

MeccaDonald's, antiamericanismo antropofágico

E BUSH ATACOU. ATACOU OS VALORES DA TRICOLOR BANDEIRA AMERICANA AO PROMOVER UM CONFLITO INSENSATO. INVADIU UM PAÍS NUMA GUERRA BASEADA EM INTERESSES DAS «FORÇAS OCULTAS» QUE FIZERAM DO PRESIDENTE AMERICANO UMA BOMBA DE ANTIAMERICANISMO EM MASSA.

Se você ainda tem dúvidas se esta invasão tem interesses não-comerciais pergunte-se porque apenas empreiteiras americanas participarão da reconstrução do Iraque (sem falar no pedido de Bush pela preservação dos poços de petróleo) ou questione-se sobre o ato-falho do porta-voz da Casa Branca ao afirmar que os EUA invadiriam o Iraque mesmo se Saddam cumprisse as regras do ultimato, contradizendo seu próprio presidente.

O erro dos fanáticos que chegam ao poder é subestimar a inteligência das pessoas. Não, não estou citando apenas Saddam, mas do grupo que deseja transformar todo o mundo numa imensa Palestina, ignorando as crescentes manifestações internas e externas.

Numa época em que a censura da imprensa americana se equipara aos países periféricos, o efeito repúdio do "Rest of the World" preocupa ainda mais a já cambaleante economia norte-americana. Manifestações diante dos McDonald's e os crescentes boicotes aos produtos americanos são um aviso de que fora dos EUA não é bom negócio investir em nomes ingleses, referências e citações à América neste momento.

Sinal dos tempos provocados não por esta invasão mas pela Queda da Bastilha da nossa era: os atentados de 11 de Setembro. O rei ficou nu e castrado de suas duas torres.

O fim do sentido da existência da ONU só vem contribuir para este estranho mundo novo, que nada mais é que um museu de grandes novidades. Compare as citações de Hitler e Bush no início dos seus ataques contra a humanidade: "A Polónia recusou as relações pacíficas que eu desejava e apelou para as armas. A fim de medir esta loucura, não tenho outra escolha senão medir força com força, de agora em diante" (Adolf Hitler, 01/09/193). "Durante mais de uma década, os EUA realizaram esforços pacientes para desarmar o regime iraquiano sem guerra. Agora, os EUA têm a autoridade soberana de usar a força para proteger sua própria segurança nacional" (George W. Bush, 16/03/2003).

O mundo dos negócios seguirá os impactos da única superpotência, mordida como um cão feroz em busca dos felinos do terror. O fenômeno de produtos e sites não-alinhados com o Bonde de Bush terá aumentos significativos devido a interesses nem sempre pacifistas (Chirac ama a paz ou defende os interesses eleitorais e das empresas de seu país?).

Enquanto isso, as viúvas da ditadura e filósofos de botequim do DOPS defenderão os norte-americanos em qualquer catástrofe que eles proporcionarem. São os mesmos que procuram justificativas para a carnificina de civis de Dresden, Hiroxima, Nagasaki, Vietnã e etc.

O sucesso jornalístico da rede Al-Jazeera e o sucesso comercial da Mecca-Cola são exemplos significativos que as relações comerciais nunca mais serão as mesmas. A Al-Jazeera você já conhece, mas... Mecca-Cola? Se você pensou naquele refrigerante preto de rótulo vermelho acertou na associação.

Restrita ao sucesso inicialmente no Oriente Médio, a Mecca-Cola Beverage Company vendeu milhões de garrafas de seus produtos com um logotipo e sabor semelhantes à Mãe de Todas as Colas?

Em governos totalitários a Coca-Cola foi proibida por ser obra dos Estados Unidos do Mal. Mas o franco-tunesiano Tawfik Mathluthi capitalizou a antiga idéia de que se não pode vencê-los, faça um refrigerante parecido. Versões islâmicas de refrigerantes e cadeias de fast food se defendem com a mesma moeda: a habilidade de prosperar através da propaganda. O consumo, antes proibido, agora é estimulado. Mathluthi desbravou um filão inexplorado que ansiava em beber o 'caramelo maldito' no mercado-negro. Mas engana-se quem pensa que a Mecca-Cola é uma tubaina do deserto. A marca prioriza o engajamento político. Ao comprar uma Mecca-Cola, 20% do dinheiro do consumidor vai para obras de caridade, desta parte, 10% são destinados à Palestina para financiamento de obras visando educação e patrimônio. Perfeito para uma época de crescente antiamericanismo.

A estimativa conservadora de produção da bebida sem a guerra para 2003 era de 200 milhões de garrafas. A França foi o primeiro país europeu a aderir à moda Mecca no final de 2002. A bebida já é comercializada nos principais centros da Europa (Alemanha, Bélgica, Espanha, Holanda, Itália e Reino Unido). O público-alvo original era muçulmano. Agora os engajados e pacifistas também podem saborear os quatro sabores: cola (carro-chefe), laranja, menta e tônica.

Mathluthi, que já fundou uma rádio, não quer parar por aí. Além de lançar mais sabores para a Mecca-Cola, o empresário quer lançar o Halal Fried Chicken, versão islâmica da rede de fast-food KFC e possível concorrente do Habib's no Brasil. Mathluthi usa a velha tática de se defender com a mesma moeda: a habilidade de prosperar através da propaganda.

Meca é isso aí: uma cidade saudita considerada local santo para os muçulmanos. O rótulo enfatiza a causa palestina como a imagem da mesquita de Al-Qods em Jerusalém e os slogans "Beba com compromisso" e "Beba para defender nossa dignidade". Entretanto, a Mecca-Cola não é um fenômeno novo. Sua percussora é a iraniana Zanzam-Cola. Assim como a Al-Jazeera produz a multiplicação de emissoras dedicadas a notícias para o mundo

árabe.

Os produtos e sites Meccas são uma tendência Mosca-na-sopa. Você tira um site do ar, vêm mil blogs no lugar. Sabendo disso, as franquias do Burger King e McDonald's do Bahrein já faziam constantemente campanhas de donativos aos palestinos com medo do aparecimento, inevitável, de uma MeccaDonald's. Da mesma forma que a CNN e a BBC têm pelo menos uma versão em árabe de seus sites.

Existe saída. Nem Bush nem sua turma, que deixam os Saddams no chinelo, são eternos. As empresas sabem disso. Ninguém quer ter sua empresa alvo de homens-bomba, principalmente se a sua empresa está em todo o mundo. As emissoras e empresas de visão adaptam-se ao "resto-do-mundo" e não apenas o incorporam às suas metas traçadas. As pessoas realmente engajadas não são antiamericanas mas antiimperialistas. O mundo seria muito melhor se os Bushs tomassem... uma Mecca-Cola.