais evento, então não havia mais oportunidade para eu mostrar minhas roupas, mas quero voltar ano que vem. A moda é poderosa e tem papel de influenciar pessoas e só nós, negros, sabemos nos representar. Não posso parar", disse.

Dono da loja DS Afro Concept, o publicitário Mike Bryant, 32, também sentia falta da representatividade africana na moda na capital federal. Morando no Brasil há mais 10 anos, o camaronês teve a ideia de criar uma de moda praia com estampas

ED ALVES/CB/D.A.Press



Mike Bryant e Camila Fernandes, unidos pelo estilo no vestir

Arquivo Pessoal



Nicolly Primo criou a própria marca, a Nanã

Assunto

Conheça mais o trabalho dos estilistas e empresários de moda afro no DF

Nanã

Instagram: @marca.nana

DS Afro Concept Instagram: @dsafroconcept

africanas. Com o sucesso das peças, a marca tornou-se loja, em 2018. "É uma forma de valorizar mais a cultura africana. A gente tinha um certo preconceito com o tecido africano, que só poderia fazer roupas pesadas e eu criei a moda praia para mostrar que os tecidos são bons para qualquer tipo de roupa", afirmou.

Como o DF é uma cidade sem praia, Mike decidiu ampliar as vendas para outros estados e a DS Afro Concept chegou ao Rio de Janeiro e a São Paulo. "Aqui as pessoas só compram quando

vão viajar para lugar com mar. Nem quando vão para lugares com cachoeira, como Pirenópolis, costumam comprar roupa de banho. Então, passei a vender e entregar em outros lugares e, inclusive, vendo mais lá", contou o publicitário. Para ganhar mais espaço no DF ele criou a coleção maiô body. "É para trazer a ideia de maiô como roupa normal. Tive essa ideia para não perder cliente aqui".

Para Mike, o empreendedorismo negro ainda tem muito o que crescer no Brasil. "Os negros costumam

comprar dos negros, mas na minha marca, a maioria dos clientes são brancos. É uma moda para todos mesmo. Mas olhando no geral, acho que falta incentivo para os empreendedores negros crescerem em todo o Brasil", destacou.

Cliente da DS Afro, a empresária e influenciadora digital Ana Camila Dias Fernandes, 35, se interessou pela marca, porque buscava se vestir de peças com design diferenciado. "Gosto da diversidade de cores e estampas, da originalidade. É criativo nos cortes, nas criações e foge do que é comum. E o principal, remete à luta do nosso povo preto e nossa ancestralidade", disse.

Como consumidora, Ana Camila tem observado o crescimento da moda afro no DF, no sentido das pessoas usarem mais. No entanto, o acesso, segundo ela, ainda é difícil. "Não é de maneira tão rápida como quando quero comprar uma calça jeans. Essas marcas estão em lugares específicos ou na internet. Ainda tem muito o que crescer e ter mais visibilidade. Precisa ser mais acessível e divulgada", opinou.

Tecidos orgânicos

A estudante de designer de moda Fernanda Ferreira, 21, cria peças sustentáveis, usando tecidos orgânicos. Embora as peças não tenham tantas estampas, elas trazem consigo a personalidade da moda afro por meio das cores e da representatividade da criadora. Ela explica que a By Ferreira não é exclusivamente para negros, pois acredita que todo mundo deve ser alcançado pela variedade que a moda oferece. "Acredito que todo mundo deve ser bombardeado com conteúdos, independentemente da cor e dos ideais. Quero que minha marca seja ampla, que a pessoa se vista de forma que se sinta confortável", explicou.

Fernanda será a estilista do Desfile de Beleza Negra em 2022 e apresentará uma coleção exclusiva. "Vai ser a minha segunda coleção como marca oficial. Vai ser desafiador, porque as pessoas esperam muito, principalmente por eu ser negra, mas quero romper todo e qualquer tipo de estigma. Mesmo que eu faça peças que remetem à cultura afro, a moda é para todos", completou.

Escolha a ESCOLA DO SEU FILHO

WEBSÉRIE POR DENTRO DA ESCOLA

Escolher a escola dos filhos é um dos momentos mais importantes e de muita expectativa para as famílias. Para ajudar os pais nessa importante decisão, o Correio apresentou a websérie Por dentro da Escola. Diretores de 14 colégios tradicionais de Brasília contam um pouco sobre os valores e diferenciais das suas instituições.

Assista aos episódios:

20 **ideal**
Colégio Ideal

ESCOLA Eleva
BRASÍLIA

Perdeu algum episódio? Confira todos no Instagram do Correio @correio.braziliense

Realização:
CORREIO BRAZILIENSE