

Crítica // Air: A história por trás do logo ★★

A marca de um sapato na calçada da fama

Ricardo Daehn

Numa era em que valores de mercado da gigante Nike eram modestos, o CEO Phill Knight (nas telas, vivido por Ben Affleck, também diretor do filme), em meados dos anos 1980, teve decisões fundamentais a tomar. Cortes em verbas e de pessoal rondavam a equipe de ouro dele, formada pelo designer Peter Moore (Matthew Maher), pelo encarregado de marketing Rob Strasser (Jason Bateman) e ainda pelo audacioso executivo Sonny Vaccaro (Matt Damon), que estabelecia o nascente vínculo entre uma empresa de artigos esportivos e eminentes atletas.

Com dilemas como privilegiar forma ou função de um tênis, o personagem de Maher será fundamental ao longa que coloca Michael Jordan num verdadeiro pedestal. As maquinacões industriais de uma empresa ocupam boa parte do roteiro do estreante Alex Convery. Como esperado, a exemplo dos anteriores filmes de Affleck, diretor de Medo da verdade (2007), Armação perigosa (2010) e Argo (2012), o clima do filme é agitado, e repleto de personagens coadjuvantes.

Chris Messina é um dos que brilha na pele do desbocado agente David Falk e Chris Tucker esbanja carisma interpretando o vice-presidente de marca interna da Nike Howard White. Numa era de preponderância de homens no comando, é um colírio ver a influente mãe de Jordan, Deloris Jordan, ganhar o talento de Viola Davis.

WARNER/DIVULGAÇÃO



Filme. AIR: A história por trás do Logo

Warner/Divulgação



A personagem de Viola Davis é exceção ao machismo, em Air

Entre boas piadas que alcançam a juventude hitleirista (colada à concorrente Adidas) e ainda o slogan (Just do it), na propagação de um folclore, associado a ressignificação frente a parâmetros de execução. Com

a nítida inspiração nas cenas de negociação do pai das tenistas do longa King Richard, Air trata de negociações de patrocínio, se valendo da credibilidade de Matt Damon, com estratégia válida, já que

o personagem serve para acender a competitividade, diferenciando oportunidades para o personagem de Jordan (que praticamente não aparece em cena).

A missão do personagem de Damon é a de que “Jordan seja o tênis (a ser vendido)”, numa artimanha de personificação muito excêntrica, dentro de uma realidade em que tênis era um produto com popularização consolidada. Entre elementos de riscos (comerciais) e protótipos de calçados o universo do filme consegue ser palatável, e o roteiro ainda traz observações sagazes como a teoria de subversão para o entendimento da letra de Born in the USA, ainda em construção como um clássico de Bruce Springsteen. Mas tudo é tão pouco para justificar um longa-metragem.