

As lições do mestre YSL

Rafael Sampaio

A morte de Yves Saint Laurent, em 1º de junho, foi a conclusão de uma era na qual os grandes figurinistas franceses (de nascimento ou por imigração) deixaram de ser artesãos da alta-costura para se transformarem em designers e líderes de grifes amplificadas da moda, primeiro, e marcas do luxo, depois. Nesse jogo que atingiu proporções globais, muito além do círculo fechado dos poucos muito ricos de todo o mundo, YSL foi um dos pioneiros e grandes mestres.

De família francesa, mas nascido e criado em Oran, na Argélia, ele encontrou no desenho a válvula da opressiva sociedade colonial francesa, que fazia de seus iguais um extrato social "superior" ao dos nativos, mas "inferior" aos cidadãos da França continental. Ao vencer o concurso de um consórcio promotor da lã, em 1954, com o desenho de um vestido "de coquetel" preto, YSL obteve seu passaporte para o mundo na alta-costura, ao ser indicado pelo editor da Vogue, Michel de Brunhoff, para trabalhar com ninguém menos que Christian Dior.

Aos 19 de idade, na oficina do mestre, o jovem gênio de grandes óculos e eterna melancolia, transformou-se imediatamente no braço direito de Dior, sendo escolhido seu sucessor menos de dois anos depois, com sua súbita morte. Sua primeira coleção, em 1958, fez furor em Paris e em todo mundo, ao lançar a linha trapézio e deixar claro que YSL seria muito mais que um pacato "diretor de criação" do estilo de outros. E os próprios sócios da Maison Dior deram o empurrão definitivo, ao não fazerem as necessárias gestões para evitar que ele cumprisse o serviço militar na Legião Estrangeira, servindo na zona conflagrada da guerra colonial. Um desmaio durante o treinamento evitou que ele enfrentasse o horror de ter que enfrentar com as armas seus contemporâneos. Após um período de tratamento em um hospital militar mental, ele foi dispensado e se sentiu absolutamente motivado a lançar sua própria maison – em sociedade com seu eterno companheiro de vida e de negócios, Pierre Bergé.

De 1960 até sua aposentadoria, em 2002, YSL foi o líder não apenas de sua organização, mas de toda uma nova indústria da moda, nos anos 70, e da criação do negócio do luxo, a partir dos anos 80, fazendo de seus dirigentes figuras de proa na transformação do perfil de geração de valor e de exportação da França.

Yves Saint Laurent deixou lições de elaborada maestria para todo o universo do design de moda, do marketing e da comunicação, a começar pela criação de um logotipo para si mesmo, o imutável YSL e de uma definição para sua atividade: "eu não sou um costureiro, sou um artesão, um fabricante de felicidade".

No campo da moda propriamente dita, YSL criou clássicos como o blusão de couro, o tailler-pantalon, o trench e a blusa transparente, além de dar classe e permissão para a transformação do smoking feminino e da saharienne em peças de alta-moda.

Suas coleções foram inspiradas em estilos das belas-artes, em grandes artistas e até em motivos étnicos – sempre de forma pioneira, às vezes antecedendo uma década o que se transformaria em padrão de seu setor de negócios.

Ele soube escolher com rara felicidade uma cliente-símbolo para sua maison, a mítica Catherine Deneuve, que se transformou em uma de suas várias amigas inseparáveis, as quais constituíram seu mais eficaz canal de pesquisa sobre o desejo das mulheres e o efeito de suas coleções sobre elas. Sem falsa modéstia, ele costumava dizer que "sinto que criei o guarda-roupa da mulher contemporânea".

No campo da comunicação, YSL soube aproveitar o efeito disseminador de qualidade artística e de “experiência de marca” proporcionado por sua colaboração com diretores de cinema, teatro, balé, shows e ópera – desenvolvendo figurinos e cenários que rendiam precioso espaço na mídia e comentários (nem sempre favoráveis) da crítica artística e da moda. Até mesmo a criação do “fardão” para a posse da imortal Marguerite Yourcenar na Academia Francesa foi um inusitado golpe de mestre.

YSL soube administrar sua imagem como poucos. Poucas aparições em grande estilo deram à sua figura o status de astro, sem cair no exagero do excesso de exposições e sem deixar que sua vida pessoal, sempre bastante tumultuada, se transformasse em matéria-prima da imprensa sensacionalista. Até mesmo sua ousadia foi sempre muito bem gerida, como a aparição de sua própria foto, totalmente nu, no anúncio de lançamento do perfume Pour Homme, em 1971.

Em termos de negócios, o toque de mestre foi a criação da primeira boutique prêt-à-porter entre os grandes costureiros. Foi em 1966 e ele não caiu na solução fácil de abrir uma porta secundária, “ao lado”. YSL foi para a Rive Gauche, no coração da boêmia e “esquerdista” Saint-Germain-des-Prés, perto da Sorbonne e da mais fina intelectualidade da época, e abriu uma loja especialmente criada para, literalmente, reinventar a indústria da moda.

Esse setor deve a YSL, igualmente, boa parte dos movimentos pioneiros que ampliaram o espectro de sua atividade em direção ao universo do luxo, com dezenas de produtos e serviços derivados de seu núcleo essencial, a moda.

E quando a própria moda andava em crise, nos anos 90, YSL deu uma contribuição fundamental para seu revigoramento, ao criar o desfile-espetáculo, totalmente feito com peças conceituais, que jamais seriam usadas nos salões de festa e nas ruas, mas que atendiam ao mais essencial dos predicados da sua atividade: estimular o sonho.

Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com>>. Acesso em 13 jun. 2008