



IL CORPO NUDO SU CUI DIPINGERE un bikini molto sexy. Lingerie di raso e pizzo ispirata al burlesque da scegliere insieme in un negozio boudoir. Sandali e T-shirt con scritte allusive. L'eros di primavera stuzzica il desiderio tra citazioni pop anni Settanta, allusioni neo-fetish e molti centimetri di pelle in vetrina

BODY PAINTING E ALTRE SEDUZIONI

di ALESSIO MARCHETTI

Scollature vertiginose e abiti provocanti? Roba d'altri tempi. Oggi per sedurre ci vuole molto di più. Qualcosa di trasgressivo e di artistico allo stesso tempo, che non sia più il solito tatuaggio e che copra buona parte del corpo, magari al posto di una camicetta trasparente o di un pantalone super-attillato. Un nuovo gioco che si chiama body painting e che consiste in una vera e propria pittura sul corpo, un intervento artistico a tut-

ti gli effetti compiuto sulla pelle piuttosto che su tela, carta o legno.

A lanciarlo su scala planetaria ci ha pensato il magazine americano *Sports Illustrated* immortalando splendide modelle come Abigail Clancy e Monica Satta, diventate di colpo portabandiera del nuovo eros al femminile. Le bandiere, nel loro caso, sono quelle dell'Inghilterra e dell'Italia calcistiche, che si sublimano nelle maglie delle rispettive Nazionali, e nei bikini, dipinti in squillanti cromie su splendidi

corpi. «In realtà», chiosa il critico d'arte **Philippe Daverio**, «non si tratta di una novità assoluta. Mezzo secolo fa l'artista concettuale Piero Manzoni, a Brera, spogliava le ragazze, le dipingeva e diceva: questa è un'opera d'arte. Oppure, possiamo citare le foto di Man Ray. La mania della body art, poi, è degli anni Settanta. Certo, oggi questa singolare forma artistica è più popolare, più rozza. E, quindi, più divertente, con qualche cosa di veracemente eccitante. Non sempre il

RANDALL GRANT / SPORTS ILLUSTRATED
CONTOUR BY GETTY IMAGES

ANIMA E CORPO **Eros**


La modella inglese Abigail Clancy, ritratta per il consueto numero estivo di Sport Illustrated dedicato ai bikini. Il suo costume due pezzi, così come l'inconsueta maglia rossa della Nazionale di calcio britannica, non sono però reali, ma realizzati con la tecnica del body painting.

