

Jacarés e outros bichos

VIVEMOS A ERA DOS LOGOTIPOS GIGANTES, MAS AINDA É POSSÍVEL MANTER O BOM SENSO

MARCELLO BORGES

Em 1927, a França ganhou a Copa Davis na Filadélfia. O principal jogador da equipe era René Lacoste (falecido em 1996, aos 92 anos), batizado de "Jacaré" pela imprensa americana da época por causa de uma aposta feita com o capitão da equipe francesa, Pierre Gillou: se Lacoste ganhasse uma partida importante para o time, Gillou lhe daria uma mala de viagem feita de couro de jacaré. Pela tenacidade com que enfrentou os adversários, o público - que lera sobre a aposta - dizia que Lacoste parecia mesmo um jacaré em quadra.

Um amigo de Lacoste, Robert George, desenhou um jacaré e René costurou-o no bolso do blazer com que entrava e saía das partidas. Em 1933, Lacoste e André Gillier, proprietário da maior malharia francesa da época, montaram uma fábrica para produzir a camisa com o logotipo do jacaré. Foi a primeira vez que uma logomarca apareceu do lado de fora de um item de vestuário.

GANHEI DE MEU PAI minha primeira Lacoste na França, quando viajamos juntos. Eu tinha 16 anos e fomos a uma daquelas lojas para turistas aproveitar a "tarde livre para compras" que toda excursão decente para grandes cidades reserva. Comprei uma vermelha e uma branca, claro, para jogar tênis. Tenho esta até hoje, passados mais de trinta anos. Resistiu a várias tentativas de ser descartada por um motivo: está inteiraça. E é exatamente igual às feitas hoje, só que melhor: o tecido é duradouro, os botões são de madrepérola.

Escolhi a emblemática Lacoste para falar dessa mania por grifes. Na minha modesta opinião, quem deve ser lembrado é você, não a marca

de sua roupa. Por que será que as t-shirts mais caras da Ralph Lauren são aquelas com um logo pequeno, e as mais baratas, aquelas com um "RALPH LAUREN" enorme no meio do peito? As Purple Label (etiqueta top da RL) nem têm logo e custam três vezes mais que as comuns.

Quando todos sabem que você é do tipo que usa roupas de qualidade, pode dispensar o logo. Até firmar essa posição, a logomarca dá status, serve de muleta, de apoio para sua autoconfiança. Depois, você pode confiar na qualidade de suas roupas, sem depender do poder da grife, usando suas iniciais, por exemplo.

No excelente livro de meu amigo André Cauduro d'Angelo, "Precisar, não precisa", está a solução que as grandes marcas têm encontrado para essa percepção: a personalização. Nas camisas Ralph Lauren, por exemplo, as iniciais do cliente são bordadas no peito e o logo RL vai na barra. Você mostra que entende de qualidade e que tem confiança no próprio taco. (A propósito, minha musa odeia grifes, mas tatuou minhas iniciais no pulso direito.)

QUANDO TODOS SABEM QUE VOCÊ USA **ROUPAS DE QUALIDADE, A MARCA É DISPENSÁVEL**

Não tem nada mais chato que perua coberta de LVs, AXs, DGs e outras siglas, certo? Tem, sim: homem cheio de logos. Um item, vá lá, mas usar camisa com um ícone, cinto com outro, sapatênis com outro... Nem pensar.