

2. RATOS

Há um livro clássico, excepcional, do escritor gaúcho Dyonélio Machado, chamado *Os Ratos*, publicado lá por 1935, cujo enredo eletrizantemente simples (o livro se passa todo em 24 horas), é mais ou menos este:

Sem dinheiro, um homem – Naziazeno, acreditem, era seu nome – debate-se loucamente atrás de recursos para pagar o leiteiro (ora, vejam, o leiteiro!).

Sua batalha é desesperadora, comovente, angustiante e a necessidade do leite, candente.

É a alimentação básica de sua família que está em jogo:

O leite.

Leite de múltiplos usos e funções.

Leite tão querido e maternal.

Como ficar diariamente sem ele?

Luta, pensa, se consome em esforços até que obtém o dinheiro.

Coloca-o então sobre a mesa, num lugar fácil de ser visto pelo leiteiro.

Mas o drama segue:

Sonha que ratos, à noite, roem tudo. As cédulas, o esforço, tudo.

E que ele terá de refazer sua trajetória oprimida, de novo e para sempre.

(Sísifo?)

Me lembrei disto pensando num trabalho que conquistamos e realizamos – bem lá no início da agência – que foi a reformulação completa de embalagens de uma extensíssima linha de produtos para uma empresa de cosméticos e produtos de higiene e limpeza de São Paulo.

Chegamos ao job através de um amigo de um amigo de um amigo (aquelas coisas...), distribuidor comercial da empresa-cliente em Porto Alegre, que simplesmente detestava as embalagens e assim, meio que intuitivamente, sugeriu a aproximação nossa com a fabricante.

Ligação pra cá, manda portfólio pra lá, muitas incertezas de lá, muito interesse de cá, eis que proativamente enviamos alguns estudos preliminares por avião (foram muito elogiados) chegando até a negociação de preços.

Foi tensa & intensa (sempre é), mas, enfim, acertamos o valor.

O job era nosso!

E que job!!!

Era o trabalho do semestre,
quem sabe do ano.
Eram muitas embalagens,
muitas mesmo.

Eram umas 100 embalagens.
Talvez mais.

Revisão visual completa.

Criar unidade de marca, mas gerar
personalidade para cada linha.

Trabalhão. Trabalhão show.
Tudo em uma semana.

Vou repetir: tudo em uma semana!

A preocupação – e conseqüente
reclamação – era grande, especialmente
de nosso Diretor de Arte da época que
balançava insistentemente a cabeça
e dizia:

“Não vai dar. É muita coisa...
Não vai dar. É muita coisa...”

Ele não deixava de ter razão:
Lembremos que estamos ainda na
década de 80, com todos os leiautes
sendo feitos à mão, artesanalmente,
cada um quase uma obra de arte...

Não há computadores.

Não há softwares de design.

Não há impressoras coloridas.

Somente ilustrações manuais, pinturas,
desenhos de letras, aplicações de
Letraset, recortes, colagens, montagens,
fazendo a gente lembrar que todo

aquele trabalhão passado lá no
Jardim de Infância enfim se justificava.

Passo número um: Para garantir que
tudo desse certo, fui pessoalmente às
compras. Destino: Casa do Desenho,
uma loja especializada em materiais
de artes, localizada no centro de Porto
Alegre.

Fui lá ampliar o estoque de tinta
guache Talens, uma das mais famosas
e caras do mundo, além de comprar
uma diversidade absurda de colas e
de papéis especiais, tudo para que o
batalhão de designers que contratei
para nos ajudar na empreitada tivesse
materiais adequados para produzir
uma coleção de leiautes de alto nível
para as múltiplas diferentes linhas de
cosméticos.

Eu tive de ir lá pessoalmente, para
implorar o aumento do limite
de crédito e o parcelamento do
pagamento dos materiais.

Tive de assinar umas promissórias,
mas consegui.

Era material pra cacete.

Passo número dois: começar a
trabalhar.

E trabalhamos bem.

Bah, como trabalhamos bem.

A agência, pequenininha na época,
já estava em seu segundo endereço,

fruto de uma evolução lenta e cadenciada, toda baseada em clientes pequeninhos e inconstantes, de jobs igualmente pequeninhos e inconstantes, mas sempre encarados por nós como se de cada um deles dependesse nosso futuro.

Estávamos certos: de fato, dependia.

Era uma casa familiar adaptada caprichosamente para nossas necessidades, cujo porão foi repaginado para sediar nosso departamento de criação, de produção e o estúdio de finalização.

Neste trabalho, havia um grupo de 6 ou 7 profissionais especialmente dedicados à tarefa insana de produzir industrialmente embalagens, estudando referências, experimentando e repensando a utilização dos tubos plásticos enviados pelo cliente, abrindo as linhas criativas, realizando a aprovação comigo, desenvolvendo leiautes, enfim...

Era uma verdadeira linha de montagem intelectual que bombava.

Todo mundo lá, regidos pela mão criativa e segura de nosso Diretor de Arte, todos sintonizados, engajados.

Era lindo de se ver.

Conseguimos!

Freneticamente envolvidos na tarefa, conseguimos.

Meu papel ficou restrito (sic!) à liderança do processo, pois mesmo sem as minhas poucas habilidades de redator serem necessárias para o trabalho, conduzi o time todo o tempo todo, para que, num domingo, véspera da data aprazada para o envio do material por avião para São Paulo, tudo estivesse pronto.

Virei as noites com eles.

Comi as mesmas pizzas e bebemos as mesmas Cocas.

Mornas.

Sempre achei – e continuo achando – que devo estar junto com o pessoal dando o mesmo duro que eles, até mais.

(Talvez tenha exagerado nisso, mas foi o que sempre fiz.)