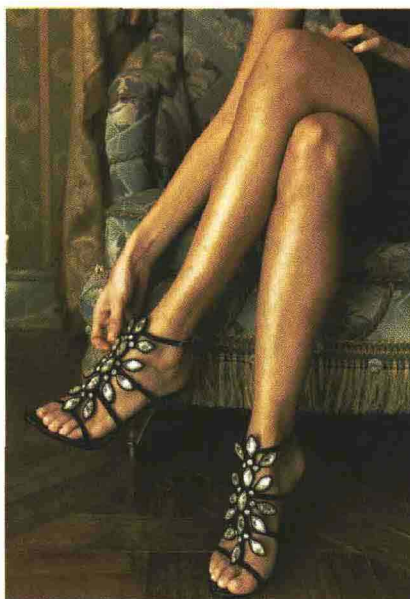
87

CLASS MAGGIO 2010



FARE SHOPPING IN UN BOUDOIR

È il primo luxury experience store monomarca in Italia consacrato alla seduzione. My yoyo, noto brand di lusso di lingerie couture, cosmetica sensuale, accessori preziosi e bedroom toys, ha aperto i battenti in corso Vercelli 51, a Milano: un luogo polifunzionale, rivoluzionario, unico nel suo genere. Sensualità burlesque, femminilità, erotismo chic in un regno lussuoso di più di 180 mq, uno spazio versatile, nato dalla capacità visionaria e pionieristica della giovane ed eclettica designer del brand Lara Jumana, e dedicato alle donne che vogliono riscoprire una femminilità elegante e raffinata e agli uomini che desiderano accompagnarle in questo viaggio. Il rosa, il bianco e il nero fanno da padroni in un'atmosfera vagamente retrò. La shopping experience ha inizio con champagne e cioccolato, offerti alla clientela, mentre si muove attraverso i diversi spazi espositivi per ammirare le preziose collezioni di lingerie, realizzate artigianalmente in Italia e disposte come quadri preziosi in una pinacoteca; per sperimentare i profumi della prima linea naturale di Cosmetica Sensuale; per riscoprire l'arte del piacere con il meglio del design internazionale attraverso i più lussuosi e hi-tech bedroom toys; per lasciarsi incantare dalla lucentezza degli accessori di seduzione realizzati con cristalli Swarovski o in oro (www.my-yoyo.it). E una volta scelto il proprio oggetto o indumento dei desideri si passa a un'esperienza rituale nei salotti prova: perché al posto dei soliti camerini ci sono spaziosi e intimi boudoir con pettegnause francesi al loro interno dove le clienti sorseggiano champagne, indossano i capi e hanno a disposizione cipria, creme, essenze e profumi, per rilassarsi e prendersi cura di sé. Inoltre, il negozio ospiterà un calendario di eventi culturali, mostre d'arte, lezioni e workshop di burlesque aperti a tutte le clienti.



A sinistra, uno degli oggetti del desiderio femminile: i sandali di René Caovilla in oro e pietre a mosaico con sottopiede in pizzo di seta e cristalli taglio diamante. Nella pagina a destra, un completo intimo in pizzo e seta della collezione Cbibi Noir di My yoyo.

popolo è disdicevole. In fin dei conti, è un bel gioco. La gag è divertente, in qualche modo è l'esaltazione dell'ironia. Anche perché l'unica sfera di proprietà che abbiamo è il nostro corpo».

Il corpo è sempre stato portatore di un linguaggio articolato al pari di quello fonetico. I corpi «parlano» e si basano su codici e convenzioni che, a differenza dei codici che regolano la comunicazione verbale, sono soggetti a mutazioni e riassetamenti continui. Il corpo dipinto è l'ultima di queste mutazioni. «Per il body painting funziona bene il termine inventato dal sociologo italiano Vanni Codeluppi nel suo libro *Tutti in vetrina: vetrinizzazione*», dice il sociologo Ivo Germano. «Negli anni Ottanta c'era la mania del look, nel decennio successivo si è imposto lo sfregio della body art. Oggi rientra tutto nell'essere in vetrina. Non si marca più il corpo, lo si cesella. Una tendenza più radicale e più tenue nello stesso tempo. Serve a una manager di una multinazionale, frustrata e stressata dai sensi di colpa per tutti quei gio-

vani che ha dovuto licenziare, anzi, come si dice oggi, "demansionare": compensa dipingendosi o facendosi dipingere il corpo. Oppure è il passatempo degli eterni Peter Pan, degli "adultolescenti". Il body painting risponde alla necessità di non avere la preoccupazione del tempo libero. È bric-à-brac, yo-yo: una forma di gioco per avere importanza. È erotismo ancillare, soffuso, low profile. Non è un immaginario da colmare, ma una piccola serra creativa che prende il posto del Prozac. Per una generazione allevata al Photoshop è automatico».

Questa rivoluzione degli strumenti della seduzione femminile non si limita naturalmente al body painting. Una donna che ama giocare maliziosamente con la propria carica erotica mette in scena il suo corpo non solo come un dipinto, ma anche come una scultura la cui plasticità viene esaltata da guaine rétro, culotte a vita alta, corsetti impreziositi da materiali preziosi come la seta e il raso. Espressione femminile dell'ancestrale desiderio di attrarre, di aspirare alla bellezza, questi acces-

ANIMA E CORPO **Eros**

Nel regno della lingerie griffata ci sono solo regine. Gli uomini possono entrare come accompagnatori e, una volta varcata la soglia, il loro ruolo non sarà più quello di prima

sori rappresentano un efficace strumento di potere, di gioco, di comunicazione. Nelle pieghe di un baby doll o nelle sinuose forme di una scarpa sexy si nascondono le parole chiave di un linguaggio dell'estetica in cui si fondono primitivismo e modernità, pudore e ostentazione, castità ed erotismo. La celebrazione dell'eterno rituale del visto e non-visto.

