



LETAKANNI, VESTIR E VIVER A AFRICANIDADE: UMA INICIATIVA DE MODA AFRO.

Letakanni: dressing and living africanity: One afro fashion initiative

FONSECA, Eliete Cássia Nascimento; Mestre;
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), ecassiz@gmail.com¹

Resumo

Este artigo originou-se da criação da *LetAkanni*, uma marca criada para confeccionar vestuário e objetos de moda capazes de valorizar a presença africana na sociedade brasileira atendendo a um público carente de uma moda que mantivesse a sua identidade e uma proposta que rompesse com as características eurocêntricas de vestir e que se preocupe com uma modelagem compatível aos tipos de corpos brasileiros dotados de certa singularidade.

Palavras Chave: Produto de Moda, Africanidade, Identidade.

Abstract:

This article originated from the creation of *LetAkanni*, a brand responsible for making clothing and fashion objects to improve african presence in Brazilian society. Attending to a public missing a fashion that maintained yours identity with to break off characteristics of dressing and to worried about a modeling compatible with the types of brazilian bodies endowed with a certain singularity.

Keywords: Fashion Product, Africanity, Identity.

Introdução

A proposta da marca *Letakanni* surge a partir da observação da necessidade de se construir objetos de moda voltados para um público diverso que tivesse como ponto de partida valorizar a africanidade presente na sociedade brasileira. Durante muito tempo, não houve uma preocupação em dar ênfase a esse segmento. Iniciamos então, uma pesquisa onde a arte e os coloridos dos tecidos africanos seriam ferramentas

¹ Eliete Fonseca é Mestre em Arte e Cultura (UERJ), Pós Graduada em Docência Superior (UCAM), Membro do Grupo de Pesquisa de Arte e Cultura Carnavalesca (UERJ) e atualmente cursando a Pós Graduação em História e Cultura Africana(s) e Afro brasileira(s) do Instituto Pretos Novos (USU).





facilitadoras dessa construção de moda. O nosso objetivo inicial seria criar uma moda onde essas pessoas se sentissem atendidas e representadas.

É preciso que se permita uma pequena reflexão quando falamos de moda-afro. Entendemos esta, a moda que se faz no continente africano. Quando chamamos a nossa moda de “moda afro brasileira”, queremos identificá-la com uma característica um pouco singular. Uma moda brasileira, com a utilização de elementos africanos, onde a busca da ancestralidade está ali determinada, bem como deixa claro que não queremos copiar os africanos, assim como não queremos copiar a moda europeia. Queremos sim fazer algumas apropriações das profusões de elementos simbólicos para que possamos construir uma identidade, favorecendo a um público que se reconheça e se faça reconhecer a partir do que veste. Para isso, uso de estampas coloridas de algodão, oriundas ou não, de países africanos, misturando-os com tecidos de algodão ou linho, já utilizados largamente nas nossas confecções. A atitude da criação de uma marca que incorporasse essas ideias primeiramente se ancorara nos escritos de Mbembe (2018) para que entendêssemos as possibilidades a partir do pensamento de que a Europa deixou de ser o centro da gravidade do mundo e segundo ele, abrindo novas possibilidades de pensamento crítico. Fazer uma moda afro, não só se justifica como passa a ser uma necessidade, diante das demandas que surgiram. Contestar o pensamento europeu que tratava a identidade como uma relação do indivíduo com o mundo e não dos indivíduos mutuamente, um copertencimento. A intenção também é questionar alguns conceitos como o de Lipovetsky (2010) que entende o modo de vestir, os penteados e os enfeites usados por algumas etnias, que ele chama de ‘sociedades primitivas’ fora do sistema de moda por que eles estão submetidos à algumas normas de geração à geração mas, de alguma forma ele afirma que a moda:

Traduz não a continuidade da natureza humana (gosto pela novidade e pelo enfeite, desejo de distinção, rivalidade de grupos etc.), mas uma descontinuidade histórica, uma ruptura maior, ainda que circunscrita, com a forma de socialização que se vinha exercendo de fato desde sempre: a lógica imutável da tradição. (LIPOVETSKY, 2009, p. 35).

