

O dinheiro compra. E manda buscar

Consumidores de bolsos recheados podem pedir um champanhe a domicílio ou mandar vir de São Paulo

O dinheiro compra tudo e manda levar em casa às seis e meia da manhã ou buscar em São Paulo. Um aniversariante sortudo pode receber logo cedo um café da manhã em bandeja e xícara de porcelana e servir-se de frutas, pães, biscoitos, chás, geléias, manteiga, patês, queijos, suco de frutas e o jornal do dia. Um disco laser não encontrado nas lojas da cidade pode ser encomendado a uma empresa prestadora deste tipo de serviço. São segredos cosmopolitas que aos poucos chegam a Brasília para deleite de consumidores de bolso recheado.

Um champanhe gelado servido em taças de cristal e acompanhado de frutas e bombons em cesta de vime ornamentada com flores desidratadas vai à casa do presenteado por Cr\$ 6 mil 120. Frutacor, uma lojinha na 403 Norte, prepara essas corbeilles de frutas naturais ao gosto do freguês — manda vinhos, cervejas importadas, uísques, queijos diversos ou croissants, em conjuntos apropriados para executivos, namorados ou mães, em fins de tarde, à noite ou bem cedinho. A cesta mais cara — Cr\$ 7,5 mil — serve café completo a uma família de até seis pessoas.

Mussarela de búfala — Josemar Borges Jordão, gerente da Shopping Service São

Foto: ISAAC AMORIM



Jordão: Porcelana e réplica da Pietà

Paulo, já mandou buscar uma réplica da Pietà, de Michelangelo, em pó de mármore, para uma cliente. Mas nem todos os pedidos são tão inesperados assim — Jordão atende profissionais à procura de livros técnicos só disponíveis em São Paulo, peças de armamento, suprimentos de informática e armas de paintball (o esporte da moda, onde os praticantes guerream com revólveres de tinta). O freguês paga o valor da mercadoria, comprovado em nota fiscal emitida em seu nome mais 10 por cento sobre esse preço e arca com as despesas de transportes da encomenda.



Exotismo: Na Deguste, os vinhos convivem com mussarela de búfala

A Shopping Service cobra 30 por cento sobre o valor do produto quando o transporte fica por sua conta.

Se o desejo for comer mussarela de búfala não é preciso tanto esforço. Paladares tão exigentes podem fartar-se em diversas delicatessen instaladas em Brasília, nos pontos mais nobres do Plano Piloto e no Lago. A Deguste, por exemplo, vende a mussarela exótica por Cr\$ 950 o quilo e distribui para outras lojas do gênero. Semente de abóbora, amêndoas, ervilhas, grão-de-bico e castanha de caju torrados, mostardas belgas, azeites portugueses e

espanhóis, chá inglês, salmão e caviar, geléias estão à disposição nessas lojas miúdas e coloridas, mesmo antes da liberação do mercado brasileiro aos importados.

Escolher um presente para quem já tem tudo é uma dificuldade explorada pelo marketing publicitário e um filão para dezenas de lojas especializadas. Móveis antigos, porcelana chinesa na espessura da casca de ovo, cristais tchecos, peças finlandesas, copos e bules em estanho são especiarias que o mercado oferece para agradar a gregos e troianos — ricos.

Garçons e revistas — Hélio Nakanishi, cabelo abaixo dos ombros, seguros num rabo de cavalo, blazer, camisa e calça pretas, trabalha cercado por nisseis, as mulheres vestidas com um quimono preto com estampa em branco, estilizando folhagens. Nos dois salões, há prestativos garçons servindo água e cafezinho. As desgastadas revistas de focas são substituídas por revistas estrangeiras especializadas em moda e beleza. Luiz Antônio, um dos cabeleireiros de Luiz Carlos, está em Nova Iorque, participando de um curso e Marina vai à Espanha.

Dois dos nomes mais conhecidos no setor, Hélio e Luiz Carlos, apesar de assistirem a um desfile diário de sobrenomes influentes em seus espelhos, garantem que os preços são acessíveis. Por Cr\$ 2,5 mil é possível a uma simples mortal ter um corte de cabelo assinado por Hélio Nakanishi, ele próprio garante. Luiz Carlos diz que bastam Cr\$ 6 mil para que uma mulher tenha a maquiagem, o penteado e as unhas feitos num dos mais chiques salões da cidade.

ISAAC AMORIM



Nakanishi: Penteados elegantes entre quimons pretos e garçons

Hollywood. Nas paredes de sua sala de trabalho, fotos e mais fotos de rostos jovens e bonitos, de figuras conhecidas nas colunas sociais como Ana Maria Gontijo, Marita Martins, Mara Amaral.

Em Brasília desde 1968, Luiz Carlos conta que é um dos 12 maquiadores brasileiros convidados a participar de congresso internacional da categoria, em Amsterdã, em setembro.

Esta cidade quando veste é luxo só

Com o melhor guarda-roupa de festas do País, Brasília marca preciosos pontos na alta costura

Conceição Freitas

Brasília veste *black-tie* e *habillé*, usa rolex e pérolas com a tranquilidade que o eixo Rio/São Paulo já não tem. O roteiro da moda inclui as griffes requintadas que aterrissam no rastro dos burocratas, políticos e diplomatas, mulheres e filhos. A cidade compra e usa sedas e tafetás, tropical e gabardine ingleses, de janeiro a janeiro e pode envaidecer-se de ter o melhor guarda-roupa de festa do País. A empresária Cleuza Ferreira, proprietária da Magrella, e de franquias da Giorgio Armani, Maria Bonita e Zoomp, viaja pelo menos uma vez por semana para os grandes centros em busca de mercadoria para satisfazer a afeição de consumo de roupas na capital da República.

Se o ParkShopping não deixa nada a dever a seus congêneres e reúne as etiquetas mais valorizadas do meio, a alta costura faz seus pontos a contento e exhibe Angélica Rezende, estilista disputada e reconhecida. Estamparias exclusivas na seda, recortes únicos no couro são luxos acessíveis a quem tem dinheiro e não quer usar a ponte aérea. As sócias Elza Azambuja e Virginia Valadares, donas da Contato Modas, no Lago Sul, fazem esse trabalho artesanal a preços que preferem não declarar. Cleuza Ferreira, que tem a maior exposição de *habillé* da cidade, define seus preços entre Cr\$ 70 a Cr\$ 176 mil para veludos alemães, tafetás italianos, crepes chineses, bordados com pedrarias importadas.

Assistência técnica — A plaqueta indicando a *vendita promozionale* na vitrine da Giorgio Armani revela que o estilista italiano mandou montar sua loja em Brasília com todas as características originais da griffe. Diógenes Ferreira e Carlos Alexandre falam inglês, usam gomalina no cabelo, desfilam Armani da cabeça aos pés e atendem os clientes com pose de europeu — vendedores para ninguém botar defeito. É Brasília na rota do luxo, pelas mãos da elite financeira.

Para os saudosos dos bons serviços das casas comerciais de São Paulo, o cerrado já importou até assistência técnica para roupas e calçados. A Chocolate, loja de vestuário feminino na lista das melhores, garante à cliente o conserto de sua roupa para casos de eventuais estragos, mudança de cor ou desgaste de enfeite. Um dos proprietários da Cat Shoes e da franquia Teresa Gureg, Paulo Maurício da Silva, também recupera sapatos e bolsas comprados nas suas lojas. “Uma cliente teve uma bolsa de *mayale* (couro de porco) cortada por um assaltante no Rio, nós mandamos para a fábrica e a mercadoria

ISAAC AMORIM



Paulino: Um alfaiate a domicílio que inclui na sua lista de clientes figuras notáveis da República

WANDERLEI POZZEMBOM



Cleuza: Vendendo as griffes mais respeitadas do meio, ela festeja a liberdade de importar tecidos

ISAAC AMORIM



Angélica: Uma estilista disputada cujas roupas chegaram a Nova York

foi recuperada”, conta. Dependendo da extensão do dano, o serviço é gratuito. **Recessão à distância** — Passam as caravanas mas as noites continuam exibindo luxo, saltos e rococós. A empresária Cleuza Ferreira festeja a liberação das importações e aguarda as facilidades para ter à mão os tecidos das festas dos salões do poder. Inaugurada em dezembro de 1989, quando o mercado esperava alterações na economia, a Giorgio Armani conseguiu mostrar que em Brasília a recessão passa longe dos colarinhos importados. A loja vende mais que a do Rio e só perde para São Paulo.

Acompanhando a tendência dominante

na moda internacional, as griffes investem no clássico — “nada de modinha”, diz Cleuza Ferreira. “Meu trabalho está voltado para o Brasil, para as coisas daqui e levando em conta o lado sócio-econômico”, diz ica Rezende, às voltas com os linhos, cambraias, sedas e crepes, seus tecidos preferidos. Angélica faz alta costura e *pret-à-porter* e atende ao Rio e Goiânia — e suas roupas já chegaram a Nova Iorque e Washington, na mala das clientes de Brasília. A rotati-

vidade dos que moram aqui traz benefícios para quem cria moda e, para Cleuza Ferreira, esses viajantes reconhecem que não é preciso mais mandar buscar.

Glamour do cerrado — A diversidade de estilos que as griffes se esforçam tanto para manter só não contagia os de paletó e gravata. José Paulino Filho, alfaiate há 30 anos, já sabe que nenhum estilista desbanca o guarda-roupa do presidente da República, qualquer que seja ele. Os jaquetões à moda José Sarney foram substituídos pelos paletós tradicionais de dois ou três botões, à Fernando Collor de Mello. Paulino veste o porta-voz Cláudio Humberto e isso conta no currículo. Seus fregueses são atendidos nos gabinetes para onde o alfaiate se desloca com seus apetrechos para medir, moldar, provar e entregar.

Às sextas e sábados o ParkShopping fica na porta esperando não apenas o cliente da cidade mas um outro que vem do Norte e Nordeste e nem precisa esticar ao Sul para ter a última coleção completa da marca preferida. “Temos clientes que compram todas as peças da estação”, conta Miguel Santos, gerente da Leilui, casa de roupas masculinas, de confecção própria e revendedora de nomes requintados como Georges Henri, Tweed e Mr. Wonderful. Há 20 anos no ramo, Cleuza Ferreira, não deixa por menos: “Brasília é uma cidade glamourosa” — para espanto de quem achava que nada podia esperar do cerrado.



Nas horas de folga, a corte ri à toa

Sobre uma sela argentina ou com um taco de golfe de 3 mil dólares, a elite prova que sabe se divertir

FOTOS: CARLOS MOURA



Balanco equestre: Na Sociedade Hípica, há uma diferença entre cavalgar e montar

Das máximas do ex-presidente Figueiredo, frequentador assíduo do anedotário popular, uma parece retratar o fascínio que o lazer desperta enquanto manifestação de elite: o cheiro do cavalo é mais agradável que o do povo. Claro que essa sensibilidade olfativa não se refere ao pangaré atrelado à carroça do garrafeiro. É necessário que a montaria digna de tal inspiração tenha sobre si alguém com berço — ou com bolso. No roteiro do luxo, o que vale é uma atividade capaz de associar a rusticidade de um picadeiro empoeirado a uma montaria de 50 mil dólares; a transformação de um animal de tração em um espécime com porte e elegância.

Atrás desse prazer, cavalgam nomes como Maria Eugênia Stroessner, madrinha da ditadura paraguaia, perfeitamente adaptada ao *glamour* de Brasília após a debandada do Chaco. Se para o inquilino do Brasil penhorado "andar a cavalo" é simplesmente trotar em algum descampado ou rodear uma praça sobre um pônei estropiado, para a elite esse prazer implica alguns encargos extras, principalmente aqueles que fazem da Sociedade Hípica de Brasília seu palco de aparições públicas.

É preciso cavalgar, e não montar (no dicionário do luxo, não são sinônimos). Sobre a montaria, não uma manta ou assento de um curtume qualquer, mas uma sela argentina de 1,5 mil dólares e culote de seis mil dólares; no focinho, nada que lembre ferragens retorcidas e mal-acabadas, e sim o brilho de uma cabeçada de 300 dólares. Do tendão às narinas, o prazer vem associado ao gasto, a algo que diferencie a "prática equestre" do mundano, do comum, do corriqueiro. Instaladas na Hípica, as lojas Guardia (ex-Pinguelim) e Orny Ecos facilitam essa diferenciação.

Para financiar esse *hobby*, que muitos praticam como esporte de competição, é necessário desembolsar Cr\$ 28 mil mensais para que a montaria, invariavelmente um cavalo com direito a árvore genealógica e registro de paternidade, tenha alimentação, higiene e pernoite condizentes com o prazer a que se propõe. Depois de tanto investimento, cavalgar e saltar têm de ser uma arte, precedida por um luxo necessário, o treinamento, que pode custar outra cobrança em dólar. Concluído tal percurso, o praticante passará a ter a noção exata de que "cair do cavalo" é um charme, com a chancela do príncipe

Charles e Calvin Klein.

Para alguns, entretanto, trotar no lombo de um animal precisa ser adestrado em busca de elegância no lazer é por demais trabalhoso. No mínimo, uma aventura. Nesse caso, a rota leva a práticas também abençoadas por uma nobreza sempre influente, que podem ir da classe de uma tacada de golfe, a um *smash* preciso numa quadra de tênis. Em ambos os casos, o dinheiro movimentado nos circuitos profissionais tornou esses esportes populares internacionalmente — o golfe é uma atividade que atrai estudantes de classe média nos Estados Unidos, e as raquetes já são equipamento comum em países como Suécia e Alemanha. Em Brasília, esse clima de "vamos invadir sua praia" ainda não chegou.

A capital da República oferece as sofisticadas instalações da Academia de Tênis, erguida como um oásis de pompa à margem do Lago Paranoá. Ali, reúne-se uma



Tênis: Do oásis à privacidade

O roteiro da luz noturna

A efervescente Brasília dos lobbies, da política (quando não há recesso "branco") e do frenesi do poder apaga as luzes às 18h e mostra, à noite, o lado provinciano de uma ilha encravada em meio ao cerrado. Para o cidadão comum, a capital há muito deixou de ter a frieza das quadras sem esquinas, grita de cariocas saudosos, e de ser a mórbida cidade sem engarrafamentos e gás carbônico, paixão do paulistano cosmopolita. Mas, aos que posam como deuses terrenos, a sede do Governo parece perder pique quando a luz é artificial e faz emergir seu lado de fazendão do Planalto Central.

A esses, resta a fuga da ponte aérea, ou o recurso de um Learjet estacionado no Terminal 2 do Aeroporto Internacional. Para os que ficam magnetizados em Brasília, e teimam em dizer que aqui não fazem escala grandes eventos artísticos ou do show business, vale a torcida para que uma socialite entre mil rescuscite alguma data e convoque o seleto grupo do high society; a que alguma "locomotiva" promova um *rega-bofe* qualquer.

Brasília é mais condescendente com a chamada juventude dourada, que, bem ou mal, encontra espaço para sua iniciação nessa tarefa delicada do lazer noturno com luxo. "Importada" da Europa, onde devastou os países com mais truculência do que as manifestações populares no Leste do continente, a lambada conquistou os quadris elegantes

elite política e financeira, em partidas que podem ter como adversários o ministro do Exército, Carlos Tinoco, ou o general Leônidas Pires Gonçalves. Ou a iniciante Rosane Collor de Mello, primeira-dama de um país que ainda calça chuteiras.

Aos que entendem a privacidade como culto a ser preservado, é possível ter em casa alambrado, rede, iluminação e um piso de Lisonda (material de última geração usado em competições de tênis) pela bagatela de Cr\$ 3 milhões. Todo o material, inclusive raquete Pince, bolas Mercur (nacional), tênis, meia Thorton, camisa pólo e bermuda sai para o iniciante cerca de Cr\$ 45 mil. A opção pela pompa elevaria o custo do lazer em 200 por cento.

O roteiro sofisticado permite, ainda, que se opte pela tranquilidade de extensos gramados, a elegância de 14 tacos de metal polido e a companhia permanente de *caddies*, que respondem pelo lado pouco nobre do lazer: é a prática nada simplória do golfe. Em Brasília, o Clube especializado nessa atividade ocupa uma área valorizada à margem do Lago Sul, próximo ao Clube das Nações e à Academia de Tênis. Frequentado rotineiramente por diplomatas estrangeiros, membros do Itamarati, empresários e banqueiros, o Clube de Golfe surge como reduto inviolável de um *hobby* que pouco atrai o grande público.

Por isso mesmo, vale o investimento em tacos que podem custar três mil dólares (o jogo), transportados em bolsas de cem dólares e que arremessam bolas de 35 dólares a dúzia. Aliás, esse é o único esforço do praticante de golfe, que tem peso do equipamento liberado por carregadores que recebem seis dólares por 18 buracos (mais gorjeta), e seu próprio percurso facilitado por carinhos com dois lugares, oferecidos em São Paulo a um preço próximo a Cr\$ 300 mil.

tes de noitadas no Banana Republic (nada mais sugestivo), que funciona no antigo restaurante do Entrecôte — reduzido ao *scotch bar* do térreo.

Junto com a boate Ópera, que também funciona no paradisíaco Lago Sul, as casas fazem a festa de famílias como os Leão, Salomão e outros "ãos", que parecem dar bem a noção de que o sufixo espelha a grandeza. Nesses casos, as caixas registradoras tilintam contas de até Cr\$ 30 mil.

