



Crônica da Cidade

SEVERINO FRANCISCO | severinofrancisco.df@dabr.com.br

Enamorado

“Que pode uma criatura senão,/entre criaturas, amar?/amar e esquecer,/amar e malamar,/amar, desamar, amar?/sempre, e até de olhos vidrados, amar?” Nas férias, folheio o livro magrinho *Declaração de amor – Canção de namorados*, de Carlos Drummond de Andrade.

Ao falar de amor, Drummond não deixa de ser torto, desajeitado e gauche, o que mais o humaniza: “O Dia dos Namorados/para mim é todo dia./Não tenho dias

marcados/para te amar noite e dia./O dia 12 de junho,/como qualquer outro, diz/(e disso dou testemunho)/que contigo sou feliz”.

Parece que Drummond se renova a cada leitura, como que para confirmar o verso que ele mesmo escreveu: “De todos os prismas de uma joia/quantos há que não presumo”. A coletânea enfeixa poemas erráticos, ligeiros, escritos em circunstâncias diversas, mas, que, talvez por isso mesmo, compõem um caleidoscópio rico em matizes da relação do poema com o amor: “A gente sempre se amando/nem vê o tempo passar./O amor vai-nos ensinando/que é

sempre tempo de amar”.

Na condição de poeta, ele se sente na obrigação de inventar mil maneiras de declarar ou de cantar o amor, com palavras e carinhos que não cabem nas palavras ou nos lábios. Ele reconhece, no entanto, o limite e o incorpora como falta no poema: “mas, por mais que invente, nunca inventarei/a forma ideal de dizer que a amo/tanto tanto tanto tanto tanto tanto/que não cabe nas palavras nem nos lábios”.

Drummond não renega as intempéries da vida e extrai as iluminações do amor duramente, com sensibilidade mineira,

permeada pelo silêncio: “Nossa história de amor, com algumas trovoadas/e muito espaço azul em vinte e sete anos,/pediria talvez romances e baladas/ou suaves canções de timbres verlainianos./Mas prefiro contá-la ao jeito meu, mineiro,/no silêncio da voz, no êxtase do olhar,/pois afinal o amor, quando bem verdadeiro,/é música em si mesmo, e poesia sem par”.

Como sempre, o êxtase erótico não se separa do êxtase espiritual na experiência de Drummond. Parece que tudo existe para desembocar em um beijo: “O mundo é grande e cabe/nesta janela sobre o

mar./O mar é grande e cabe/na cama e no colchão de amar./O amor é grande e cabe/no breve espaço de beijar”.

No início da juventude e da poesia, Drummond escreveu esses versos duríssimos no poema *Segredo*: “Tudo é possível/Só eu impossível”. É surpreendente que ela tenha guinado na direção de um olhar para o amor, sem pieguices, romantismos falsos ou sentimentalismos convencionais: “Se não disseses urgente repetido/Eu te amoamoamoamo, verdade fulminante que acabas de desentranhar,/eu me precipito no caos,/essa coleção de objetos de não-amor”.

MODA PARA FALAR DE SI

Inspiradas pela cultura hip-hop, marcas autorais do DF transformam o estilo em símbolo de representatividade e diálogo com as periferias locais

» *BRUNNA RAMOS

Entre ruas grafitadas e bailes de hip-hop que constroem a identidade urbana da capital federal, a moda underground tem ganhado cada vez mais destaque na cena cultural do DF. Com estilistas e coletivos culturais criando marcas independentes e autorais, que refletem a autenticidade brasiliense, o estilo tem mudado o cenário fashion, despertado o interesse da juventude e ajudado a moldar o que é visto nas ruas.

As roupas streetwear, que começaram nos bairros periféricos, hoje dominam passarelas, vitrines e feeds ao redor do mundo. O visual se constrói com calças largas, jaquetas robustas (como as bombers e as puffers) e tênis esportivos, com o uso frequente de acessórios, como bonés, correntes e pingentes, bandanas, muitas vezes referenciadas no grafite de rua. Na estética feminina, a força da identidade preta se destaca nas tranças afro, como as box braids e nagô, e nas unhas longas com nail art geométrica e pedrarias, além das clássicas bolsas de ombro e minissaia.

Em Brasília, marcas e coletivos artísticos têm desenvolvido roupas, desfiles de moda e até festivais musicais para celebrar o movimento, que reúne trap, funk e batalhas de rima para falar de todo um território. Uma das marcas que representam essa movimentação é a Tela Ambulante. Com produções colaborativas, a iniciativa foca na criação de peças que dialogam com a realidade das periferias locais.

Fundador da marca, o estilista Victor Hugo Soulivier, 28 anos, conta que, atualmente, o coletivo reúne mais de 70 colaboradores e já alcançou reconhecimento internacional. “Foi uma marca criada em fundo de quintal e que ganhou o mundo. Tivemos a oportunidade de representar o Brasil na Semana de Moda de Camarões, na África.”

Pertencimento

A comunicadora Maria Luísa Antunes, 23 anos, é fundadora do projeto de jornalismo independente Visão Periférica, que aborda temas ligados à cultura preta e marginalizada. Malu também trabalha como produtora-executiva e artística na empresa Entre Quadras Studio.