Lipovetsky entendia que a moda não fazia alarde no mundo intelectual. Também entendia que ela caminhava aceleradamente para alcançar variados grupos





sociais, estava por toda a parte, inclusive na mídia, mas não aparecia no ‘questionamento teórico das cabeças pensantes’ (LIPOVETSKY, 2009, p.9). Para ele era preciso inquietar a investigação de moda. Esse é o ponto. A inquietação provoca a mudança. Se custou muito a aparecer como questionamento teórico, também muito custou para se pensar que a moda também poderia partir da inquietação dos pensamentos voltados para a África e não para o mundo Europeu.

Podemos observar a existência de um pensamento eurocêntrico sobre os povos de origem africana que durante muito tempo e até hoje são tratados como povo ‘selvagem’. Segundo Mbembe (2018), o que diz respeito ao negro, e à raça no imaginário das sociedades europeias sofre ‘designações perturbadoras e desequilibradas’ no saber e no discurso moderno sobre o homem. Nesse sentido pensamos aqui a moda afro brasileira servindo para questionamentos de alguns mitos: o uso desses mesmos enfeites e adornos, traduzidos como objetos de moda.

Este trabalho que a marca *LetaKanni* se preocupou em realizar; estabelecer uma linguagem significativa e capaz de produzir peças de vestuário e acessórios. Enfim, se propõe a criar objetos de moda, onde há o questionamento das formas costumeiras de pensar, da naturalização do construído, no que diz respeito à criação de produto.

Entendemos que a própria identidade africana ainda está em formação. Há de se perceber que mesmo sendo uma das civilizações mais antigas do mundo a África permaneceu até os últimos anos do século XIX sem ter a sua vida cultural afetada pelas ideias europeias, apesar do comércio e do tráfico de escravos. A colonização das regiões só tomou grande força a partir do início do século XX, com a partilha da África. Conforme relata Appiah (1997) a identidade africana é uma coisa nova. Segundo ele ‘para que a identidade africana nos confira poder, o que se faz necessário, eu creio, não é tanto jogarmos fora a falsidade, mas reconhecermos, antes de mais nada, de que a raça, a história e a metafísica, não impõe uma identidade’ (APPIAH, 1997, p.246). Assim como os africanos nós, então, podemos escolher o que significa ser afro brasileiro no mundo moderno. Entender a nossa própria identidade a partir dos limites das nossas realidades sociais, políticas e econômicas. A identidade expressa na vivência





das nossas manifestações culturais, no nosso cotidiano, nas nossas relações e nas tradições que construímos e porque não, buscar essa nossa identidade também no modo de vestir.

Ponto de partida: Uma experiência acadêmica

É válido lembrar algumas atitudes iniciadas há alguns anos, em 2013 no Curso Superior de Tecnologia em Produção de Vestuário (SENAI CETIQT), onde, numa tentativa de abordar as origens afro-brasileiras, criamos um evento chamado de *Arte, Cultura e Vestuário*, culminância da disciplina optativa de “Pesquisa e Modelagem de Figurinos”. Naquela oportunidade abordávamos a necessidade de conhecimento das relações com o continente africano usando para isso o suporte do vestuário. Identificamos como o mercado de confecção tinha que estar atento às vestimentas das danças afro brasileiras, das roupas das religiões de matriz africana, bem como as roupas de figurino das diversas regiões dos países africanos, sejam para produções teatrais ou eventos temáticos. Enfim, era uma oportunidade para falarmos de africanidades, inserindo no currículo essas questões e trazendo para participar de rodas de conversa, alguns professores e pessoas envolvidas com esse tipo de vestuário e com as questões acadêmicas das relações afro-brasileiras. Era também objetivo o enriquecimento e o intercâmbio a partir dessas relações, tendo em vista a interdisciplinaridade, bem como a oportunidade de amadurecimento de algumas reflexões.

A esses acontecimentos seguiu-se um pequeno período sabático, que serviu para experimentações com relação à novos rumos. Urgia uma franca disposição para reflexões variadas e comprometimentos com questões que ficaram submersas ao longo da vida acadêmica.

