

DANE-SE

União de moda, comportamento e cultura

Com quase uma década de existência, a Dane-se surgiu como um convite para olhar o mundo, a cultura e a moda de um jeito diferente. Para a marca brasiliense, a sua criação não se tratava de uma afronta, mas, sim, de uma iniciativa para inspirar a autenticidade e a liberdade. Os primeiros passos da empresa se deram em um cenário onde se buscava, à época, formas alternativas de comércio.

“Era um momento de crise no país, onde as pessoas tiveram que se reinventar nos meios de comércio e de consumo. Viemos a partir dessa efervescência da economia criativa. Eu e o meu sócio-fundador, Daniel Moreira, observamos que, dentro do cenário masculino, as marcas e as criações estavam limitadas. Vimos, nesse momento, uma oportunidade”, conta Enozor Júnior, sócio-fundador da Dane-se.

Unindo a paixão dos sócios por moda, arquitetura e arte, a Dane-se apostou, desde a criação, em apresentar a essência brasiliense e o seu único lifestyle. Um dos seus grandes motes é, justamente, essa proximidade com os moradores da capital. “Buscamos contar as histórias de Brasília de uma forma diferente. Nada com cara de souvenir, mas, sim, de criações carregadas de história e de DNA brasiliense”, ressalta. Hoje, com vendas para todo o Brasil, a marca busca ampliar, cada vez mais, a presença no mercado nacional sem deixar para trás a essência candanga.

Por essa razão, Enozor enfatiza que todos os produtos da Dane-se carregam

consigo um tom de Brasília. Para ele, trata-se de um desafio levar as pinceladas da capital em suas peças. Isso porque, segundo o empreendedor, a ideia da marca é apresentar a cidade de um modo que fuja do óbvio. “Falamos de Brasília sem ser de uma forma muito clara. Trazemos curvas da história, detalhes arquitetônicos e também da rotina. Gosto de mergulhar na região e procurar aquela vírgula na história da capital que ninguém está lembrando ou que ninguém conhece. Acho que isso traz Brasília de uma maneira muito sutil e elegante”, observa.

Além disso, o sócio-fundador destaca que enxerga Brasília como um produto pronto. “Ela é muito delicada, sofisticada, singela e, ao mesmo tempo, monumental. Então, a roupa de uma marca que quer falar de Brasília, e que quer defendê-la para o resto do Brasil, tem que ter esse posicionamento”, complementa. Por isso, para ele, a comunicação da Dane-se se faz em detalhes, de forma elegante, clean e com o retrato de artistas sensíveis e criativos.

Criações afetivas

Em sua história, a Dane-se coleciona momentos especiais em sua trajetória. “Acredito que o divisor de águas sempre vai ser nossa história empresarial. A Fundação Athos Bulcão, que é uma grande parceira, está presente desde o momento inicial da marca. Tivemos a permissão de criação em cima das obras do Athos”, recorda. Em Brasília, as obras

@brunocavaalcanti



de Athos se fazem presentes em diferentes locais da cidade. A Igreja Nossa Senhora de Fátima, por exemplo, é um dos pontos mais famosos criados pelo artista, com os azulejos que se tornaram um símbolo da capital.

Outro momento marcante também envolve a autorização do Instituto Rubem Valentim em reproduzir as obras do pintor e escultor brasileiro. “Isso projetou a marca a nível nacional. Os desenhos do Rubem são belíssimos e nunca tinham sido vistos de outra forma, a não ser nos quadros expostos nas galerias ou na mão dos grandes colecionadores”, comenta.

Celebração

Em 2025, a empresa comemora 10 anos no mercado. “Traz muito orgulho, especialmente levando em consideração o cenário empresarial e de empreendedorismo no Brasil. É um marco para ser celebrado”, comemora Enozor. Para o aniversário, a Dane-se revisitará todas as coleções da marca, trazendo os grandes best sellers vendidos. “A nossa ideia está totalmente voltada para contar a história da marca e celebrar a maneira que ela se mistura com a própria história de Brasília e dos brasilienses”, antecipa.

Três perguntas para...

ENOZOR JÚNIOR,
SÓCIO-FUNDADOR DA DANE-SE

Por que a Dane-se conquistou os brasilienses?

A nossa conquista de espaço e no gosto do brasiliense veio muito da empatia e da preocupação em trazer a cidade não só nos monumentos ou nos desenhos, mas também contar sobre as pessoas que vivem aqui, buscando expressar, em formas de roupa, os sentimentos do brasiliense.

Para o senhor, como a moda e a cultura se conectam?

A moda e a cultura estão diretamente ligadas quando a gente percebe que todos os movimentos culturais — como a música, a escultura, a pintura e a arquitetura — são expressões de um povo, de uma época e de uma civilização. A moda também entra nesse cenário, pois trata-se de um canal importante de manifestação. Desde os tempos mais remotos até os atuais, a moda é considerada expressão, colocação e manifesto, da mesma maneira que as artes também. Por isso, fui muito feliz ao unir a moda com a cultura, visto que elas conversam e se conectam.

Como as coleções são definidas?

Com o espectro criativo voltado à parte conceitual e de vestibilidade. A fase que eu mais gosto de explorar e que fez a personalidade da Dane-se envolve o modernismo brasileiro. É um momento de ruptura que a gente teve. O movimento modernista já existia, mas quando ele chega ao Brasil, tem toda essa bossa: as curvas do Niemeyer, as cores do Athos, os desenhos do Jardim de Burle Marx. Essas coisas estão presentes no nosso dia a dia brasiliense, então, vejo que é uma fonte inesgotável de criatividade e de ideias. Eu sempre pego o detalhe da história de Brasília. Nossa próxima coleção será sobre o Cerrado. Não se trata do movimento modernista estático, mas é um genismo do lifestyle de Brasília.

BRASÍLIA encontro GASTRÔ

Conheça o melhor da gastronomia de Brasília.
Acesse a revista Encontro Gastrô e bom apetite!

Acesse pelo QR Code



PATROCÍNIO:



APOIO:



PROMOÇÃO:



REALIZAÇÃO:



TERMO DE FOMENTO:

