



Crônica da Cidade

SEVERINO FRANCISCO | severinofrancisco.df@dabr.com.br

Cinemateca de Brasília 2

Brasília é uma cidade inventada por artistas ou por políticos com alma de artista. Segundo Niemeyer, ele promoveu a integração da arquitetura com as artes porque queria que, quando os políticos tomassem as grandes decisões do país, sempre pensassem na cultura. Era uma visão generosa, mas talvez um pouco ingênua.

O Rio de Janeiro se beneficiou da mudança da corte de Dom João VI para

o Brasil em 1808, pois o rei criou todo um aparato de instituições culturais. E Brasília se prejudicou com regime de exceção instalado quatro anos depois de sua inauguração e também com a má vontade dos presidentes João Goulart e Jânio Quadros, que detestavam a nova capital modernista.

Com todos esses atropelos não foi possível construir e constituir instituições culturais à altura da capital. Brasília tem uma história muito rica com o cinema. Nenhuma capital do mundo foi tão documentada visualmente quanto a nossa cidade. E, reparem: com cinco anos de existência, em 1965, a cidade já tinha um curso de cinema, criado por Paulo Emílio Sales Gomes e por Nelson

Pereira dos Santos, iniciativa pioneira na universidade brasileira.

Apesar do histórico e da condição de capital do país, Brasília não tem uma cinemateca. A memória da cidade agoniza. O acervo de Lucio Costa está em Portugal. E o que dizer do acervo do Cinemória, de Vladimir Carvalho, doado para a UnB e nunca apropriado pela instituição?

Estava pensando na desmemória atual de Brasília e na necessidade da criação de uma cinemateca quando me deparei com um depoimento precioso de Paulo Emílio Sales Gomes, no livro Uma situação colonial? (Cia das Letras). Sim, nos tempos em que foi professor da Universidade de Brasília, ele tocou no tema.

Sigamos o relato de Paulo Emílio depois de promover uma mostra sobre o cineasta francês René Clair: "Torna-se evidente que as tarefas de difusão de uma cinemateca poderão adquirir na nova capital um cunho, uma amplitude e um significado em profundidade, ainda inéditos no panorama brasileiro."

Se os serviços que a Cinemateca poderá prestar a setores adultos da população de Brasília já se anunciam tão ponderáveis, tornam-se irrisórios perto do que poderá ser feito junto às crianças, argumenta Paulo Emílio. "O esquema educacional previsto para Brasília tornará possível, finalmente, a única ação realmente decisiva com a qual sonham os responsáveis

pelas cinematecas: vencer o analfabetismo cinematográfico no mesmo terreno, a escola, em que o outro está sendo vencido. O bom encaminhamento do projeto de lei número 711 de 1959, a perspectiva de fundos federais para a Cinemateca, estão delineando uma fisionomia totalmente nova para o movimento de cultura cinematográfica no Brasil."

É claro que muitas coisas aconteceram depois do artigo de Paulo Emílio. Mas a ideia de uma cinemateca da capital do país permanece plenamente atual e pertinente. Uma capital não pode ser mero cenário para um faroeste caboclo, ela precisa irradiar inteligência própria, sob pena de correr sérios riscos.

ECONOMIA / O Distrito Federal possui cerca de 5 mil profissionais especializados em corte de cabelo masculino, segundo a Fecomércio. O ramo ganhou impulso ao agregar valor aos espaços com convivência e lazer, além do trato no visual

Barbearias atraem mais jovens

» LUIS FELYPE RODRIGUES*
» JOÃO CARLOS SILVA*

O mercado de barbearias e salões de beleza para o público masculino tem crescido no Distrito Federal junto à demanda dos homens por serviços de estética e autocuidado. De acordo com os dados compilados pelo Mapa do Comércio, ferramenta da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio-DF), na capital federal, há uma média de 2 mil barbearias, com cerca de 5 mil pessoas atuando na área. Profissionais com mais tempo de experiência lembram que os clientes têm esses estabelecimentos como ponto de encontro para a promoção da autoestima e notam que o mercado tem atraído jovens profissionais.

O público masculino está mais preocupado com a imagem pessoal e profissional. Os homens têm se cuidado mais e isso tem feito com que os empreendimentos do ramo sejam mais visitados por eles. Com isso, os empresários oferecem um cardápio variado para atrair a clientela. De acordo com o gerente da Tex Barbearia, localizada no Setor de Indústrias Gráficas (SIG), Henrique Viana, 27 anos, o público busca muito mais do que um corte de cabelo ou uma barba bem desenhada. Há uma série de coisas que atraem os clientes e o local deve contar com várias opções de distrações, como som ambiente, mesa de sinuca, bar e estúdio de tattoo.

