

TODO MUNDO NUDE

Vivian Whiteman

Nudez rouba o espaço das roupas em campanhas e editoriais de moda e vira tendência no mercado fashion

A pele é a "peça-tendência" mais poderosa da vez.

Nas últimas duas estações, as transparências e a cor nude (que imita tons de pele) conquistaram passarelas e vitrines. Nas revistas e peças publicitárias de moda, a coisa foi além: a nudez roubou o holofote das roupas.

Fotógrafos como Juergen Teller e Terry Richardson, famosos por seus nus artísticos e até pornográficos (no caso do segundo), estão entre os mais incensados do mercado de moda. "A vaidade das pessoas conta muito. Todo mundo quer ser famoso e se expõe para isso", diz o fotógrafo brasileiro Henrique Gendre, que meses atrás assinou um editorial com tops nuas para a revista alemã "Sepp".

A ultraexposição de corpos no mercado fashion tem despertado diferentes reações e pontos de vista. Para Lucas Liedke, diretor de tendências da agência de pesquisas box 1824, a internet é a chave para entender o que ele chama de "liberalização da nudez". "Na rede, o comportamento é de exibição, inclusive do corpo", diz.

Para ele, o grande ícone do "peladismo" é a cantora Lady Gaga. "Tudo o que parte dela é explícito, está nu. Ela, como ninguém, entende os códigos da nudez e sabe como trabalhá-la", afirma.

Já o filósofo e colunista da Folha Luiz Felipe Pondé vê na questão uma conexão com a arte. "Suspeito que tanta nudez seja reflexo do esgotamento da arte contemporânea. É a destruição da figura, do objeto, e, no caso da moda, da roupa", diz.

Segundo a diretora de tendências do portal Stylesight.com, Camila Toledo, a aproximação entre arte e moda proporciona uma visão mais divertida da roupa. "A campanha da nova fragrância de Marc Jacobs, por exemplo, traz o estilista nu, com o sexo "vestido" pelo frasco do perfume", conta.

Para a psicanalista e colunista da Folha Marion Minerbo, o uso da nudez em propagandas e revistas joga com regras do próprio mercado. "A nudez das modelos não transgredir. Ao contrário, confirma o glamour da revista e das marcas que estão em suas páginas. A mensagem é a de que elas jamais posariam nuas num contexto que não fosse o do glamour."

Kenzo Denim O estilista japonês Kenzo Takada está de olho no jeans brasileiro. Na terça-feira (d[]), na sede da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, ele disse em coletiva que "a indústria de jeans é forte e quero participar dela". À tarde, reuniu-se com empresários catarinenses. Santa Catarina é um dos maiores polos têxteis do Brasil, inclusive de jeans.

Lá vem o sol Entre os dias 9 e 11 de setembro rola a primeira edição do Senac Rio Fashion Business, no hotel Windsor Barra, no Rio. No evento, comandado pela empresária Eloya Simão, grifes como Victor Dzenk e Maria Bonita Extra desfilarão suas coleções de alto verão para cerca de 5.000 visitantes, todos lojistas. O evento é fechado para convidados.

NU SELVAGEM

O ilustrador Marcus Wagner, que já assinou capas de discos de cantoras como Rita Lee e Maria Rita, transformou em quadrinhos a lenda das Amazonas, história sobre a mítica tribo de mulheres guerreiras. O trabalho será publicado na edição de setembro da revista "Plastic Dreams", produzida pela grife

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 27 ago. 2010, Ilustrada, p. E4.