Voltemos às embalagens e ao desafio: eis que a segunda-feira fatídica de entrega se aproximava.

Mas, antes dela, tínhamos o domingo para terminar tudo.

Na verdade, concluímos o trabalho na madrugada de sábado, deixando somente o domingo para as análises e retoques finais.

Que orgulho.

Tudo certo.

Show.

Baita trabalho.

Fomos para casa, com a endorfina circulando em nossas veias, demolidos, com forças somente para assistir ao Fantástico com a família e tentar desligar um pouco.

Deixamos os trabalhos prontos, espalhados sobre as mesas, secando.

Bem... provavelmente o cheirinho e o gosto de guache novo – ainda mais gostinho de importado – atraíram os ratos (seriam os do Naziazeno?) que, sim, destruíram o trabalho.

Aqueles desgraçados comeram nossos leiautes...

Ratos filhos da puta!

Comeram nosso trabalho!

Não totalmente, na verdade, só o suficiente para entrarmos em pânico.

Na segunda-feira, me deparei, então, com dois desafios:

1. Não avisar nada para o nosso Diretor de Arte (curtindo um dia de merecida folga). Ele, que havia trabalhado como um cavalo no

projeto, certamente surtaria ao saber da notícia, entraria em colapso, em profunda depressão (com razão) e provavelmente tentaria o suicídio...

(Exagero, exagero).

2. Recuperar os leiautes.

E isso começou 20 segundos depois de nos recuperarmos do golpe.

O pessoal se atirou à tarefa de refação do trabalho com uma energia insana, motivados por nada mais que nosso compromisso profissional assumido.

Pinta pra cá, cola pra lá...

Repinta para cá, recola para lá...

Eu, por ali, recolhendo os leiautes, as pranchas, as lâminas, sem demonstrar a ansiedade que me corroía.

8 da noite de segunda-feira:

Tudo pronto!

Mas, sinceramente, olhando os leiautes não consigo esconder uma ligeira, mas marcante, decepção.

O trabalho caíra muito em qualidade.

Era inegável.

E agora?

Vendo minhas dúvidas vindas deste desapontamento – ao longo de minha

vida profissional nunca consegui escondê-las quando o trabalho a ser entregue não é tecnicamente contundente – os quatro caras remanescentes do projeto, também se decepcionam.

E nos quedamos perplexos.

Em nome deles, dos profissionais, pelo esforço deles, pelo trabalho deles, decidi:

“Amanhã os leiautes vão assim. Melhorem aqui e ali, fechem a agência, eu vou indo revisar a carta de defesa técnica de nossas ideias para o cliente. Amanhã, despachamos.”

No outro dia, me contaram que viraram mais uma noite em retoques.

Mais pizzas.

Mais Coca-Cola...

Invariavelmente mornas (essas tele-entregas...).

Sinceramente, não vi tanta melhora.

Mas o cliente viu.

E vibrou.

E aprovou.

E elogiou.

E as embalagens foram sendo produzidas e tudo se encaixando e o trabalho foi comemorado com a equipe com um grande churrasco e com interessantes bônus financeiros.

Talvez tenha sido a primeira, mas certamente não foi a última vez que percebi que um bom time, criativo, unido, pegador, comprometido, encara desafios inimagináveis e vence a tudo e a todos.

Principalmente os ratos (de todos os tamanhos, de todos os caracteres e de todas as feições) que teimosamente tentam nos atrapalhar atacando sem piedade – nem caráter – nossos porões.

VALORES

Era um cliente muquirana.
Pão duro. Miserável.
Para chegarmos a um bom termo na questão dos honorários (mínimos, na época) ele negociou comigo por meses a fio.

Um saco...

Por que atendê-lo?

Pois é...

Eis a pergunta que eu deveria ter me feito.

Era um cara mesquinho.

Só para dar uma ideia da muquiranice do cidadão, numa tarde de muito calor, ele vibrava infantilmente com a instalação de uma sorveteria artesanal bem do outro lado da rua, em frente ao seu escritório.

“É ótima!” – Comentou -
“Tens de experimentar!”

E começou de imediato a revirar os bolsos atrás de um dinheirinho que veio de lá amassado como se tivesse saída da boca de uma vaca.

Até aí digamos que tudo bem...

Ele então gritou com toda a polidez de um urso faminto ao seu office-boy:

“Ô meu, vem cá!”

Com o guri na sala, me oferece:

“Queres um sorvete?”

Aceito, claro.

E ele:

“R\$ 1,50...”

Rio espontaneamente,
da suposta brincadeira.

Mas era sério.

Ele estava me cobrando o sorvete.

Como me cobrava em excesso os almoços que supostamente rachávamos, mas que a mim cabia sempre uma cota maior (“Tô sem troco, hoje...” – falava). Até num CD que pedi para a esposa dele trazer para mim de Nova Iorque ele tirou “vantagem”, me cobrando por um câmbio paralelo exorbitante o que tinha pago no cartão de crédito pelo câmbio oficial...

Evidentemente, estes traços de personalidade se refletem na condução dos negócios.

Evidentemente que, ao tratar e discutir a subjetividade das questões criativo-publicitárias, usualmente em pessoas assim encontram-se inimigos figadais, cuja principal missão na vida é destruir uma ideia com uma falsa objeção empobrecedora:

“Não precisamos disto”;

“Isto não precisa ser tão complexo assim”;

“Dá pra fazer mais barato!”;

“Meu primo me contou que fez um filme bem legalzinho por 10% deste valor!”

“Sei, não...”

Que discurso desmotivador, broxante, perturbador e empobrecido.

Encontrei, infelizmente, algumas pessoas assim na minha trajetória.

E nada aprendi com elas.

A não ser que usualmente tratam-se de perdedores.

E que devemos evitá-las.