"Já aconteceu de um cliente vir fazer uma tatuagem e acabou cortando o cabelo e vice-versa", comenta Henrique. "Temos clientes que toda semana vêm aqui dar um trato na beleza e tomar uma cervejinha", acrescenta. A barbearia no SIG atende, no mínimo, 35 clientes por dia e, aos finais de semana, o número pode chegar a 50.

Segundo o levantamento, existem no DF cerca de 16 mil firmas registradas na categoria, que engloba barbearias, salões de beleza, manicure e pedicure. Desse total, cerca de 14,4 mil são de Microempreendedores Individuais (MEI). Os dados mostram que muitos são salões de beleza que funcionam em conjunto com barbearias. Do ano passado para cá, foram abertos 7.147 CNPJs do ramo de beleza.

O gerente de barbearia, Henrique Viana, conta que os jovens estão antenados nesse mercado de trabalho. "Estamos recebendo diversos currículos de profissionais novos, na faixa de 20 anos. Outro dia mesmo, vieram dois com uns 23 anos", conta. Essa é uma tendência já confirmada pelo mercado. Barbeiro de celebridades da música sertaneja, o brasiliense Thiago Soares, 31, começou a cortar cabelo e fazer barba nos fundos da sua residência, em Sobradinho 2. Hoje ele atende em uma barbearia badalada de Goiânia, que tem como sócio o cantor Rodolfo, que faz dupla com Israel. Ele conta que o ramo é um espaço em ascensão, mas exige muito profissionalismo "É

Fotos: Kayo Magalhães/CB/D.A Press



Barbearias estão atraindo jovens profissionais para o setor, que oferece um cardápio variado para atrair a clientela, como mesas de sinuca, bares e estúdios de tatuagem



Gabriel Carlos corta o cabelo de João Guilherme, 12: nova geração de profissionais e de consumidores

preciso estar antenado nos tipos de cortes que os homens buscam: cortes sociais e modernos, desenho, coloração, design de barba", detalha Thiago.

Clientela feliz

Bhrener Matos, 38, consultor de relações governamentais, se mostra muito preocupado e atencioso com sua beleza. Toda semana ele está na barbearia. "Eu costumo gastar, por corte e barba, R\$ 100 por semana. Se incluir os produtos que utilizo no

cabelo, por mês, os custos giram em torno de R\$ 600", destaca.

O consultor conta que costuma dedicar 1h30 em suas idas ao barbeiro. E o que mais o atrai nesses locais são os ambientes confortáveis, limpos, com ótimos profissionais, máximo de serviços possíveis, uma boa localização, café, estacionamento e, o que não pode faltar, uma cervejinha. "Após sair de lá, eu me sinto extremamente confiante, seguro e feliz", conclui Bhrener.

Essa forma de negócio tem sido fortalecida à medida em

que o público masculino está mais focado em elevar a autoestima. É o caso do estudante universitário Kauã Magalhães, 19, que retorna à barbearia Régua Máxima de três a quatro vezes por mês para retocar o visual. No estabelecimento, localizado em Valparaíso de Goiás, o rapaz adquiriu um plano mensal que favorece muito suas finanças. "O certo do corte degradê seria R\$ 35, mais R\$ 5 da sobrançela. Pelo plano eu pago R\$ 80 mensais, bem mais em conta", comemora.



Os jovens estão antenados nesse mercado. Estamos recebendo diversos currículos de profissionais novos, na faixa de 20 anos. Outro dia, vieram dois com uns 23 anos"

Henrique Viana, gerente de barbearia

Kauã destaca o bem que o corte de cabelo faz. "Eu me sinto mais cuidado e, deixando o cabelo curto, eu consigo economizar no shampoo", comenta. Ele ainda relata que tem costume apenas de cortar o cabelo, mas seus amigos gostam de tingir o cabelo em épocas de fim de ano e também investir em diversos produtos capilares, serviços que também podem ser encontrados em barbearias e salões de beleza. "Hoje em dia uma barbearia tem vantagens sobre as outras se ela tiver algum

passatempo. E também aquelas que são mais organizadas e sem filas enormes", completa.

E não há idade para o homem começar a se cuidar. Marcia França, 51, é mãe de João Guilherme Macedo, 12, e prefere levá-lo em barbearias. Ela conta que o filho sai bonito e relaxado. "É muito bom encontrar lugares e pessoas que tratam seus filhos com carinho e excelência", completa.

*Estagiários sob a supervisão de Patrick Selvatti