A criação da marca *LetAkanni*

Anos depois, em 2016, a marca *LetAkanni* começou a se compor a partir de uma reflexão sobre a moda afro-brasileira, e a capacidade de se obter misturas e





combinações que os tecidos coloridos podem permitir. Inicialmente entendemos que para representar essa mistura de cores, estavam inseridas nelas, sensações e sentimentos que uma vestimenta pode proporcionar. À princípio, o próprio nome da marca, deveria representar esses sentimentos: nada como colocar o símbolo de afeto de uma infância repleta de conversas sobre as questões em que negritude fazia parte. Assim sendo, o nome da marca é a mistura do nome “*Leta*”, apelido da autora durante toda a sua infância, e *Akanni*, nome nigeriano que significa: “esse encontro traz bons frutos” ou “encontro rentável” ou, “nosso encontro trouxe-nos riqueza”. Entendemos que o encontro rentável não seria apenas o material, e que os bons frutos seriam o autoconhecimento, a capacidade de sentir-se, de pertencimento do vestir que se faz uso, de um colorido simbólico inerente às raízes afro brasileiras.

Após alguns meses, já em 2017 *LetAkanni* teve a oportunidade de participar de um concurso promovido pelo SEBRAE onde cerca de trinta marcas finalistas foram durante cerca de seis meses, orientados quanto aos seus empreendimentos, aprenderam sobre as suas obrigações como microempreendedores e amadureceram para o mercado. Uma das consequências do entrosamento desse grupo foi a formação do coletivo “*Afrocriadores*”, cujo lema era “Moda é a nossa reação!” Esse, tinha como finalidade juntar forças e fazer ecoar um trabalho que cada marca já produzia, bem como facilitar logisticamente a aquisições de meios de produção que individualmente apresentavam algumas dificuldades. Era também de grande importância para esse coletivo colocar em reuniões periódicas, discussões a respeito dos rumos financeiros, logísticos, sociais e políticos em que cada marca se inseria. O lançamento desse coletivo foi um evento marcante no mês de novembro daquele mesmo ano. Seu manifesto assim dizia:

Somos um grupo de criadores negros que usa a moda como expressão. Nosso desejo é transformar padrões estéticos e redefinir padrões de consumo Com: pluralidade de ideias, formas, cores e linguagens. Construímos e reconstruímos a Matriz Afro brasileira nas nossas criações! Estamos prontos para revolucionar a Economia Criativa e o empreendedorismo, através de uma moda original e consciente. Venha criar e recriar com a gente. Moda é nossa reação (AFROCRIADORES e SEBRAE folder 2017. Arquivo pessoal).



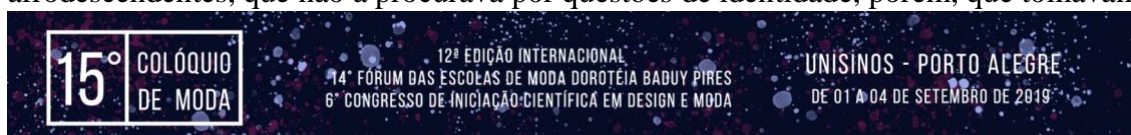


Durante algum tempo, a *LetAkanni* permaneceu integrada a ele, porém, a marca tinha algumas particularidades não comum às outras. A *LetAkanni* propunha, além de vender numa *Coworking* e ter o seu próprio ateliê, a fazer não apenas feiras, como também confeccionar peças sob medida, o que se distanciava da proposta do coletivo. No nosso entendimento, a escolha alcançaria um público também carente de uma roupa fora dos padrões de tamanho encontrados no mercado e nesse sentido a marca optou naquele momento por montar um estoque menor com modelos únicos e também elaborar modelos personalizados para clientela sob encomenda. Fomos compreendendo assim que não partilhávamos mais do mesmo objetivo logístico do coletivo, que trabalhava pensando em escalas maiores. Optamos por nos desvincular. Ainda assim a experiência de participar do curso no SEBRAE, bem como a parceria desta com o coletivo impulsionou não só o empreendimento, mas proporcionou entendimento acerca do lugar que a marca se encontrava. A convivência com outros microempreendedores proporcionou uma troca de experiências positivas. Em muitos sentidos foi um momento fundamental para o amadurecimento da marca.

