

pa ra — ia

Querido leitor,

O ano de lançamento desta nova edição não poderia ter sido mais inesperado.

Na minha vida pessoal, as mudanças começaram no início de 2020, pouco antes de a AHLMA completar três anos, quando deixei a direção criativa da marca para me tornar consultor/conselheiro. Após um período inicial de experimentação, tinha chegado a hora de a marca ficar mais leve, para poder voar. E mais livre, para se entender e se reorganizar. Nesse momento, iniciou-se um grande trabalho de revisão do que havia sido feito, além do planejamento de novas rotas com o principal objetivo de viabilizar financeiramente o negócio.

O mais difícil já tinha sido feito: a construção de uma marca. Durante o tempo em que estive ali presente, pude testar na prática muitas das coisas em que acredito, aprender com as pessoas que estavam ao meu lado e, principalmente, ver a marca ganhar vida na vida das pessoas. Essa foi a maior recompensa. Em pouco tempo pude ouvir as pessoas dizerem “eu AMO a AHLMA” — ou seja, vi o surgimento de uma

lovemark (independentemente do que viesse a acontecer dali para frente).

Meu maior aprendizado foi de que marcas são feitas de pessoas, e todos que se envolvem na sua construção colocam nela um pouco de quem são. Da mesma forma, todos levam um pouquinho dela para sua vida. Foram muitos os laços que surgiram. Foram muitas as transformações pessoais na vida de cada um. Para sempre serei grato a todos que passaram por ali.

Desde então, mais coisa mudou, no mundo como um todo. Enquanto este livro estava na gráfica, fomos descobrindo com cada vez mais espanto os efeitos que um novo vírus teria em nossa sociedade. Aos poucos, começamos a ter discussões que estão afetando (e ainda irão afetar) muitas marcas e pessoas. Como podemos cuidar uns dos outros quando as estruturas nas quais nos baseamos ficam abaladas? Até onde pode ir um sistema que se preocupa mais com o lucro do que com a vida?

Fica aqui o meu convite para que você use esta experiência não só para refletir sobre os propósitos da sua marca como também sobre as relações que temos uns com os outros e com a sociedade. Tem sido lindo ver marcas de moda em Nova York, por exemplo, se preparando para produzir máscaras para médicos e outras pessoas das linhas de frente da crise sanitária que estamos vivendo. Como todos podemos contribuir para sair desta situação e chegar a um lugar melhor?