



Gillette

Gillette Narrative — Nando, o Escriba

gillettenarrative.com

Antes dos produtos, existe o nome.

Fábricas fecham.

Gestores mudam.

Acionistas vêm e vão.

As tecnologias envelhecem.

Os mercados se transformam.

O nome permanece.

A Gillette não é apenas uma empresa.

É a prova de que uma palavra pode acumular confiança por mais de um século e ainda continuar gerando valor mesmo depois que ninguém se lembra de quem a inventou.

Uma marca é uma memória coletiva.

Quando o nome é forte, ele chega antes do objeto.

As pessoas compram uma história antes de comprar um produto.

O nome é o primeiro ativo invisível da economia.

E, no entanto, no início não havia império.

Havia um homem.

Filho de imigrantes franceses em Massachusetts.

Poucos recursos.

Muita teimosia.

Como tantas vezes acontece, o futuro não se apresenta vestido de lenda.

Apresenta-se vestido de vendedor.

O resto da história qualquer um pode ler no site da empresa, ou na Wikipédia.

O que me interessa é outra coisa.

O que me interessa é aquilo que temos em comum.

Três elementos.

PRODUTO. NARRATIVA. IRMANDADE.

Ele construiu uma lâmina.

Eu construí um site.

Ele escreveu um livro.

Eu escrevi mais de cem.

Ele pertencia a uma irmandade.

Conheço essa mesma gramática, feita de símbolos, pertencimento, memória e reconhecimento mútuo.

E, como ele, passei a maior parte da vida vendendo.

Não apenas produtos.

Confiança.

É por isso que sempre procurei manter distância dele.

Não por diferença.

Por excesso de semelhança.

Cada época produz seus próprios produtos.

Cada época produz suas próprias narrativas.

Cada época produz suas próprias irmandades.

O erro é acreditar que são a finalidade.

Não são.

São o veículo.

A lâmina não era a Gillette.

O livro não era a narrativa.

A irmandade não era o sentido.

Eram apenas instrumentos.

O verdadeiro poder era o nome.

Antes de cruzar o Rubicão, os romanos enviavam batedores.

Precisavam aprender.

Compreender.

Conhecer.

Conhecer antes de decidir.

Era esse o segredo que lhes permitia deliberar — e, muitas vezes, vencer.

Espero ser um bom batedor.

Mas sem uma guerra.

Não carrego exércitos.

Não carrego decretos.

Não carrego autorizações.

Carrego histórias.

Eu as recolho.

Eu as conecto.

Eu as entrego.

Depois, cada um decide o que fazer com elas.

CEOs dirigem empresas.

Funcionários fazem as empresas funcionar.

Pequenos acionistas financiam as empresas.

Sou apenas um homem que não precisa pedir permissão a ninguém.

E essa é, provavelmente, a maior liberdade que possuo.

Esta é a carta da Gillette.

Não o poder da fábrica.

Não o poder da lâmina.

Não o poder da empresa.

O poder do nome.

Porque quando o produto se desgasta, o nome permanece.

Quando os edifícios desaparecem, o nome permanece.

Quando os homens passam, o nome permanece.

E quando um nome consegue atravessar gerações, deixa de pertencer ao seu fundador.

Torna-se parte da memória coletiva.

O fundador desaparece.

O nome permanece.

Essa é a verdadeira vitória de um nome.

Ferdinando