

BRASÍLIA  
63 anos

Empreendedores criam marcas com o intuito de celebrar o pertencimento à capital, com estampas e desenhos que remetem ao cotidiano e ao bom humor da cidade criada por Niemeyer

Arquivo Candanguice



Caio Porto e Diogo Pipas, proprietários da Candanguice, exibem as estampas que brincam com os monumentos da cidade

# O jeito de viver brasiliense virou moda

» LETÍCIA GUEDES\*

Alinhando o interesse de empreender à vontade de homenagear Brasília que, desde sempre, os cativou, os proprietários das marcas tradicionais da capital encontraram na moda uma forma de expressar, por meio de suas etiquetas, o amor pelo quadradinho. Administrada pelos sócios Caio Porto e Diogo Pipas, a Candanguice, que já denuncia o elo afetivo no nome, foi inaugurada em 2014, pelo desejo de Caio de preencher o que ele via como uma lacuna existente no ramo da moda, quando se falava em uma marca com um "jeitinho brasiliense". Caio queria explorar as histórias e a cultura da capital.

O empresário conta que a marca sempre foi recebida com muita simpatia pelos clientes e que todos sempre abrem um sorriso quando olham os produtos, pois gostam das ideias e do conceito por trás de tudo. "As pessoas se sentem parte da marca. É como se a Candanguice fosse cúmplice do amor que elas sentem por Brasília". A loja confecciona camisetas que brincam com os monumentos brasilienses, canecas, acessórios e até velas aromatizadas com a personalidade candanga.

Thaysi de Paula, 33, servidora pública, é cliente da loja e confirma a informação. A servidora está entre os vários brasilienses amantes da marca. "Tenho muito orgulho de carregar as estampas Candanguice no peito e de ser reconhecida como tal, seja na própria Brasília, seja até nas outras cidades para as quais viajo". Ela esclarece que a marca surpreendeu-a desde o início, pois conseguiu, ao mesmo tempo, transpassar estilo e orgulho de ser brasiliense.

Com a Dane-se, não foi muito diferente, Daniel Moreira e Enozor Junior idealizaram a marca a partir do desejo de vender um produto que mostrasse o lifestyle brasiliense. Batizada com a junção dos nomes dos dois sócios, Dane-se surgiu em 2015, em um breve evento no Parque da Cidade e, desde o primeiro momento, conquistou aqueles que passavam próximo ao local onde as camisetas estavam sendo vendidas.

Os sócios, apaixonados pela arquitetura e cultura do lugar, naturalmente decidiram que a alma do produto seria mostrar "o que é ser brasiliense". E, pelos relatos dos clientes, a ideia deu certo.

Cliente fiel da marca, Luciano Canadá, sócio do Eixo Coworking, conta que gosta de usar as peças da loja, pois acha legal exportar um pouco da capital para fora do quadradinho, então,

além de usar no dia a dia, gosta de levar as camisetas brasilienses da Dane-se quando visita outros estados. Luciano cresceu em Brasília e apaixonou-se pelo lugar assim que o conheceu, aos 13 anos. "Eu sou apaixonado por Brasília. Cresci aqui, tive a oportunidade de conhecer muita gente, correr pela Asa Sul e pela Asa Norte, andar de bicicleta por muitos lugares. Eu gosto muito daqui!", conta Luciano.

Presentear os familiares com a marca virou costume de Luciano, ele explica que dar um presente da Dane-se é como entregar um pouquinho de Brasília para eles levarem aos outros estados. "Quando tem alguém de fora, algum primo meu de São Paulo ou do Rio de Janeiro, eu sempre compro alguma coisa relacionada a Brasília para eles guardarem e levarem um pouquinho daqui para lá", reforça Luciano.

A artista plástica Letícia Brasileiro fundou a Laletá por meio do desejo de buscar novas formas de expressão de levar arte ao guarda-roupa feminino. Moradora do quadradinho desde o primeiro ano de idade, a artista cresceu com o privilégio de observar a cidade de perto. "A arquitetura e beleza impar da cidade despertaram meu olhar para as artes desde a infância", diz ela. Letícia conta que, quando criou a marca,

que traz a arquitetura de Brasília na estampa das peças, queria que a mesma tivesse o DNA da cidade, para que o brasiliense se identificasse com ela.

## Essência

Sarah Vale, arquiteta e cliente fiel da marca, tem Brasília como essência e é uma apreciadora do trabalho de Letícia. "Acho muito interessante essa questão de desconstruir a arquitetura de Brasília nas roupas por meio da arte. Traz, para mim, a essência do meu negócio, da minha característica, de personalidade", ressalta.

A arquiteta, que também é artista plástica, conta que é apaixonada por arte e que a união que Letícia faz entre a arquitetura, cores e estampas é, para ela, arte. Sarah considera um privilégio poder vestir algo que traz na composição o que faz parte de quem ela é.

Raimundo Nonato, mais conhecido como Natinho, também é um dos empreendedores que performa, em sua marca a admiração que cultiva pela paisagem brasiliense. O multiartista Natinho produz camisetas em Brasília desde os anos 1980. Junto à esposa, Lissandra Fernandes, e com a ajuda da família, mantém, em no Conic, o Mercadinho, apelidado

desta maneira pela semelhança com os antigos comércios, onde o cliente tem contato direto com os proprietários e, ao final da compra, sempre leva uma lembrança para casa.

Cativado pelos vários ângulos e formas da capital, Natinho descreve o lugar como um holograma de ideias. O proprietário gosta de trabalhar os ipês e as diversas formas arquitetônicas, criando artes e trocadilhos, com a ajuda de amigos artistas, que também fomentam o acervo de material criativo que se transformam, posteriormente, em camisetas. "É um prazer muito grande fazer camisetas de Brasília, porque Brasília tem vários ângulos, tem várias formas de enxergá-la, então, é maravilhoso! Parece um holograma de ideias que nunca se acabará", enfatiza.

Inspirados pela bela paisagem e costumes particulares que o quadradinho abriga, os empreendedores têm em comum a admiração às diversas formas da capital e alcançam, há anos, aqueles que enxergam, nas peças de cada marca, a capacidade de mostrar, sem falar uma palavra, suas raízes e apreço pela capital.

\*Estagiária sob a supervisão de José Carlos Vieira

Carlos Vieira/CB/D.A. Press



Espaço Laletá: Leticia Brasileiro (D) e Sarha Valle, cliente

Zuleika de Souza/CB/D.A. Press



Natinho Dente de Ouro

Carlos Vieira/CB/D.A. Press



Enozor e Daniel, da Dane-se; e Luciano Canadá, cliente fiel da loja