Nesse processo de estruturação vale destacar que na época da criação da marca houve uma certa dificuldade para posicionar a *LetAkanni* como moda afro brasileira. Essa também era a dificuldade para entender a definição de cultura africana - cultura afrodescendente, assim como a moda africana - moda afrodescendente (ou a moda afro-brasileira.) essa moda não servia mais como uma distinção social e sim como uma afirmação de uma identidade, de redescobrimto, da percepção sobre o papel importante da marca, na construção de uma identidade cultural.

Ao examinar a historiografia crítica brasileira, percebe-se que essa ainda apresenta dificuldades em lidar com a definição de cultura africana e afrodescendente, estando esse problema presente nas abordagens clássicas da história brasileira, que expõe a cultura dos escravizados no Brasil como subcultura. Este fato ainda não foi suficientemente criticado e modificado (LIMA, 2003. p.87).

Era importante também pensar que no nesse momento, bem como no amadurecimento das reflexões, a *LetAkani* se apresentava para muitas pessoas como uma roupa que exercia um certo fascínio, mesmo para aquelas não identificáveis como afrodescendentes, que não a procurava por questões de identidade, porém, que tomavam





para si a oportunidade de usar a marca como demonstração de que se entendiam dentro de uma ‘democracia racial’². Na verdade, um argumento muito usado no mundo moderno europeu numa tentativa de miscigenação e naturalização das desigualdades étnico raciais, que Paixão (2015, p.23), critica e chama de ‘modernidade encantada’.

Encontrar o lugar de moda da *LetAkanni*, em qual espaço ela poderia se inserir, foi uma tarefa desgastante, até acharmos o nosso modelo de negócio. A conclusão até chegar no ateliê, conforme citado anteriormente, passamos por alguns caminhos que hoje, consideramos necessário para a compreensão da marca.

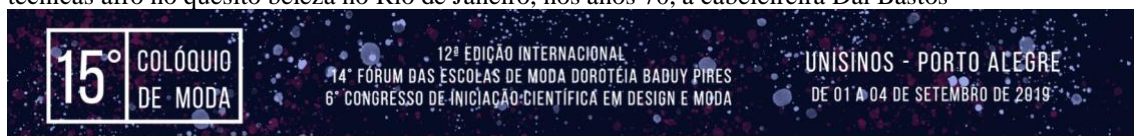
À princípio participamos de eventos em Madureira, no Renascença Clube, em Santa Tereza (Parque das Ruínas) e de algumas Exposições no Rio de Janeiro, como Casa França Brasil e OAB. Mas foi na Lapa, no Rio de Janeiro, que a marca encontrou o seu lugar; montou-se um ateliê num velho sobrado onde anteriormente fora palco de um outro símbolo de resistência negra, o “*Salão Afrodai*”³. Naquele local, além de funcionar o *Coworking*, no segundo andar, a *LetAkanni* se instalou numa sala de cerca de 30m² onde funcionava o escritório para atendimento e a confecção.

Os Projetos

Em novembro de 2017, a marca participou de um desfile no Renascença Clube, estabelecendo relações com as atividades da semana de celebração à Zumbi e da Consciência Negra. A *LetaKanni* neste desfile, denominado de “*Laços e Afetos*” expressou em objetos de moda, o imaginário africano, como resultado de um sentimento de ancestralidade e valor que essa cultura representa e que deve ser reverenciada inclusive como um novo estilo de vestir; bem como serve como tomada de posição e pertencimento do negro neste universo. Num momento atual onde as necessidades não estão apenas no corpo, mas também na mente. A coleção “*Laços de afetos*” foi a

² Para melhor entender esse argumento ver PAIXÃO, Marcelo. *A lenda da Modernidade Encantada: por uma crítica ao pensamento social brasileiro sobre relações raciais e projeto de Estado-Nação*. Editora CVR, 2014.

