

Stephen Sprouse – Estudo de Caso de Design de Superfície

Stephen Sprouse – Case Study of Surface Design

Leilane Rigatto Martins

Universidade de São Paulo, Brasil

lanerigatto@gmail.com

Resumo

O artigo enfoca atos interdisciplinares realizados entre a marca de artigos de luxo Louis Vuitton e o artista contemporâneo Stephen Sprouse. Enfatiza que mudanças foram operadas nos produtos da marca de tradicional reputação secular, elencando algumas bolsas específicas. Há interesse em mostrar como a relação entre o artista e o diretor criativo da marca, Marc Jacobs corroborou para o crescimento desse processo de desenvolvimento de produto.

Palavras-chave: Moda; arte; interdisciplinaridade.

Abstract

The article focuses on interdisciplinary acts performed between luxury goods brand Louis Vuitton and contemporary artist Stephen Sprouse. Emphasizes that changes were operated on brand products traditionally secular reputation, listing some specific bags. There is interest in showing how the relationship between the artist and the creative director of the brand, Marc Jacobs confirmed for the growth of the process of product development.

Keywords: Fashion; art; interdisciplinarity.

Esse artigo faz um levantamento de dois atos conjuntos entre a Louis Vuitton e artistas contemporâneos. Por intermédio de Marc Jacobs, diretor criativo a marca, Stephen Sprouse e Takashi Murakami interferem, em momentos diferentes, no produto da marca de maneira totalizante.

Quando Stephen Sprouse e Takashi Murakami propõem novos produtos ou novas formas de apresentação a pedido da Louis Vuitton, o que se tem são diferentes olhares que se expressam por meio de produtos inéditos.

Esses artistas possuem formações distintas. Frequentaram escolas e universidades de design e arte respectivamente. Essa formação heterogênea, quando

somada ao conhecimento de Marc Jacobs – formado pela Parsons School –, ressoa positivamente nas colaborações aqui analisadas.

O objetivo interdisciplinar do estudo da arte em uma dimensão antropológica, leva à reflexão sobre a superação da cisão existente entre ciência e arte reforçada pelo ideal positivista. Essa hipótese é extremamente lúcida e se aplica claramente aos objetos de estudo contemplados, uma vez que a ciência é o suporte para a pesquisa de atos que conjugam o design de moda e a arte.

Tanto Stephen Sprouse quanto Takashi Murakami interferiram diretamente sobre o produto da Louis Vuitton. Os dois artistas interferiram no design de superfície de algumas bolsas clássicas da marca que já são comercializadas há mais de cento e cinquenta anos.

O principal texto que permite desvender o processo de criação e desenvolvimento de Sprouse para a Louis Vuitton está inserido em uma coletânea sobre arte, moda e arquitetura lançada pela marca em 2011, *Louis Vuitton: Art, Fashion and Architecture*. Esse livro relata caso a caso vários trabalhos que coordenaram esforços entre artistas contemporâneos e seu diretor criativo, Marc Jacobs. Nesse livro, um texto de Glenn O'Brien trata das aproximações e contaminações entre a arte e a moda de rua, propostas por Sprouse a Jacobs.

Vale lembrar que na década de oitenta César, Sol Lewitt e Olivier Debré, já evidenciavam essa vocação híbrida da Louis Vuitton. Quando em 1997, Marc Jacobs passa a dirigir a casa, sua abordagem se baseava notadamente na mistura de referências de áreas distintas como solução para o processo criativo na contemporaneidade. Essa postura só vem reforçar essas iniciativas interdisciplinares.

Jacobs teve papel fundamental nessas iniciativas, pois muitos artistas foram convidados por ele para criarem para a Louis Vuitton. Muitos desses artistas, como é o caso de Stephen Sprouse, compunham seu círculo de amigos. Como um grande admirador de arte contemporânea, Jacobs intensificou os pontos de intercâmbio entre a arte e a moda em um grau anteriormente desconhecido.

Jacobs sempre focou na arte contemporânea, que busca maior proximidade do espectador. Quando o estilista cria algo novo, em conjunto com um artista, ele considera referências já existentes, fazendo alusão à Pós-Produção de Bourriaud

(2009: 8; 13 e 14). Esse conceito tem relação com a arte pop e o uso de objetos já existentes que também é de interesse de Jacobs. Esses conceitos não são comuns à arte moderna e mostram o quão intensa e profunda é a forma com que Jacobs está voltado para a contemporaneidade.

A atuação desses artistas não se limitou aos acessórios da Louis Vuitton. Além de alguns deles terem alterado o tradicional monograma marrom e caramelo da Louis Vuitton, eles também colaboraram com vitrines, instalações artísticas e exposições no *Espace Louis Vuitton*, que é uma galeria que funciona no último andar da loja da *Champs Élysees*, em Paris.

Em texto de Glenn O'Brien para o livro *Louis Vuitton: Art, Fashion and Architecture*, o escritor e editor de revistas como *Interview*, *Art in America*, *Antiques* e *Vanity Fair* conta que conheceu Stephen Sprouse quando ele ainda tinha vinte anos.

Stephen Sprouse nasceu em Dayton, Ohio, nos Estados Unidos, em 1953. Faleceu em março de 2004 em Nova Iorque e, durante a sua vida, realizou trabalhos como artista e como estilista, tendo sempre um olhar voltado para a rua. Ele foi um dos precursores da estética *high low*.

Em Nova Iorque Sprouse vivia em um grande prédio antigo na Rua Cinquenta e Oito, a duas quadras da Bergdorf Goodman¹. Nesse época ele foi assistente do estilista Halston (O'Brien: 2009, 355).

Nesse ambiente ele desenvolveu suas próprias amizades – Debbie Harry, Chris Stein, o fotógrafo Kate Simon e a designer de joias Janice Savitt viviam lá. Stephen tinha um grande apartamento que parecia ainda maior porque ele derrubou as paredes entre as salas de estar e de jantar. Não havia mobília no lugar, só uma máquina de xérox (O'Brien: 2009, 355).

Ter uma máquina de xérox na década de oitenta era algo incrível. Andy Warhol não teve uma e Jean-Michel Basquiat não comprou a sua logo. Sprouse produzia arte com sua xérox loucamente, e ela estava espalhada pelas paredes e roupas que ele fazia para Debbie Harry, que era o ícone pop perfeito da próxima geração – uma loira linda com cérebro, voz e atitude (O'Brien: 2009, 355).

¹ Loja de departamentos de produtos de luxo, situada na Quinta Avenida, em Manhattan, Nova Iorque.

Naquele momento Stephen Sprouse poderia ter seguido qualquer um dos caminhos – o de artista ou o de designer. E ele se mostrou um artista, sucesso de crítica, mas a atividade de designer estava em “seu sangue”. Ele era um verdadeiro “artista-designer”. Ninguém absorveu a estética de Warhol como Sprouse. Ele tinha em sua mente aquela cartela de cores antinatural, o neon e o fluorescente, o infra e o ultra. Ele aprendeu todos os truques da *op* e da *pop art* e a iconografia típica da Factory de Warhol (O’Brien: 2009, 355).

Stephen Sprouse nunca disse muito, mas ele não tinha que dizer; sua obra fez isso por ele. Ele era quieto, esperto, e transbordava novas ideias. Geralmente, quando dizia alguma coisa era uma “pérola”, então todos prestavam atenção. Quando Andy Warhol morreu, ele disse: “Para quem nós vamos fazer as coisas agora?” (O’Brien: 2009, 355).

Sprouse era um desses indivíduos raros, que é ao mesmo tempo frágil e indestrutível. Ele era uma daquelas pessoas que influenciavam positivamente as pessoas ao seu redor, fazendo-as acreditar que elas também eram talentosas e fornecendo a elas evidências disso (O’Brien: 2009, 355).