A moradora do Guará conta que sua relação com a moda foi construída ao lado da cultura hip-hop e da descoberta da própria identidade. “O meu processo com a moda caminhou muito com a cultura hip-hop e com a negritude também. Foi quando eu comecei a entender a potência que eu tinha e a me identificar, construir quem eu era”, afirma.

O movimento hip-hop já é reconhecido como patrimônio cultural imaterial do Distrito Federal, por meio da Lei nº 7.274, desde 2023.

Tiago Damasceno



A New foi fundada pelo estilista Henzo Ariel, que se inspirou na trajetória de outros negros como ele

Yasmin Isbert



João Favilla, trapper brasiliense da nova geração

Segundo Malu, a aproximação com a cultura foi fundamental para o processo de autoestima e reconhecimento da própria imagem. “Com isso, comecei a deixar o meu cabelo natural, comecei a enxergar a beleza em mim, na minha cor, no meu cabelo, no que eu gosto de escutar e na forma que eu posso me vestir. Foi um processo até chegar na estética com a qual me identifico hoje”, relembra.

Para ela, as maiores referências de estilo não estão em celebridades, mas nas pessoas que compartilham o mesmo território e vivências. “Minhas maiores referências

são minhas amigas pretas e as pessoas que convivem comigo. Eu vejo a maneira como cada uma se veste e como aquilo retrata exatamente o estilo de vida delas. É daí que eu tiro inspiração”, destaca.

Entre as marcas que também ajudam a consolidar essa ideia está a New, criada pelo estilista Henzo Ariel, conhecido como Atlantayo, de 20 anos. O fundador conta que a marca começou baseada na trajetória de outros negros. “O que me tocou no começo foi ver como e onde outros negros chegaram com a moda.”

Inspirado por criadores negros, como

Virgil Abloh, Will Cypriano e Alisson Abreu, Atlantayo conta que o projeto nasceu do desejo de transformar a forma como as pessoas vivem, se vestem e se conectam. “O papel de uma marca independente vai muito além de vender roupas. A gente cria uma comunidade, um estilo de vida em que as pessoas se conectam”, afirma.

Moda e música

O estilo é também muito consumido no meio musical da capital. Rappers, trappers, DJs e MCs utilizam do vestuário como uma



A estudante e produtora cultural Malu Antunes descobriu a própria identidade por meio da moda

forma de extensão artística. João Favilla, 24 anos, faz parte da nova geração de artistas que ajudam a movimentar a cena do DF. De Sobradinho, ele iniciou sua trajetória no trap ainda na adolescência.

Para Favilla, música e moda caminham lado a lado como uma extensão de identidade: “A roupa é uma forma de se expressar. A forma que você está vestido mostra para o mundo sua mensagem”.

Além das coleções, marcas têm realizado eventos musicais. Neste ano, a New promoveu a festa New Listen Party, com nomes do rap nacional como Ciça, Derek e Coquetel Molotov em uma celebração que reuniu mais de duas mil pessoas.

Segundo Atlantayo, essa aproximação faz parte da identidade da marca. “A gente enxerga a moda não apenas como resistência, mas como uma revolução cultural”, afirma.

Artistas do trap brasiliense também têm feito essa conexão. Hoje, além da carreira musical, Favilla atua como produtor e organiza eventos como o Baile Rari. A segunda edição gratuita será realizada em 8 de agosto, na Bigode Tabacaria, em Taguatinga, com o slogan “O Luxo Nasce na Quebrada”. O evento reúne artistas independentes da capital em uma programação voltada para a cultura urbana, com o objetivo de fortalecer e ampliar o espaço para artistas locais, incentivando a circulação da produção cultural da região. “Isso está totalmente ligado à música, a maneira como a gente se veste também faz parte do que a gente quer comunicar.”

Ferramenta de identidade

Nas periferias da capital, a moda ligada à cultura hip-hop se torna ferramenta de afirmação identitária. Segundo a pesquisadora das relações entre moda, política e cultura, Lara Vidal: “Para jovens marginalizados, exibir esse estilo era uma forma de reivindicar autoestima em meio à pobreza e à discriminação, um gesto de poder diante de um sistema que os invisibiliza”, afirma.

Para o estilista Victor Hugo Soulivier, a moda produzida nas periferias vai além da estética e ocupa um papel político. “A moda pode, sim, ser uma forma de resistência cultural e social. Mas acredito que estamos vivendo também um momento de revolução cultural, em que deixamos apenas de resistir para criar e construir nossa própria potência.”

Segundo ele, o coletivo busca fortalecer narrativas de grupos historicamente marginalizados. “A gente trabalha para que corpos negros, periféricos e LGBTQIA+ sejam reconhecidos na arte e na cultura. O underground é um lugar de pertencimento, onde esses corpos podem respirar e existir como são, sem precisar se enquadrar em um padrão de beleza ou de comportamento.”

Para Lara, essa identidade também se manifesta na criação local. “Os criadores do DF adicionam elementos próprios da realidade brasiliense, moldando uma identidade exclusiva.” Ao escolher roupas produzidas na própria quebrada, acrescenta, “o jovem transforma o corpo em painel de protesto”.

* Estagiária sob a supervisão de Tharsila Prates