³ Afrodai, Salão de propriedade de Idalice Moreira Bastos: Dai, a diva negra. Uma das precursoras das técnicas afro no quesito beleza no Rio de Janeiro, nos anos 70, a cabeleireira Dai Bastos





expressão encontrada para simbolicamente fazer a alusão às amarrações e entrelaçamentos que se deve fazer na vida, entre as pessoas.

Figura 1 - Fotos do Desfile Laços e Afetos.
LetAkanni nov. 2017 Renascença Clube.



Fonte: Thiago Marques fotografia

Foi importante durante esse processo, sustentar alguns trabalhos em torno de pessoas comprometidas com as nossas raízes afrodescendentes. O nosso ateliê, também estava comprometido com as questões do feminino, as questões políticas e as questões culturais.

Na Política

Durante todo o processo que antecedeu às eleições de 2018, algumas candidatas mulheres negras compartilharam de momentos importantes vestindo algumas roupas da





LetAkanni. Dentre elas a deputada estadual eleita pelo Rio de Janeiro, Monica Francisco. É evidente que o seu discurso corroborava com todos os pensamentos, propósitos da marca. Era além disso, o momento importante como foi o pleito no Rio de Janeiro, em que as mulheres negras se sentiam profundamente abaladas com o assassinato da deputada Marielle; elas sentiam representadas por algumas mulheres que reivindicavam votos para si, certas de seguirem aquele trabalho interrompido. A *LetAkanni* então, se orgulhava de fazer parte desse processo, atendendo não só Monica, como também a eleita Deputada Federal Talíria Petrone.

Figura 2 - Deputada Estadual Monica Francisco ao lado de uma das representantes da *LetAkanni*. Sta. Bruna Fonseca



Fonte : Arquivo pessoal da autora

A *LetAkanni* não podia, até pelas razões para qual ela foi criada, apenas se preocupar com lado financeiro. Ela precisava se posicionar, isso, porém não a impedia de estender a clientela a todos aqueles que se sentissem atendidos com o resultado dos seus trabalhos.

No Carnaval

Sendo a sua criadora, participante ativa do Carnaval do Rio de Janeiro, não se poderia deixar de perceber os trabalhos da *LetAkanni* com a Ala das Baianas do





Salgueiro, vestindo a sua presidente. Tia Glorinha, figura importante no Carnaval carioca, favorecida em 2018 com o enredo “Senhora do Ventre do Mundo”, que era uma exaltação à mulher e aos nossos ancestrais negros; fez uso de um modelo especialmente produzido para ela por ocasião do ensaio técnico.

Figura 3 - Vestido para Ensaio Técnico



Fonte: Arquivo pessoal

Até hoje, não só para o carnaval daquele ano, mas nos eventos do GRES Acadêmicos do Salgueiro, Tia Glorinha não abre mão dos vestidos construídos com os tecidos coloridos que conferem a ela esse pertencimento não só ao Salgueiro como uma Escola de Samba que sempre manteve em sua tradição enredos comprometidos com a cultura afro brasileira, mas também à uma ala de baianas tradicionalmente famosa em se apresentar com roupas representativas da ancestralidade presente no nosso imaginário de roupa de baianas do Carnaval carioca.

Na Mídia

Com a ideia de uma construção de roupas sob medida, foi natural o processo de interesse de alguns segmentos. Alguns atores e personalidades negras nos procuraram





para fazer uso de modelos exclusivos de nossa marca, dentre eles alguns atores mesmo que indiretamente como Lázaro Ramos e Érico Brás, fizeram uso. Infelizmente ficamos limitados de mostrar aqui por questões de permissões. No entanto no nosso início, a partir de 2017, fizemos uma parceria com a atriz Jana Guinond, que nos impulsionou na mídia e serviu de porta para aquisições de nova clientela.

Figura 4 - Atriz Jana Guinond



Fonte: Arquivo pessoal de Jana Guinond

Alguns atores como Deo Garcez, cujo trabalho no teatro consiste em atuar a partir de temas importantes sobre as histórias não contadas sobre os negros, tornou-se frequentador do nosso ateliê. Figuras como a chef de cozinha Dida Nascimento do “Bar da Dida” também fez uso de *LetAkanni* por ocasião do recebimento da Medalha Chiquinha Gonzaga por Marielle Franco em março de 2018, e foi também, produzida pela marca que, se apresentou para uma entrevista para a revista Ela, do Jornal O Globo de 13 de maio do mesmo ano, onde na reportagem Delícias da África, vestia um dólma amarelo mostarda com mangas estampadas criado especialmente para aquela ocasião.





