

Os meios e mediações de Dudu Bertholini¹

Com pouco mais de dez anos de mercado ele prioriza parcerias artísticas, escolhe a dedo suas modelos e sem preconceito vai pra multidão pesquisar. Performático, está entre os estilistas mais abusados da moda contemporânea.

Carla Gavilan²

Há uma certa melancolia quando se discute criação *versus* invenção em alguns universos, entre eles o da moda. “Já inventaram tudo” está entre as constatações mais *démodé*. Mas ficar nessa memória de remendos do passado, além de não contribuir muito, deixa as conversas na área evasivas e sem perspectiva. Fugindo desse burburinho, é interessante observar os trabalhos que encaram as dobras do hoje, se comprometem com as cores do agora e aceitam as complexas costuras urbanas que a todo instante se reinventam. Um exemplo é o do estilista Dudu Bertholini com a marca *Neon*, que administra com sua sócia Rita Comparato, no mercado desde 2003. A grife iniciou com a produção artesanal de maiôs urbanos e hoje é referência na produção nacional, além de “queridinha” entre as celebridades, como Adriane Galisteu, Juliana Paes, Regina Casé, Camila Pitanga, Ivete Sangalo e a cantora Björk, que já andou desfilando um modelo de botas da marca.

¹ Entrevista concedida à autora em 24/11/2011.

² Carla Gavilan é jornalista, formada pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), mestra em Estudos de Cultura Contemporânea pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), pesquisadora de moda, consumo, subalternidade e integrante do projeto de pesquisa Artes da Cópia: noções, poéticas e práticas do Núcleo de Estudos do Contemporâneo (CNPq/UFMT). Email: carlagavi@gmail.com.br



Desfiles de maiôs da marca *Neon* – Imagens cedidas pelo estilista Dudu Bertholini

Por meio do trabalho que prioriza pela percepção das cores, a Neon tem nas estampas, exclusivas e exuberantes, seu maior referencial. Isso, possivelmente pelo fato dos estilistas abordarem a moda como uma narrativa. “Eu sempre me interessei em investigar as formas com que as pessoas usam a roupa para se comunicar”, tece Bertholini. Nessa trama, buscou parcerias com artistas plásticos para as criações da grife. “Costumo dizer que o trabalho é formado por seis mãos: as minhas, as da Rita e as do artista plástico. É uma das partes mais gratificantes do processo criativo”, emenda Dudu.

Um dos colaboradores cativos da marca é Fábio Gurjão, que assinou LADY, nome da estampa *Neon* Verão 2012 e costuma trabalhar com a técnica da colagem. O artista plástico é o autor da emblemática estampa PAVÃO da *Neon*, que tomou conta das ruas e editoriais de moda, em 2006, e foi reeditado este ano, durante a campanha *WE LOVE NEON*, como uma das melhores estampas da marca, repetindo o sucesso no manequim de Gisele Bündchen na *Vogue*, edição de julho de 2011.



Pavão, estampa célebre da marca *Neon* - Imagens cedidas pelo estilista Dudu Bertholini.



Gisele Bündchen com estampa Pavão da marca *Neon*, Revista Vogue (Julho/2011). Fonte: Site Segredos de Boudoir/
<http://www.boudoirmultimarcas.com.br/trendy/na-midia-neon-veste-gisele-bundchen/>

Outro fator que caracteriza o processo de criação e desenvolvimento da grife é a relação dos estilistas com as formas de consumo contemporâneo. Dudu, por exemplo, fez questão de prestigiar o show de Britney Spears, em sua turnê pelo Brasil, e registrar as percepções em seu site, com um texto que chama atenção aos fãs da cantora e em como eles se expressavam com a infinidade de penduricalhos comercializados no evento. “Eu sou muito interessado pela cultura pop, pelo que está sendo consumido no Brasil e no mundo. Vivemos em uma época em que somos bombardeados por informações e signos. Não tem como fugir disso, é importante investigar esse meio, saber como funciona, o que está acontecendo”, ele desdobra.

A *Neon* trabalha desde o início da grife em parceria com artistas plásticos, como é esse processo de criação?

Sempre convidados os artistas plásticos para esse trabalho com as estampas, já trabalharam conosco, desde o começo da *Neon*, e ainda colaboram, uma média de 50 profissionais. Inicialmente passamos a eles as informações do que desejamos trabalhar na coleção. Quando eles nos apresentam as propostas há uma conversa, uma troca de idéias e sugestões, mas geralmente nós quem realizamos o trabalho de colorir as estampas, porque nós quem sabemos da história da marca, do que já foi produzido e o DNA da grife.



Desfile da marca *Neon* - Imagem cedida pelo estilista Dudu Bertholini

As produções da *Neon* tem aparecido com frequência nas telenovelas, como avalia esse tipo de divulgação?

Acho muito interessante a democratização da minha produção e participar desse momento em que vivemos que é, de fato, a democratização da moda como um todo. Nós não trabalhamos apenas para a SPFW, São Paulo Fashion Week, ou somente a um único nicho do mercado. Eu, inclusive, já licenciei algumas listas de produto para estampar objeto.



Desfile da marca *Neon* - Imagem cedida pelo estilista Dudu Bertholini

Você comenta que as criações são resultado de uma “pesquisa viva” das suas experiências. Quais obras tem como referência?

Sou apaixonado pelo trabalho do fotógrafo alemão Helmut Newton, uma grande referência em fotografia de moda, o trabalho dele é fantástico. Uma biografia que gosto bastante é de Diana Vreeland, é meu livro preferido. Nossa produção de inverno 2012, por exemplo, tem muitas referências culturais da nossa viagem a Istambul, prima pela forma e vem também com materiais mais pesados, que tem muito a ver com a própria estação.

Os desfiles da *Neon* são sempre aguardados com expectativa por causa da forma com que é apresentado. Há uma preocupação com isso?

O desfile para nós é algo cênico, teatral e que complementa muito a marca. Por ser tão importante quanto os *looks*, nós realmente pensamos em um “momento” do desfile.

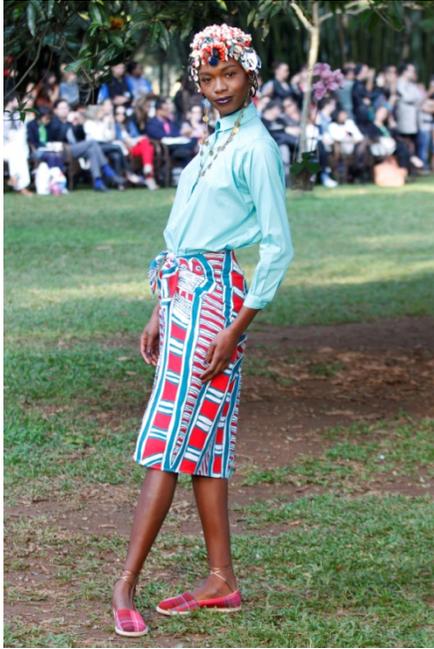


Desfile irreverente: uma das características da marca *Neon* - Imagem cedida pelo estilista Dudu Bertholini

E a escolha das modelos, também precisa estar nessa sintonia?

Com certeza. Trabalhamos sempre com as mesmas modelos porque acreditamos que a mulher precisa vestir aquela roupa com personalidade, tem que ter

sensibilidade para que a magia aconteça. Nossas produções pedem isso, pedem mulheres maduras e não apenas rostos e corpos.



Desfile da marca *Neon* - Imagem cedida pelo estilista Dudu Bertholini