



CABELOS
E MAQUILHAGEM
TODAS AS TENDÊNCIAS
DA ESTAÇÃO

A POLEMICA
DAS PELES
FALSAS OU
VERDADEIRAS?

MARIA JOÃO BASTOS
NO SEU MELHOR PAPEL

CASACOS
DE INVERNO
AS MELHORES
ESCOLHAS
DOS 25 AOS
4.000 EUROS

QUANDO A
IMPERFEIÇÃO
É BELEZA

VERMELHO
A cor mais
quente deste
Outono

Kate Moss

DE MODELO IRREVERENTE A ÍCONE DE ESTILO

Conforto
na moda sem
abandono

ESTILO peles

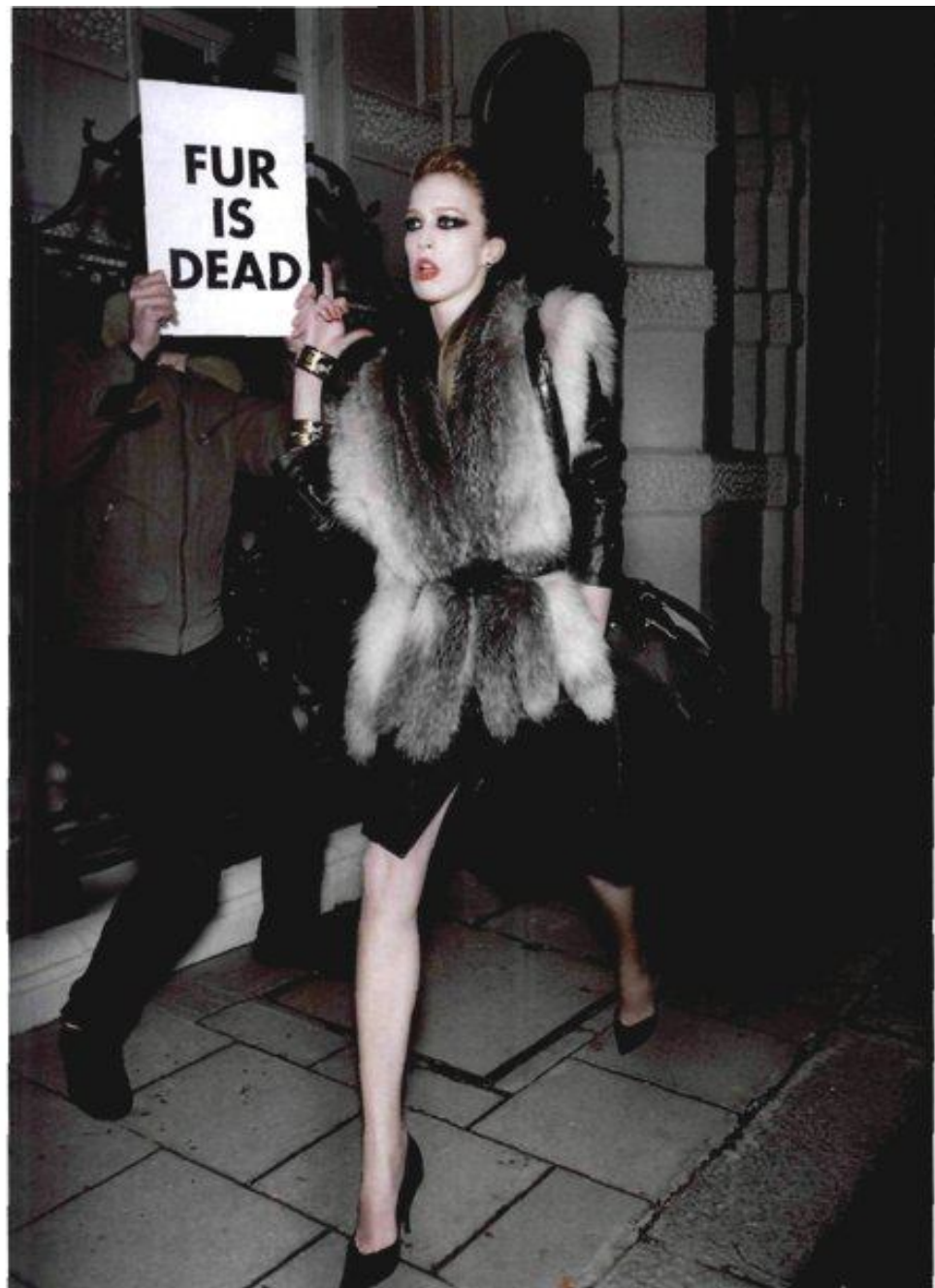
Na pele do lobo

O material que representa o luxo por excelência regressou em força neste Inverno, reacendendo um importante debate ético: afinal, até onde estamos dispostos a ir pela Moda? Por Manuel Arnaut.