Como designer, ele criava uma coleção brilhante após a outra, sempre conseguindo extrair o incomum de algo aparentemente banal ou que já havia sido dado por perdido (O’Brien: 2009, 355). A figura 1 mostra como sua produção transitava entre a moda e arte.



1. Stephen Sprouse. *Sem*
Título, 1984

Sprouse nunca foi um artista do grafite. Mas ele vivia cercado pelo grafite e pelos seus mais importantes representantes, como Jean-Michel Basquiat e Keith Haring. Ao ver uma caligrafia em um muro, Stephen sabia que o grafite representava o triunfo da mão humana na era das megacorporações e da produção em massa (O’Brien: 2009, 355).

O dado humano em sua obra é recorrente e mostra como sua produção, artística ou de design, está alinhada ao pensamento interdisciplinar que visa combater paradigmas no que diz respeito à visão cartesiana que

ainda hoje acomete as ciências e as artes. A despeito do desenvolvimento que a ciência possa proporcionar é preciso lembrar do componente humano que está por trás dela.

Stephen Sprouse e a linha *Graffiti*

Sprouse era capaz de ver, desenhar, pintar e arrumar as coisas de um jeito que elas pareciam ser do futuro, e sua visão implacável transformou o panorama da moda (O'Brien: 2009, 355). Ele era uma espécie de artista, estilista e diretor-criativo ao mesmo tempo. Tinha uma capacidade admirável de criar imagens.

A participação de Sprouse na criação da Louis Vuitton abriu as portas para as inovações subseqüentes imaginadas por Jacobs. Foi uma espécie de manifesto de Sprouse em sua abordagem. Seus acessórios projetados para a Vuitton atravessaram violentamente o mundo do parisiense chique (GASPARINA, 2009:46).

Marc Jacobs sabia disso, e foi um golpe de mestre aliar-se a Sprouse. Jacobs viu em Sprouse sua alma gêmea. Há grandes semelhanças entre o talento de ambos, mas, se por um lado Sprouse era tolhido por sua hesitação e laconismo, Jacobs era uma força eloquente da natureza. Em um ponto os dois se pareciam: eram ao mesmo tempo parceiros de trabalho e fãs um do outro. Stephen gostava de utilizar o trabalho de amigos artistas em seus projetos de moda. Ele sabia que trabalhar com outro criador não o depreciava, mas o enaltecia enquanto artista, e Marc Jacobs também acreditava nisso (O'Brien: 2009, 355).

Ambos entenderam intuitivamente que o ato de alterar a marca registrada da Louis Vuitton, consagrada comercialmente, deu uma nova vida a empresa que guarda tão zelosamente o símbolo de sua herança. Eles fizeram a marca entender que o grafite não alteraria sua tradição e que para crescer ela precisaria de um toque cada vez mais humano (O'Brien: 2009, 355).

O estilista se aproximou cada vez mais de Sprouse pela admiração que tinha pelo trabalho do amigo. Guiado por esse sentimento, a colaboração foi selada. Stephen Sprouse também era um estilista e isso só ajudou para que os dois se unissem cada vez mais (GASPARINA, 2009: 47).

O artista desenvolveu, em 2001, ao lado de Marc Jacobs, as primeiras peças grafitadas para a marca. Dado o sucesso da coleção criada em 2001, o trabalho foi reeditado somente com uma mudança de cor e relançado em 2009.



2. Stephen Sprouse. *Louis Vuitton Graffiti*, 2009

Em viagem a Paris em janeiro de 2009, foi possível constatar que essa coleção de acessórios, criada por Sprouse e Jacobs, lançada em oito de janeiro de dois mil e nove, foi responsável por uma fila de dar a volta no quarteirão, ao redor da loja.

