

Nu com o bolso cheio

Fabiano Mazzei

Com marketing ousado, o designer Stefan Sagmeister tira a roupa para divulgar seu trabalho, conquistando fãs e clientes poderosos

A programação da palestra do designer Stefan Sagmeister, que acontece na quinta-feira 13, em um hotel de luxo de Porto Alegre, alerta para o tema: “Como o design pode fazer você feliz”. Mas o que todos querem mesmo ver é quem é o sujeito desengonçado e de cabelos bagunçados que chocou o mercado gráfico e publicitário norte-americano ao posar nu para a campanha que anunciou a nova sociedade de seu escritório em Nova York. A foto rodou o mundo em junho de 2012, mostrando o austríaco e sua sócia, a designer Jessica Walsh, então com 25 anos, sem uma peça de roupa sequer. Na verdade, Sagmeister estava de meias soquetes, mas pouca gente conseguiu reparar no detalhe.



Polêmica: Jessica Walsh e Stefan Sagmeister anunciam a sociedade em 2012

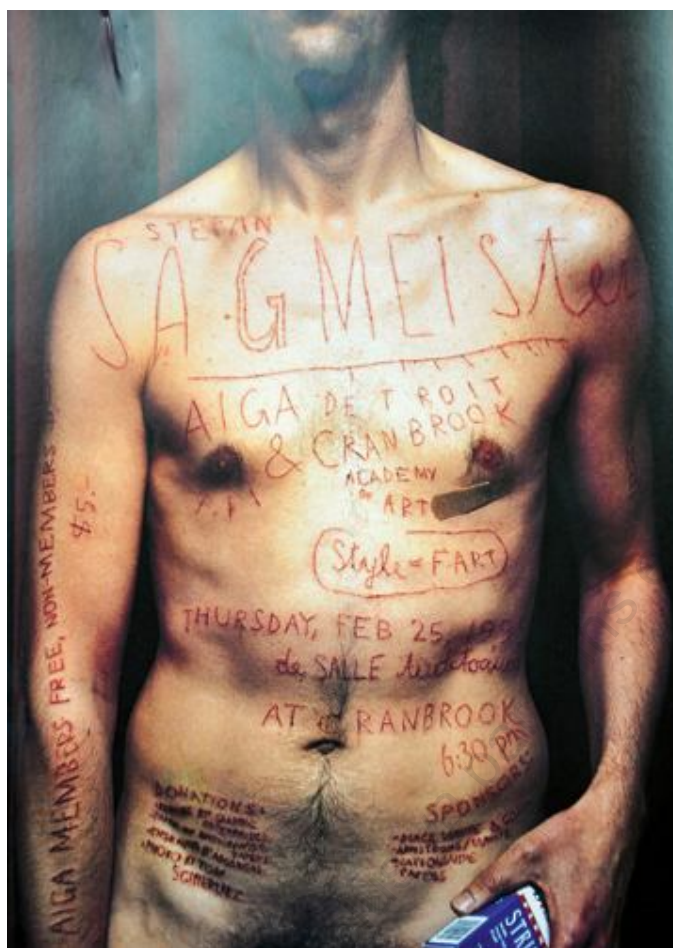
“Quando posei nu com a Jessica, meu desejo era anunciar que ela passava a ser minha sócia, minha parceira. E nós conseguimos isso. Eu diria que a imagem que enviamos à mídia e aos clientes é uma boa peça de design funcional”, disse o designer, de 51 anos, à DINHEIRO. A ousada estratégia não foi sua primeira vez. Em 1993, depois de passar por agências importantes como a londrina TWA, a Leo Burnett, em Hong Kong, e a M&Co, em Nova York, ele abriu as portas de seu primeiro escritório e disparou postais para potenciais futuros clientes com uma foto pelado. Foi um choque, virou um case de sucesso e abriu caminho para que o designer se tornasse um dos gurus da área, com uma agenda lotada de palestras e seminários pelo mundo.



Salto no ciberespaço: a ação rendeu 700 acessos por segundo no site

A tática deu resultado. O escritório ganhou clientes no portfólio já robusto de marcas como Levi's, Red Bull e HBO. Repetindo a fórmula, em janeiro deste ano a agência lançou novo website e identidade visual. Para divulgar a novidade, os sócios convocaram todos os funcionários para a sessão de fotos. De capacete de astronauta na cabeça – e apenas isso –, a trupe dá um salto e na imagem parece flutuar no ciberespaço. “Trabalhos assim têm um visual forte e contam a história do seu processo de produção em uma imagem única”, afirma ele. De novo deu resultado e, tão logo foi ao ar, o site passou a receber 700 acessos por segundo.

Para o professor de comunicação empresarial da ESPM, Edmundo Monteiro de Almeida, a estratégia é arriscada e torna o empresário-garoto-propaganda refém de um comportamento extracauteloso também em sua vida privada. “A imagem pessoal estará sempre ligada à da empresa”, diz. Haveria, contudo, um fator emocional que levaria a essa conduta. “Muitas vezes, o executivo opta por isso como uma maneira de aparecer, por puro ego mesmo”, afirma. Sagmeister concorda, mas reage com bom humor. “Como você pode ver na foto, o meu ego é grande. Já o ego de Jessica não é tão grande assim”, diz. Ser autêntico parece ser um dos seus trunfos, inclusive no processo criativo dos trabalhos.



Pôster da palestra que o designer deu em 1999, no AIGA, em Detroit: mutilado

Em 1999, ele criou um cartaz para o evento do American Institute of Graphic Arts (AIGA), do qual participaria em Detroit, escrevendo as informações em seu próprio corpo com pequenos cortes. "Eu poderia ter photoshopado a imagem, mas não teria o mesmo efeito", afirma ele. Por esse e outros trabalhos, como capas de CDs para bandas do quilate de Aerosmith e Rolling Stones, Sagmeister ganhou diversos prêmios. Sobre a aula que dará no País, seguida de um workshop para 20 pessoas organizado pela Will Meeting School, o austríaco defende que o design pode trazer felicidade à vida das pessoas. "Tudo o que cerca quem vive nas grandes cidades foi projetado. É como a floresta para os povos indígenas.



Ele também fez: em 2011, o milionário australiano Richard Branson, dono da Virgin, foi flagrado nu no Caribe

E, para o bem ou para o mal, o design acaba fazendo a diferença”, afirma. Outro ponto de seu discurso é a busca pela felicidade no trabalho. A cada sete anos, Sagmeister fecha o escritório e segue seu ano sabático. Em 2008, ele passou 12 meses em Bali, reciclando. “Esse tempo off me deixa mais feliz e, quando volto, sempre tenho mais clientes”, afirma. Já a receita para se estressar menos no trabalho não existe. “O importante é não perder o entusiasmo, e mudar pode ser uma boa alternativa”, diz. “O sucesso da minha carreira está ligado diretamente ao prazer que sinto em exercer minha atividade”, conclui.

Fonte: IstoÉ Dinheiro. [Portal]. Disponível em:
<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/121186_NU+COM+O+BOLSO+CHEIO>.
Acesso em: 10 jun. 2013.