Para alguém que trabalha como jornalista de Moda (com uma adolescência passada na companhia de um insubstituível companheiro de quatro patas), o Inverno pode trazer um enorme dilema. Esta estação, em que as *passerelles* se encheram de luxuosas peças com detalhes em pêlo e impressionantes casacos de peles, é uma dessas alturas.

Assim como ficou provado com a soturna colecção de Gianfranco Ferré, rica em cabedal, raposa e chinchila, ou com as afirmações de estilo de Fendi, DSquared², Balenciaga, Derek Lam, entre muitos outros, apesar de a Moda, aparentemente, atravessar a era do ioga e do orgânico, o controverso material que aquece o corpo e os ânimos está longe de perder protagonismo. Contudo, se, por um lado, é inegável a sensação de luxo que faz com que as peles se mantenham parte do sistema, por outro, é difícil ficar indiferente às violentas imagens que circulam um pouco por todo o lado e que reportam o abate tortuoso de animais e as condições precárias de quintas de produção de pele.

A excepção de casos como o de Stella McCartney, sem pudores em denunciar a falta de "coração" que se vive no seio da indústria da Moda, o uso de peles é um enorme tabu. Há um elefante cor-de-rosa bem no meio da sala ou, neste caso, centenas de declinações de peças em pele nos desfiles, mas os criadores mostram alguma resistência em comentar as suas opções. Para elaborar este artigo, a *Vogue* contactou designers como Michael Kors e J. Mendel, conheci-



dos pelas suas propostas plenas de *glamour*, e o procedimento foi comum. Após aceitarem o pedido de entrevista, as suas agendas encheram-se de compromissos inadiáveis mal foi recebido o primeiro esboço de entrevista, construído sem qualquer tipo de radicalismos, já que a *Vogue* publica casacos de pele nas suas

páginas. Jean-Claude Jitrois, o mestre francês do domínio da técnica de peles, foi um deles. Acabou por dar o seu contributo, tendo o relações públicas da

marca, numa conversa telefónica, justificado a hesitação uma vez que, "sempre que surgem artigos destes na imprensa – e, geralmente, apresentam uma visão pouco equilibrada dos acontecimentos" –, as montras das suas lojas, localizadas em pontos exclusivos como Paris, Marbella e Londres, são vítimas de verdadeiras tempestades de tomates.

descendente de uma família de produtores de calçado, a história de amor entre Jitrois e as peles data da sua infância. O criador ainda recorda a suavidade do cabedal que revestia as luvas da sua mãe ou os momentos a sós em que, à revelia de todos, vestia o casaco em pele do seu pai, oficial da força aérea.

Com naturalidade, assim que deu os primeiros passos na Moda, elegeu a pele de cordeiro como a sua matéria-prima de assinatura. "O cabedal é uma segunda pele, que adere ao corpo com sensualidade", justifica. Adepto da pesquisa, o *designer* saiu do anonimato nos anos 90, após desenvolver uma técnica que lhe permitiu criar pele com elasticidade, com a qual produz vestidos de *cocktail* ou calças que nunca perdem a tensão com que contornam as curvas do corpo. Mais tarde, dedicou-se também à utilização de peles e de pêlo de animais exóticos, o que fez dele um alvo privilegiado >

"Não há diferença entre comer um animal ou utilizá-lo para o vestuário."

Kopenhagen Fur

ESTILO peles

de grupos como a PETA. No entanto, mesmo com a sua última colecção inteiramente de origem animal, inspirada num ambiente *Mad Max* e no trabalho de Enki Ballai, o criador acredita que não fica para trás no que toca à ecologia. "Tudo isso influencia o meu trabalho e acredito que o meu percurso com o cabedal se insere nos movimentos conscientes. Quando compra um casaco de peles, guarda-o por muitos anos e nunca se desfaz da sua peça. A não ser que seja vítima de um roubo." Além disso, quando comentamos as questões éticas que o uso de peles comporta, o criador está também confiante. "Todas as nossas peles vêm da Maison Terzacou, em Paris, que trabalha com fornecedores muitíssimo controlados. Cada pele tem um 'cartão de identidade' que assegura a sua origem. Esta etiqueta, designada AO, informa os consumidores das características do que estão a comprar e assegura que o material provém de um país onde os regulamentos que controlam esta indústria estão em força."