O último endereço desse lazer avesso a caipirinhas, o restaurante Rua Principal, na 404/405 Sul, traz uma outra faceta desse tipo de badalação: montado por pessoas que têm desenvoltura no meio social, o local oferece a pompa de garfo, colher e faca com pedigree. Vive a *différence!*

Quando o apetite vai ao paraíso

Em respeito ao paladar de um gourmet de luxo, os cardápios valorizam os mínimos detalhes

Máximo Manzollito

É bem possível que o gado confinado no Rio Grande do Sul ou o camarão pitu escolhido a dedo em Pernambuco nada signifiquem para o cidadão comum, acostumado a peças congeladas de coxão-duro de açougues mambembes e a miragens de frutos do mar em profusão. Aos que frequentam o circuito gastronômico com a desenvoltura de quem vai à cozinha da própria casa, entretanto, a qualidade dos pratos oferecidos em sofisticados *menu* da cidade depende de requisitos que variam da procedência dos ingredientes à higiene mantida pelo mestre-cozinha, passando pela qualidade dos condimentos utilizados na receita.

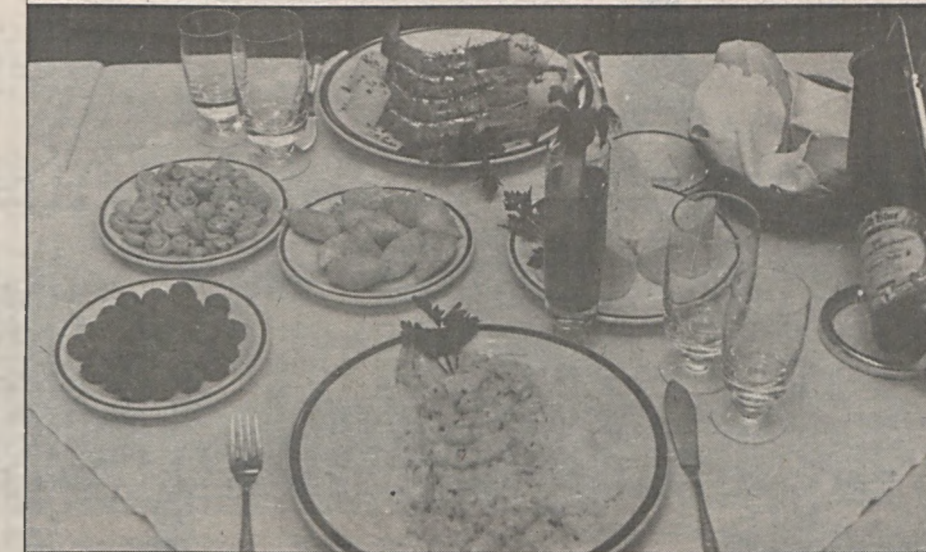
Esse ritual do bem-comer é seguido como bíblia em restaurantes como Florentino Grill, Lake's Baby Beef, Gaf e La Becasse, santuários de uma seita exótica que adota como fundamental a filosofia da etiqueta e o prazer de degustação. Beca de pinguim, sisudo como *maitre* da linguística e pomposo como guarda real britânico, e *maitre* entra como guru dessa celebração alimentar, definindo, praticamente, se o templo gastronômico está habilitado, ou se sucumbirá na vala comum das casas a *la carte* da classe média.

Talher de prata — Com lugar especial nesse roteiro, o Gaf, que alcançou notoriedade como "restaurante dos governistas" ao apagar das luzes do regime militar, conta com a fiscalização pessoal do *maitre* Waldemar na aquisição de seus produtos. Tanta preocupação com a qualidade — exigida pela clientela — motiva preços que ultrapassam as posses de quem não tem um lugar cativo no círculo do talher de prata. Um prato como camarão ao catupiry, acompanhado do vinho alemão Spatlesse — o mais solicitado — pode sair por Cr\$ 10 mil para um casal, incluído *couvert* e gorjeta. Aos que preferem carne bovina, o filé servido no molho escargot sai pelo mesmo preço.

Para a trinca de *maitres* do Lake's Baby Beef — Rios, Castelinho e Cícero — nada mais degustável em Brasília do que a picanha fatiada do restaurante, prato oficial do presidente Fernando Collor de Mello, em suas aparições domingueiras. A pedido também seduz assessores de primeiro escalão como os ministros Bernardo Cabral (Justiça), Zélia Cardoso de Melo (Economia) e Antônio Rogério Magri (Trabalho e Previdência Social). O requinte do serviço chega ao ponto de a carne, fornecida pela Bordon a partir de gado em confinamento, o que a torna mais macia, ser grelhada no braseiro na frente do freguês.

Clientela ilustre — Em princípio secundária, e mesmo opcional, a guarnição

FOTOS:IVALDOCAVALCANTI



Bom apetite: Dos camarões de Pernambuco à carne gaúcha, o paraíso de um gourmet

O Castelinho da oposição

É Castelinho, quem diria, comandante - em - chefe do golpe militar de 1964, primeiro presente de um regime que duraria 21 anos, acabou, por uma dessas ironias do destino, servindo picanha fatiada ao presidente Fernando Collor de Mello, eleito após as desventuras desse período de exceção. Do Augustus de 1965, quando atendia o adolescente filho de senador ilustre, ao Lakes Baby Beef de 1990, onde atende em meio ao rebuliço da aparição pública de um chefe de Estado, muito pouco mudou na vida de Antônio José Bezerra, apelidado Castelinho por parlamentares de oposição, que viam em sua semelhança com o marechal uma forma de amenizar a frustração causada pelo silêncio de quem divergia. "Olha quem esta aí! É o desgraçado do Castelinho!"