Attraverso la spregiudicatezza di una lingerie sempre più provocante, la donna inventa così ogni giorno un nuovo vocabolario dell'amore, sintesi sensuale e maliziosa dell'immaginario femminile. Ogni astuzia è ammessa nel gioco della seduzione: dalla proficua costrizione al naturale richiamo sessuale. All'ultimo Salon de la lingerie di Parigi, non a caso, si sono imposte nelle più raffinate collezioni di intimo forme sempre più coprenti



che permettono di modellare il corpo ed esaltarne la silhouette. Tra i must have si sono imposti i boxer, i reggiseni senza ferretto, il bustier, il body string, ma anche quello più contenitivo. Uno dei capi più nuovi, dopo anni di perizoma, è stato la culotte a vita alta. Anche brand che hanno sempre avuto un'impostazione classica hanno rivisto completamente lo stile delle loro collezioni in una chiave più sexy ed erotica per venire incontro a donne che ricercano un'allure sempre più forte, seducente e sofisticata. «Chantelle ha trasformato il proprio stile tradizionale in uno più fashion e voluttuoso», ha spiegato Emmanuelle Voisin, direttore marketing dell'azienda francese. «Dopo una serie di interviste a donne sui quarant'anni, abbiamo scoperto che quasi tutte erano alla ricerca di un nuovo modo, più diretto e provocante, di esprimere la loro femminilità».

Aliza Reger, figlia della celebre Janet dell'omonimo marchio di intimo, ha pensato di lanciare Naughty Janet, una ver-

89

CLASS MAGGIO 2010


 ANIMA E CORPO **Eros**


In amore, le donne oggi vogliono prendere il volante e guidare, non limitarsi a sederci accanto. E allora la parola d'ordine è stupirle

sione più sexy rispetto alla collezione Janet Reger, creata da sua madre nel 1967. «Ho testato per diverse stagioni con discrezione il mercato prima di decidermi a cambiare», ha spiegato Aliza. «E ho capito che molte clienti chiedevano una collezione porno-chic per i momenti eccezionali. Io non volevo un prodotto di massa ma qualcosa di lussuoso e, perché no, lussurioso, tipo una Bentley o una Ferrari».

Questi «nuovi» corpi femminili obbligano l'uomo a uscire dai vecchi schemi, a pensare in modo diverso, a fare strame delle vecchie convenzioni. Regalare rose rosse o cioccolatini? Su, non scherziamo, secondo voi una lady reduce da una seduta da un body painter o da uno shopping ad altissimo tasso di erotismo in qualche tempio della lingerie o della scarpa fetish si accontenterebbe di tanta banalità? Ecco


**PAROLA CHIAVE
ZAFFERANO**

Dimenticate le ostriche: sono roba d'altri tempi, troppo scontate, un luogo comune dell'eros a tavola. Il seduttore gastronomico di oggi in cucina si esibisce con il risotto alla milanese, quello con lo zafferano. I carotenoidi, presenti in abbondanza in questa preziosa spezia, sono un formidabile antistress e incanalano la cena verso la sua degna conclusione. E poi lo zafferano favorisce la dilatazione dei corpi cavernosi, l'alternativa gialla alla pillola blu.

allora che occorre un mix sapiente tra fantasia e sensualità. Ciascun uomo deve far leva sui desiderata della propria lei. Provate a scorrere, per esempio, la nuova collezione di René Caovilla, e se vi sembra di vedere solo delle scarpe toglietevi il pensiero, non siete ancora pronti. Se, invece, cogliete il brivido di piacere che proverà una donna, la vostra donna, a indossare uno di questi capolavori, mettetevi mano alla carta di credito, non ve ne pentirete.

Già, ma siamo ancora in debito di un consiglio. Eccolo: puntate a occhi chiusi (anzi, bendati) sul sandalo in oro e pietre a mosaico con sottopiede in pizzo di seta di Burano e cristalli taglio diamante che incoronano il piede come un fiore cantato da Sherazade. Sì, le *Mille e una notte*, una promessa che va conquistata giorno per giorno. (Ha collaborato Marco Gregoretti)

In alto, un altro completo della collezione Chibi Noir di My yoyo, che si può acquistare nella raffinata boutique di corso Vercelli, a Milano.