Com a acção agressiva dos protectores de animais, e uma vez que os *designers* de Moda depositam a responsabilidade ética nos seus fornecedores, a origem das peles é a questão crucial neste debate. Se a caça a espécies em vias de extinção está proibida, por outro lado, são os próprios governos, com aval das organizações ambientais, que incentivam a captura de alguns animais. Exemplos disso são os Estados Unidos, com a caça à cobra pitão, e o Brasil, que, depois da quase extinção de uma das suas espécies de jacaré durante os anos 80, permite novamente a captura controlada deste animal, que, agora, ameaça o equilíbrio do ecossistema da Amazônia. «O abate é feito com a autorização do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente, com apoio do governo estadual e controlado por cientistas. São animais que têm uma enorme capacidade de regenerar-se e de adaptar-se a condições adversas. Em Mamirauá, a população de jacarés é muito grande. Há locais em que há cem jacarés por quilómetro na margem do rio», lê-se num artigo do jornal *O Globo*.

Como alternativa à caça, assim como existem aviários e viveiros, também há quintas de criação dedicadas às peles. Têm vindo a ser banidas em países como a Irlanda do Norte, o Reino Unido, a Croácia e a Áustria, mas mantêm-se muito activas nos Estados Unidos e no norte da Europa, onde representam uma fatia grande da economia. A dinamarquesa Copenhagen Fur, que fornece marcas como a já referida Jitrois e a Louis Vuitton, é um dos principais nomes do

mercado, com vendas anuais de vinte milhões de peles de marta. O funcionamento desta e de outras quintas dinamarquesas, que, directa ou indirectamente, fornecem postos de trabalho a vinte mil pessoas, é regulado segundo recomendações do Conselho da Europa. Em conjunto com a Sociedade Dinamarquesa de Prevenção Contra a Crueldade Animal, a Copenhagen Fur implementou as novas regras (como jaulas maiores) que, segundo estudos das universidades de Aarhus e de Copenhaga, permitem que "a qualidade de vida dos animais nas quintas dinamarquesas seja alta".

No entanto, com as vendas deste material a baterem recordes (segundo a empresa, no espaço de um ano, houve um crescimento na ordem dos três biliões de coroas dinamarquesas), é legítimo questionar se a Moda é uma razão suficientemente forte para justificar o extermínio de milhões seres vivos. "Todos os humanos têm a responsabilidade de tratar os animais com respeito", responde o porta-voz da Copenhagen Fur. "Não há diferença entre comer um animal ou utilizá-lo para o vestuário, como fazemos com a seda, a lã e o cabedal.

As martas são alimentadas com desperdícios da indústria alimentar que poderiam constituir um enorme problema se não fossem processados desta forma. Assim, cria um material que dura quarenta anos e que se biodegrada. Além disso, é aproveitada toda a carcaça do animal para produzir energia, como o biodiesel."

mesmo numa indústria que parece ter aversão a tudo o que é falso, para responder às necessidades dos *designers* que não prescindem das qualidades visual e táctil do pêlo, a Moda tem investido esforços no desenvolvimento dos pêlos sintéticos. Karl Lagerfeld, na Chanel, vestiu os seus luxuosos *yetis* de "pêlo fantasia" e, na Burberry Prorsum e na Bottega Veneta, etiquetas que nunca se coibiram de apresentar peles nas suas colecções, surgiram casacos estilo "urso de peluche" que têm feito as delícias dos editores de Moda. Também no que toca a marcas mais acessíveis, basta uma visita a lojas de grande consumo, como a Zara, para perceber que o pêlo falso marcou este Inverno. No entanto, também não é uma resposta 100% ecológica, já que se trata de um produto extremamente poluente, que deriva do petróleo.

Numa altura em que o debate que opõe os amantes da Moda e os defensores dos animais volta a aquecer, dando origem a comportamentos extremos dos dois lados, o caminho para um final feliz parece estar no bom senso. A designer portuguesa Isilda Pelicano, especialista em roupa de cabedal, domina esta arte do compromisso e da cedência. Utiliza pele desde a sua primeira colecção, mas opta por animais usados na alimentação humana. "A forma que as pessoas usam, em democracia, para exprimir-se e para protestar é, na maior parte das vezes, ditada pelo impacto que essa acção tem nos *media*. Obviamente que ir a um desfile e atirar tomates à Gisele Bündchen terá mais impacto do que fazer artigos nos jornais, discutindo argumentos. No entanto, temos de ser razoáveis e compreender os argumentos de um lado e do outro, para, depois, decidirmos por nós. Sem alinhar em radicalismos."