Ao contrário do experiente *maitre*, verdadeiro patrimônio de Brasília, "pra-

IVALDO CAVALCANTI



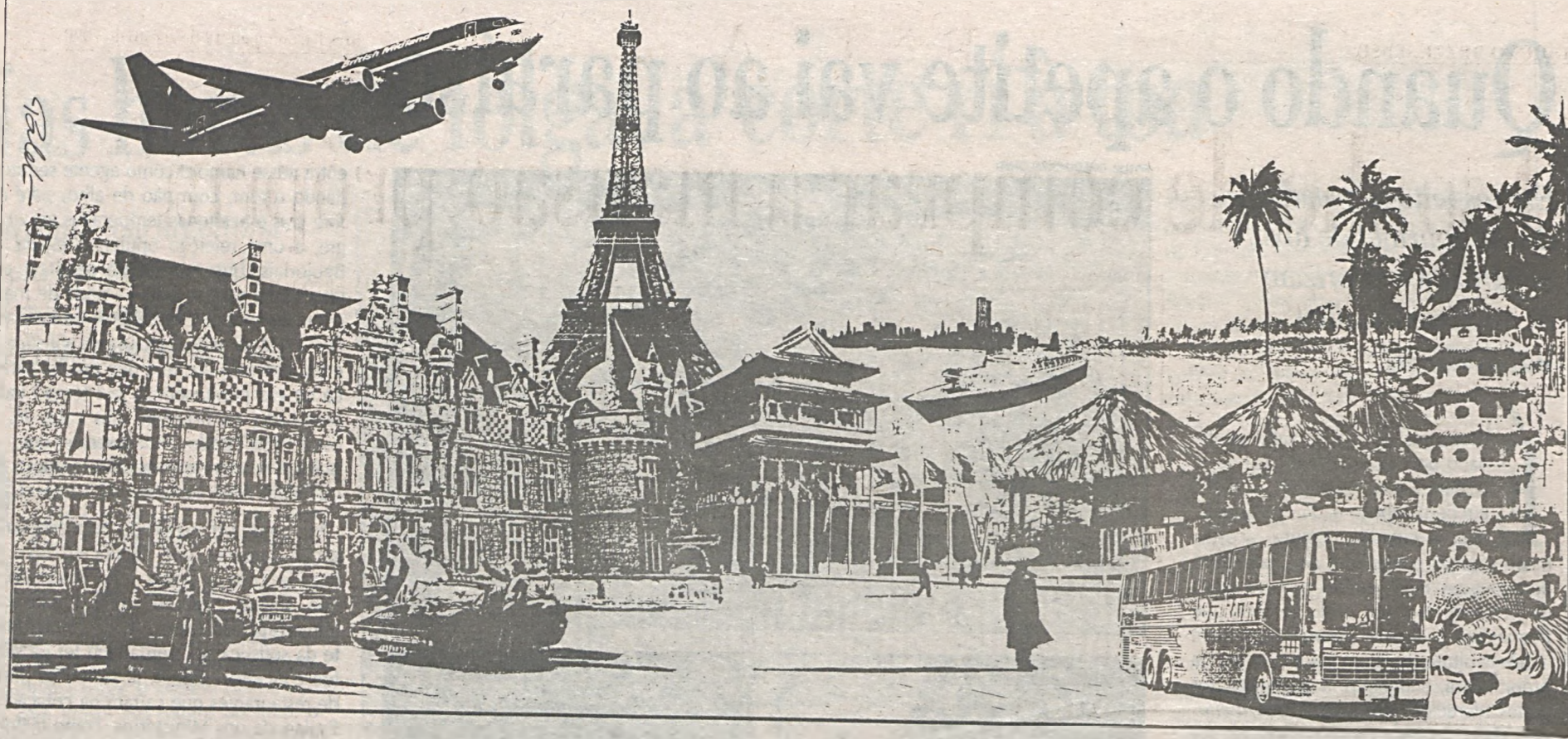
Rios: Um *maitre* disputado

to" predileto de políticos como Teotônio Vilela, Dinarte Mariz e Jessé Freire, o jovem de 16 anos, que frequentava restaurantes como Bonapetit e Augustus acompanhados de amigos como Luiz Estevão e Paulo Octávio, chegou ao Palácio do Planalto e indicou, extra-oficialmente, Castelinho como o melhor profissional da cidade. Causou consternamento a ausência do *maitre* dileto

entra nesse namoro como agente sedutor, dando o tom, com pão de alho, *pâté de foie gras* e azeitonas temperadas ao vinagre, a uma refeição opulenta regada a Beujorlais, que certamente resultará em uma conta extravagante — nada de mais, se avaliarmos a clientela. A curiosidade dessa relação entre restaurante sofisticado e sua clientela ilustre é que não há garantia de sua permanência, por tempo indeterminado, na listagem das casas *in*. O ostracismo pode vir mesmo que se busque manter um padrão mínimo de qualidade e um atendimento aceitável.

Isso pode ser explicado pela estreita ligação daqueles que significam luxo de Brasília com o poder aqui instalado, e que sugere, sempre, uma atualização ininterrupta do roteiro. Essa condicionante da sofisticação, verdadeira lei da selva (de concreto e fumê), já lacrou as portas de restaurantes que caíram na cotação da Esplanada dos Ministérios, como o Bonapetit; arranhou os talheres bem polidos de outras como Gaf — que ainda não conquistou em definitivo a preferência dos inquilinos dos Três Poderes — e dinamitou o orgulho de casas como o Pianella, do doutor Ulysses, que caiu em desgraça quando ninguém mais botou fé no "velhinho".

rara reforçar a regra, restaurantes como La Becasse e Florentino Grill ascendem, soprados por ministros e dirigentes do Governo. Não fugindo à regra, o Florentino da 404 Sul, opção bissexta do ex-terrapresidente do PMDB, sucumbiu (em termos de fama e preferência), estando hoje fora do circuito do requinte.

