

Ninguém conta essa história

No fim da Segunda Guerra Mundial, todos estavam exaustos.

Os derrotados estavam perdendo tudo o que haviam passado anos consolidando. Os vencedores haviam ganhado a guerra, mas agora tinham de decidir como seria o futuro.

As pessoas estavam cansadas, e ainda assim esperançosas. Ninguém estava disposto a desistir. É da natureza humana. Mas não esqueçamos nunca que atrás de todo homem costuma haver uma mulher, ainda que a história raramente a mencione.

A América exportava seu know-how para ajudar a reconstruir economias despedaçadas. Ao mesmo tempo, fazia aquilo que a América sempre fez melhor: negócios. As fábricas cresciam, os lucros cresciam, e novos produtos apareciam todo ano. Alguns respondiam a necessidades existentes. Outros criavam desejos que as pessoas nem sabiam que tinham.

Perto do fim dos anos 1950, montanhas de preservativos inundaram o mercado. A razão oficial era simples o bastante: proteção contra doenças. Ninguém queria morrer.

Mas toda medalha tem mais de uma face.

O produto não era exatamente barato, e usá-lo com regularidade exigia certo compromisso da carteira. Tornou-se um pequeno investimento.

Todo mundo carregava pelo menos um. Escondido. Dobrado. Camuflado numa carteira, à espera da emergência apropriada.

O resultado era previsível.

As taxas de natalidade começaram a cair.

A primeira empresa a perceber foi uma fabricante alemã de mamadeiras e chupetas. Os contadores viram antes de todo mundo. As vendas estavam caindo. O consumo estava caindo. Menos bebês significava menos clientes.

Seguiram-se reuniões.

Seguiram-se planos.

Investimentos foram propostos.

Mas havia um problema fundamental.

Não se pode comprar bebês num laboratório.

Eles precisam nascer.

A empresa lutou para encontrar uma solução. Nada parecia funcionar.

Então o proprietário decidiu visitar um importante cliente italiano perto de Nápoles, um grande atacadista com um talento notável para movimentar grandes volumes de mercadoria.

A reunião de negócios correu bem.

Naquela noite, o cliente o convidou para jantar.

Depois do jantar, em perfeito estilo italiano, informaram ao hóspede que um “cobertor” havia sido providenciado para a noite.

Só que aquele não era um cobertor comum.

À espera no quarto estava uma russa de setenta e cinco anos que afirmava, com toda a segurança, ter quarenta.

Segundo ela, a companhia vinha em primeiro lugar.

O dinheiro era apenas uma justificativa.

Ela insistia que a gratidão explicava tudo.

O alemão não ficou inteiramente convencido.

Nem eu.

Na verdade, ela soava suspeitosamente como eu e a minha maldita proposta de um dólar.

Depois de completarem o ritual noturno, o empresário alemão finalmente relaxou o bastante para confessar o problema que o atormentava.

A russa escutou com paciência.

Então, como as mulheres vêm fazendo há séculos enquanto os homens fazem reuniões, ela produziu a ideia do século.

“Construa a sua própria fábrica de preservativos.”

O empresário ficou olhando para ela.

Ele não conseguia entender o que os preservativos tinham a ver com mamadeiras e chupetas.

Vendo a confusão dele, ela continuou.

“A matéria-prima já vem do Sudeste Asiático. Os custos de produção podem ser mantidos baixos. O transporte quase não afeta o preço final. Venda produtos de qualidade a preços acessíveis. Considere parte da margem um investimento.”

O alemão continuava sem ver a ligação.

Então veio a ideia de verdade.

“A cada cem preservativos produzidos, faça dez defeituosos.”

O empresário quase se engasgou.

“Defeituosos?”

“Só um furinho. Do tamanho de uma agulha. Invisível.”

Silêncio.

Então ela acrescentou:

“Os bebês cuidam do resto.”

O alemão explodiu numa gargalhada.

Afinal, ele era alemão, e os alemães em geral preferem estatísticas a milagres.

Mas no voo de volta para casa, o riso foi se apagando.

A ideia permaneceu.

Depois virou pensamento.

Depois possibilidade.

Depois mantra.

Por fim ele ligou para a russa e a convidou a entrar no projeto.

Ofereceu-lhe liberdade total quanto à remuneração.

Qualquer valor que ela quisesse escrever no seu cheque mensal seria aceito.

A natalidade se recuperou.

O consumo se recuperou.

O negócio das mamadeiras se recuperou.

E, com o tempo, as pessoas quase se esqueceram dos preservativos por completo.

Alguns até começaram a lavá-los, pendurá-los para secar e usá-los de novo.

Uma pequena mágica napolitana.