O preço das peças variava de cem a mil seiscientos e noventa euros e, na hora do almoço, já não tinha sobrado nada nas lojas. Jacobs afirma que se oferecer à suas clientes alguma coisa instigante, interessante, elas vão comprar. Além

dessa coleção, outras parcerias interdisciplinares foram realizadas com Sprouse. Entre elas está uma de 2006, em que ele desenvolveu uma padronagem de leopardo para a Vuitton.

No mês seguinte, a coleção *Graffiti* foi lançada no Brasil. Segundo informações de Marc Sjostedt, gerente-geral da marca no Brasil, essa coleção era uma espécie de tributo prestado à Stephen Sprouse, que morrera prematuramente em 2004.

Segundo Sjostedt, tudo começou quando Marc Jacobs foi visitar um apartamento em Paris. O imóvel em questão era de Serge Gainsbourg, compositor francês que tinha entre algumas de suas manias colecionar baús da Louis Vuitton. Um desses, inclusive, foi pintado todo de preto pelo dono. Com o passar do tempo, a tinta descascou e deixou o monograma à mostra. Ele conta que, quando Marc Jacobs viu este baú todo descascado, teve a ideia de convidar Sprouse para criar uma linha usando grafite.

Essa coleção, assim como todas as coleções lançadas pela Louis Vuitton em parceria com artistas, era limitada e dividia-se em duas linhas: *Graffiti* e *Roses*. Na primeira, são sempre três cores: laranja, rosa e verde-néon (figura 2). A segunda surgiu inspirada no desenho de uma rosa que o artista costumava mandar como agradecimento aos amigos (figura 3).



3. Stephen Sprouse. *Louis Vuitton Roses*, 2009

Entre as peças, estavam três modelos clássicos de bolsa, quatro de sapatos, *leggings*, camisetas, biquínis e outros acessórios como lenços, além de um pingente especial, em formato de cadeado, que reproduz a padronagem do grafite de Sprouse usando 377 pedras colocadas uma a uma. São safiras rosas e laranjas e tsavoritas verdes.

Esse tipo de produto traz em si uma contradição: ao mesmo tempo em que esse cadeado é a representação do consumo conspícuo enaltecido pelo sistema da moda, que se rebate em seu aspecto decorativo, ele traz consigo a simbologia *punk*.

O cadeado era usado como acessório e era comum na linguagem de rua da década de oitenta. Stephen Sprouse é responsável por levar essa linguagem para a Louis Vuitton. A marca busca “revestir” de arte os seus produtos por meio dos artistas que chama a participar de seu processo criativo, mas ao mesmo tempo mantém-se completamente acessível em termos de linguagem.

Assim como a moda se comporta diante de vários movimentos ligados ao *underground*, a marca mescla com cada vez mais desenvoltura referências aparentemente incongruentes, que gera um “*punk* de boutique”. Apesar da massificação gerada por esta corrente de consumo, o ato interdisciplinar se torna interessante quando deflagrado no momento de seu desenvolvimento, revelando formas do pensamento criativo como o de Stephen Sprouse e Marc Jacobs.

Referências

FAZENDA, Ivani C.A.. **Integração e Interdisciplinaridade no Ensino Brasileiro**. 5ª ed. São Paulo: Loyola, 2002.

FAZENDA, Ivani C.A.. **Interdisciplinaridade: História, Teoria e Pesquisa**. Campinas: Papirus, 2010, 17ª Edição.

MEAD, R. e O'BRIEN, G. In: IGARASHI, T.; GASPARINA, J. e SAILLARD, O. (orgs.). **Louis Vuitton: Art, Fashion and Architecture**. New York: Rizzoli, 2009.

Lançamento Coleção Stephen Sprouse na Louis Vuitton. São Paulo: Glamurama, 2009. Disponível em: <<http://glamurama.uol.com.br/primeira-impressao-12023/>>. Acesso em: 1º nov. 2012.