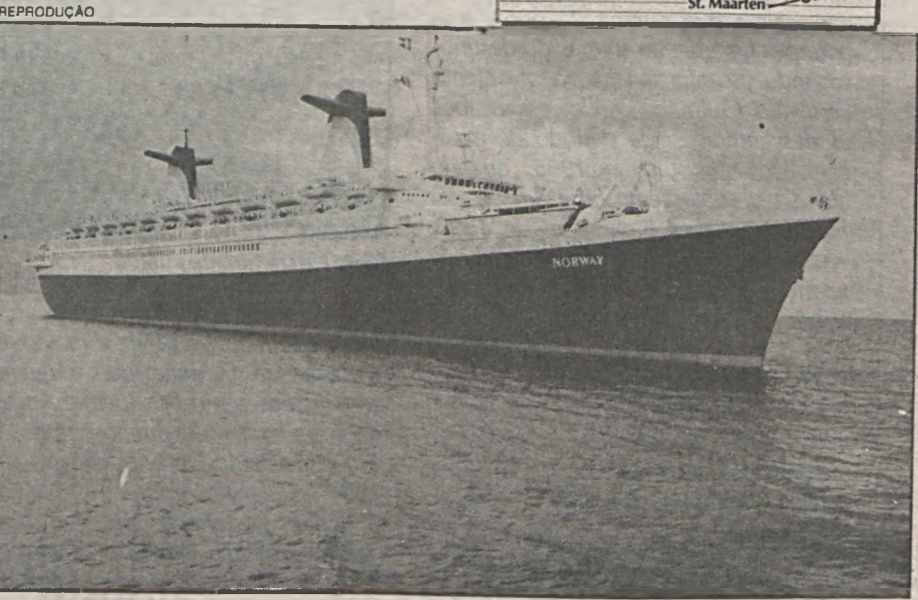
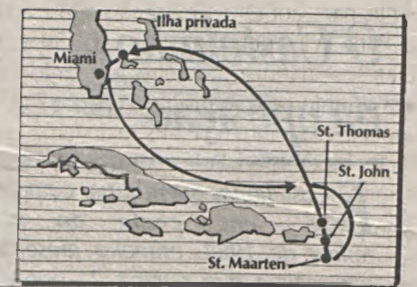


Eles sabem que navegar é preciso

A elite brasileira está descobrindo a Ásia e não renuncia aos prazeres dos cruzeiros marítimos

Música clássica — O prazer das areias brancas e águas puras, entretanto, tem seu preço. No sofisticado *Vistafjord*, navio de propriedade da Cunard, que também atraca em seus portos o imponente *Queen Elizabeth*, pode-se dar uma volta ao mundo em 93 dias, ocupando uma suíte de luxo por pouco mais de 90 mil dólares. Os brasileiros, entretanto, preferem embarcar no *Vistafjord* apenas em alguns trechos do cruzeiro — o que, ainda assim, renderá o prazer de cruzar os mares ouvindo o melhor da música clássica ao vivo, com piano, violino ou violoncelo, acompanhados por um soprano ou tenor de renome internacional. "Os adolescentes preferem ir para a Flórida, incluindo algumas cidades norte-americanas, canadenses ou o Caribe",

atesta Fernanda Mascarenhas, diretora-presidenta da Stella Barros Turismo, uma agência inaugurada em abril. Seus quatro meses de trabalho já permitem sentir a nova tendência. "Estamos prestando atenção ao crescimento de pedidos de viagens para o Japão". Na terra do sol nascente, um *tour* de uma semana sairá por 3 mil 700 dólares, já incluída passagem aérea Rio-Tóquio, a parte mais cara para alcançar os samurais.



Cruzeiro: A bordo do Norway, os brasileiros navegam no Caribe (mapa)

Em busca de aventura — Além dos roteiros mais tradicionais, como as viagens ao coração da Europa, são comuns temporadas pela costa do velho continente passando pelas praias mais famosas por 5 mil dólares por pessoa. "Uma parte da elite é um pouco conservadora em termos de turismo internacional. E a elite mais exótica não procura agências de turismo. Ela própria define seu roteiro e embarca à espera de alguma aventura mesmo", informa Fernanda Mascarenhas.

Talvez por isso ainda sejam comuns opções como Las Lenas e Bariloche, nas regiões mais geladas da Argentina. Mas as agências procuram atrair a sofisticação. Por dois mil dólares, o turista poderá comprar um pacote de 13 dias na Itália e nos Alpes, subindo no pico de Mont-Blanc, estrategicamente situado na fronteira entre Itália, França e Suíça, e hospedando-se em hotéis como o Villa Sassi, cuja construção data do século XVII. Ou então optar pela bela região francesa de Borgonha, Alsácia e Champagne, onde poderá visitar a cave do famoso champagne *Moet Chandon* em Epernay. Com tantos atrativos, a nata financeira da cidade não deixa dúvidas: Portugal e Espanha, por exemplo, ainda não participam dos roteiros de luxo, que cada vez mais se voltam para países e regiões asiáticas. E em terras brasileiras, o máximo que os brasileiros endinheirados têm-se permitido fazer é conhecer o Pantanal, gastando algo em torno de Cr\$ 10 mil por dia. Uma quantia inexpressiva para quem está habituado a andar pela Europa com um motorista-guia da Executive Car Internacional, que tem ordens expressas de apanhar seu passageiro em algum porto no final de um cruzeiro.

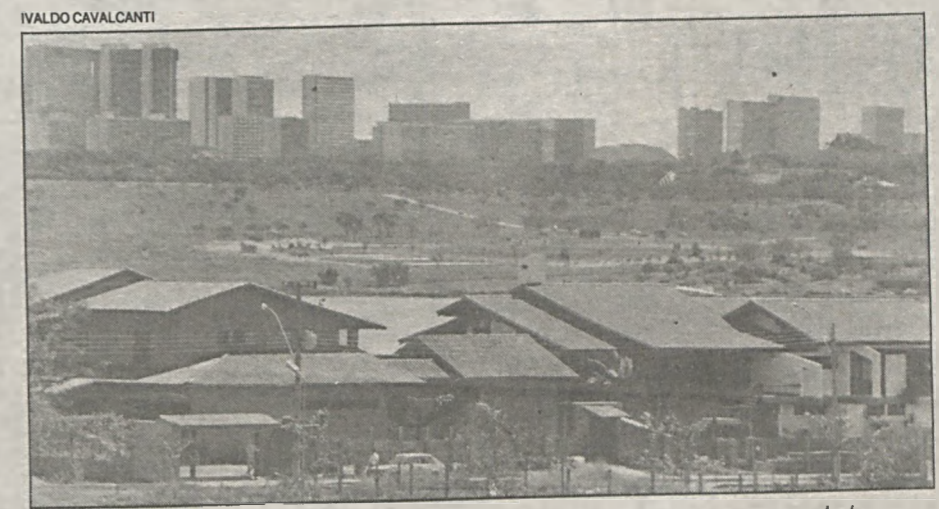
O sonho de comprar a mansão própria

Nas regiões mais nobres da cidade, erguem-se elegantes residências de meio milhão de dólares

Morar no Lago Sul não é mais um privilégio. Infestado de moradores que migraram do Plano Piloto raspando o "porquinho" das poupanças, de neoburgueses que prosperaram no comércio e, agora, de aventureiros dos condomínios rurais que não hesitam em se cobrir com tetos de zinco para se estabelecerem próximos à zona mais nobre da cidade, o bairro deixou de ser o extrato do que de mais sofisticado existe em Brasília. Não há como generalizar — a farofa chegou, num certo exagero daqueles que parecem ter raízes ali.