Fig. 5 – Dida Nascimento vestida com dólmã LetAkanni



Fonte: Composição de fotos de Arquivo pessoal e foto de Ana Branco, Revista ELA do Jornal O Globo de 13 de maio de 2018

Considerações Finais

Entendemos que a criação da marca *LetAkanni* não se esgota apenas nas roupas e acessórios que a ela se compõem. O trabalho não deve ser só o de vestir os corpos. Ele deve se estender às mentes. O espaço do ateliê foi pensado para servir como sala de aula para alunos de modelagem de roupas e de costura. Pensa-se ainda também um trabalho social, envolvendo meninos e meninas adolescentes, fazendo-os entrar em contato com o aprendizado têxtil e de confecção, numa tentativa de suprir necessidades econômicas que ora se apresentam nas suas . Essas relações se fariam com um acompanhamento didático, acompanhado de noções de cidadania e acompanhamento psicológico. Este projeto, ainda incipiente provem de uma vontade pessoal e até mesmo saudosista com relação ao espaço do ateliê, na Lapa, Rio de Janeiro. Naquele local, na década de 1980, instalou-se o Espaço de Estética e Cultura Afrodai, de propriedade de Idalice Moreira Bastos. A Dai Bastos, que compartilhava das mesmas ideias, sendo que o cabelo era o seu objeto de trabalho. A intenção também é melhorar o modo de vida da população negra carente, dando-lhes a oportunidade de aprendizado, melhorando assim a sua autoestima.





Seja qual for o meio, cabelo, roupas, acessórios, a intenção é valorizar a autoestima, tornar a convivência menos problemática, promovendo o respeito às desigualdades e se relacionar-se com alteridade no sentido antropológico, não deixando de preservar as suas convicções e assegurando o conhecimento da sua ancestralidade. Essa ancestralidade vai continuar presente nas peças *LetAkanni*, fazendo com que o cliente tenha orgulho de vestir uma peça com uma boa modelagem, feita por quem domina essa prática com prazer e que preza pela qualidade. Não é pretensão que ela seja uma marca de grande escala, com um estoque imenso e que chegue aos grandes departamentos. A pretensão é até tímida se formos levar em consideração o mundo de hoje em que as coisas são feitas em grande escala, as vendas *e-commerce* estão cada vez mais aceleradas, então, para o nosso modelo, o principal é que ela seja esse veículo de transformação dos padrões estéticos. É claro que ainda existe algum conservadorismo quando nos referimos ao uso do linho e do algodão em nossos modelos, mas não podemos atender a todos os gostos de seguimentos. A nossa escolha foi de uma roupa social, mais ousada nas cores do que nas formas, porém, diferentes do lugar comum.

Referências:

APPHIAH, Kwame Anthony. **Na casa de meu pai: A África na Filosofia da Cultura**. Rio de Janeiro. Contraponto, 1997.

LIMA, Maria Batista. **Repertórios Culturais**. Identidades Étnicas e educação em território de maioria afrodescendente. In: Negro e Educação: Identidade Negra. Rio de Janeiro, Editora ANPED, 2003

LIOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo. Cia das Letras. 2010.

MBEMBE, Achille. **A Crítica da Razão Negra**. Institut Français Brasil. 2ª Edição. 2018

PAIXÃO, Marcelo. **Da lenda à Esfinge: sobre as relações raciais no Brasil**. In Debates e Pensamentos. SOUZA, Marcos Teixeira e D'ADESKY, Jacques (Orgs.) Rio de Janeiro. 1ª Edição, 2015.





MANIFESTO Afrocriadores. Rio de Janeiro.2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=azNyuMh0YQ8&feature=youtu.be>> Acesso em: 16 de jul. de 2019.