A necessidade de refugiar-se da investida furiosa de uma classe média em mudança — seja na busca de uma moradia adequada a uma família que teima em se expandir de uma corrida rumo ao status — motivou os *habitués* do luxo a se concentrarem em quadras específicas, antes que houvesse uma dispersão nada interessante. Nessa nova realidade, constatada pelas imobiliárias que trabalham especialmente com imóveis de maior valorização, a elite estabeleceu como endereços prioritários as Quadras do Lago (QL) 10 e 12, esta última englobando a Península dos Ministros, as Quadras Internas (QI) 7 e 9, que abrangem chácaras no miolo do bairro — preferidas por missões diplomáticas — e os setores de 7 a 10 do Park Way, onde se avolumam mansões em terreno de 20 mil metros quadrados, em média.

Casas impopulares — Seria preciso um prêmio acumulado da Sena para que o feliz apostador entrasse no fechado círculo dos nababos que se encastelam em fortalezas de 550 mil dólares, ou simples-

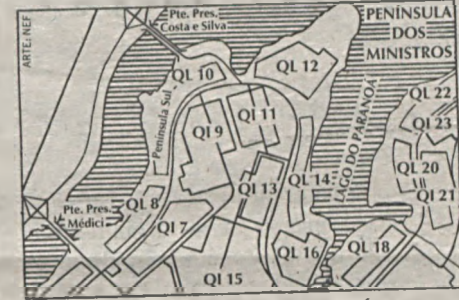


Coisas de cinema: Nas mansões do Lago Sul, a cidade exhibe um microcosmo do luxo

O epicentro dos casarões



Park Way: Nas quadras de 7 a 10, as mais valorizadas, os terrenos chegam a 20 mil metros quadrados



Lago Sul: O prazer de morar está nas QL 10 e 12 e nas QI 7 e 9, incluindo a imbatível Península dos Ministros

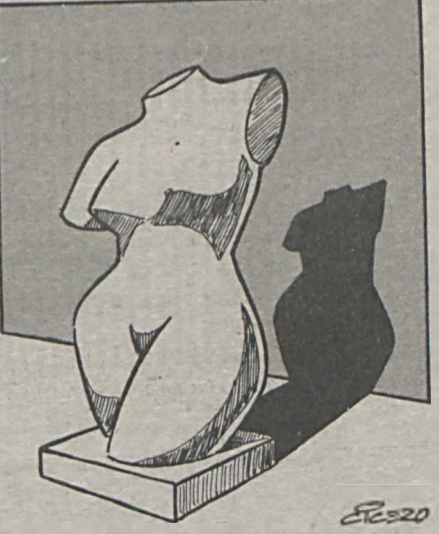
mente para adquirir uma área valorizada no Park Way pela bagatela de 200 mil dólares — daqui o cruzeiro foi banido e vaga errante pelo Plano Piloto e satélites. Associar a vizinhança ilustre à fama de região hiperespeculada, com o tempero de mitos e lendas da política, podem lançar o preço do imóvel em níveis estratosféricos. É o que ocorre com as mansões construídas recentemente nas proximidades da Península dos Ministros, que têm uma avaliação aproximada de Cr\$ 50 mi-

lhões, dependendo de sua área útil. Inepito em sua atuação como imobiliária, o Governo lançou uma campanha para a venda das "casas impopulares" da Península que, apesar do rótulo, despertaram o interesse de pessoas com nível de popularidade assombroso — o ex-governador Joaquim Roriz não conseguiu arrematar um dos imóveis colocados em leilão. Mesmo com a campanha explicitamente negativa, não houve como reduzir o valor de aquisição. O sonho de mui-

Os apóstolos da estética

Nessa batalha cotidiana em busca do requinte, que em trincheiras menos profundas, como o lazer, seria possível obter uma vitória apenas comprando as armas ao alcance da mão, o front da decoração pode-se converter em uma escandalosa derrota. A sofisticação exige que se seja preciso, que se baile entre o tiroteio do brega e da cafonice, e a conformidade do kitsch. Para quem perde tempo, paciência e calorias nessa guerra, transformar uma mansão em um invólucro do exagero ou do comum pode signi-

ficar pegar o percurso errado de uma maratona. Esse "perigo" motivou o surgimento de assessorias especiais de arquitetura e decoração de interiores, cujas sugestões são verdadeiras bíblias para uma elite que se atualiza tão rapidamente quanto a língua portuguesa. Tal espaço (e mercado) abriu as portas para o chamado "consultório de arquitetura", montado pela profissional Vic Abras, que realiza de projetos de residências a de iluminação de jardins. Para segurança de quem tornará público o gosto "pessoal" já na primeira recepção, o consultório propõe do material a ser utilizado no acabamento às obras de arte que complementarão os recintos. Os profissionais do meio costumam di-



zer que não há um padrão a ser seguido ou um costume regional que caracterize a elite da capital, mas sempre há aqueles que solicitam os serviços de consultores especializados e, numa recaída de posse, exigem a colocação de algum ornamento que lhe agrade. Trata-se de uma receita quase infalível para se chegar ao climax da cafonice, ou de uma miscelânea de pórticos japoneses, maçanetas douradas e tapetes persas. De certo, apenas a garantia de que Brasília atende às necessidades dos interessados, mesmo os de maior sofisticação, desde o iraniano Bahram, com sua loja de tapetes na 403 Sul, aos quadros primitivos e modernos de galerias como a Performance — muito pouco se importa do eixo Rio-São Paulo.

“A alegria é o mais alto luxo”

Para o carnavalesco Joãozinho Trinta, que não peca por omissão, o mundo é uma alegoria

■ Para Joãozinho Trinta o mundo “é uma grande alegoria” e a vida “o alto luxo”. Nascido João Clemente Jorge Trinta há 54 anos em São Luís do Maranhão, o mais importante carnavalesco entre os que pontificam nas escolas de samba do Rio tem uma visão particular sobre o que é o luxo e o fascínio que ele exerce sobre as pessoas. “Povo gosta de luxo. Quem gosta de miséria é intelectual”, disparou um dia, escandalizando meio mundo. “O luxo a que me referia era o luxo da emoção”, explica Joãozinho nesta entrevista bastante cáustica em relação ao luxo das elites brasileiras. “Quando desfilei os mendigos pela Marquês de Sapucaí, vi o impacto que provocou nas pessoas”, recorda. “Na verdade no Brasil tem muita Maria Antonieta, mandando o povo comer brioches”, alfineta em um dos momentos desta conversa no barracão da Beija-Flor de Nilópolis, no centro do Rio.

L. C. Maranhão
Rio de Janeiro

AJB



Joãozinho Trinta: “Sou sagitariano e meu luxo é viajar”

O que é o luxo?

O luxo é a qualidade de vida. E a surpresa, o milagre da vida. Nas coisas mais simples e mais complicadas existe o luxo. A alegria é um alto luxo para mim. Quando eu disse que povo gosta de luxo, a tradução deste luxo não era a ostentação, jóias, riquezas que são coisas malditas. O luxo a que me referia era o da emoção, da beleza, da participação, criatividade, o momento de acontecer. Estas coisas que as pessoas ainda não tinham colocado em pauta antes de eu fazer aquela afirmação.

O luxo material é imoral?

É mais do que imoral. É maldito segundo a própria Bíblia, que contém na minha opinião todas as sabedorias. O que não quer dizer que ele não seja justo em determinadas situações. É claro que é importante viver bem, por exemplo. Quem não gostaria de ter uma casa maravilhosa, equipada, comer do bom e do melhor, viajar. Deixa de ser bom quando é demais para uns e de menos para outros. E este, infelizmente, é o caso do brasileiro.

A escola de samba é um luxo?

Claro que é um luxo. É o luxo da participação que é exercido pelo povo, a gente que costumo definir como classe Z. As pessoas que fora da escola de samba só têm como atividade lúcida a televisão, este veículo acaba provocando problemas pelo consumismo que expressa e cultiva. O luxo da escola de samba é, insisto, o da participação. Este povo que vive sentado em frente à televisão e olha o anúncio de uma boneca Xuxa e não tem dinheiro para comprar. A mulher vê o Tarcísio Meira e ao lado tem o marido desdentado. E o marido assiste Pantanal, sonha com a Juma e tem ao lado uma mulher barriguda, fim de festa. Na escola de samba estas pessoas encontram uma saída.

Como é a saída?

A da emoção. As pessoas sem expectativa de vida encontram na escola de samba o momento em que elas acontecem. Todo ser humano tem necessidade visceral de acontecer. Na avenida, a pessoa deixa de ser o operário ou operária anônima, deixa de ser apenas uma lavadeira, tem outra dimensão de beleza em relação à vida. Se reconhece por um outro lado e não apenas por aquele do cotidiano onde trafegam os trens imprensados como gado em busca de um tostãozinho no final do mês.

Não seria então uma alienação?

Não, de forma nenhuma. Na verdade é um ajustamento em relação à vida. As pessoas começam a enxergar outras dimensões na vida. Uma mulher do povo de 70 anos é considerada decrepita, tem relegada toda a sua experiência de vida porque é uma velha. Na escola de samba ela adquire vigor porque o samba é a alegria, que é a energia mais importante do mundo, prevalece. A alegria, aliás, é um alto luxo para mim, como já afirmei.

Mas quem fez a apologia do luxo naquela célebre frase, como você, acabou desfilando a miséria na Marquês de Sapucaí com o polêmico enredo “Ratos e urubus, larguem a minha fantasia”, em 1989.

Quando fiz os mendigos tirando das igrejas restos de luxo foi justamente para acentuar o desequilíbrio material na sociedade brasileira. Temos a riqueza mais generosa de um lado e a pobreza

mais cruel do outro. Na verdade, o impacto foi provocado porque a elite brasileira desconhecia a existência de mendigos. Aliás aqui no Brasil tem muita Maria Antonieta (monarca da França derubada pela Revolução Francesa) e que nos seus castelos de Versalhes mandam o povo comer brioches. Então esta gente levou um susto quando viu os *sans-coulote* (descamisados no mesmo episódio da Revolução) desfilando na avenida.

Um desfile crítico assim muda a cabeça das pessoas?

Pelo menos eu não cometo o pecado da omissão. Pelo menos eu retrato e jogo na cara. Daí toda aquela celeuma criada pela igreja que impediu que o Cristo saísse fantasiado de mendigo. Hoje o Cristo é mais mendigo do que redentor.

Por que o luxo material exerce tanto fascínio sobre os pobres?

A televisão tem responsabilidade sobre isto numa sociedade de massas, bastante desumanizada onde os conceitos de ser e ter se misturam. Confúcio (filósofo chinês) dizia: “A prisão do mundo é a vista”. Então toda essa valorização do visual estimulando desejos acaba exercendo fascínio sobre as pessoas. O homem só se sente realizado quando ele tem a posse de uma situação material. Sonha com uma mansão, enfim. Há de fato a exacerbação do poder material. Por outro lado, o mecanismo do consumo exige rapidez. Então todos os dias novas necessidades são criadas, as coisas são devoradas rapidamente e daqui a pouco até a fama durará apenas 15 minutos. Nesta expectativa de luxo, há muito lixo.

Qual é o seu luxo pessoal?

Sou sagitariano e dizem os entendidos que sagitariano já nasce com a maleta pronta. Neste sentido, viajar para mim é um grande prazer. E conheço quase o mundo todo. Certamente viajar para mim é um alto luxo.