



Crônica da Cidade

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

O primeiro beijo

Com a internet, as informações viajam com uma velocidade vertiginosa e nos deixam atônitos. Confesso que não consigo acompanhar tudo que me mandam. Em 1921, ocorreu um apagão nas redes sociais e uma representante da vanguarda do atraso fez uma ameaça apocalíptica para defender o voto impresso: “Já pensou se isso ocorre durante a eleição com urnas eletrônicas?”

Se fosse verdadeira a lógica da moça, teríamos de renunciar aos aviões a jato e

nos movermos de carroça, pois sempre haveria o risco de uma pane. Eu estava devaneando, erratically, sobre essas questões quando recebi um vídeo produzido pelo Instituto Moreira Salles sobre o marceneiro Jaime Vilaseca.

Ele se envolveu e se viu envolvido em um lance de acaso e mistério. Foi chamado para construir uma estante de livros para Clarice Lispector. Ela ficava calada quase o tempo todo, sempre observando o movimento.

No entanto, em um átimo, disse para o marceneiro que ele estava fadado a fazer molduras de quadros. Jaime ficou assustado, achou engraçado e reagiu com descrença. Considerou o vaticínio completamente absurdo, destituído de qualquer

fundamento. Todavia, Clarice fez umas encomendas e, logo em seguida, o levou a um encontro com vários artistas plásticos.

Jaime iniciou um convívio com artistas, se tornou um aprendiz e depois um mestre das molduras muito requisitado. A profecia de Clarice, uma mulher de rades de sensibilidade poderosos, se cumpriu fielmente. Além disso, me chamou a atenção uma história contada por Jaime, que se transformou no belíssimo conto O primeiro beijo, narrativa ficcional no limiar da poesia.

Tenho muita curiosidade sobre a gênese das canções, dos poemas, dos romances, dos filmes e dos contos. Vamos à história. Jaime viajava com o pai numa subida de serra para Niterói quando o carro aqueceu muito e tiveram de

parar em um acostamento. Hoje, é mais raro um carro, razoavelmente novo, apresentar problema mecânico, mas, naquela época, era muito comum.

O então adolescente sentiu uma sede terrível e buscou, desesperadamente, água para se saciar. Jaime contou a história para Clarice e ela recriou tudo no conto. Acompanhamos a narrativa sob o olhar de Clarice: “O instinto animal dentro dele não errara: na curva inesperada da estrada, entre arbustos estava... o chafariz de onde brotava num filete a água sonhada. O ônibus parou, todos estavam com sede, mas ele conseguiu ser o primeiro a chegar ao chafariz de pedra, antes de todos.”

E continua: “De olhos fechados entreabriu os lábios e colou-os ferozmente

ao orifício de onde jorrava a água. O primeiro gole fresco desceu, escorrendo pelo peito até a barriga. Era a vida voltando, e com esta encharcou todo o seu interior arenoso até se saciar. Agora podia abrir os olhos. Abriu-os e viu bem junto de sua cara dois olhos de estátua fitando-o e viu que era a estátua de uma mulher e que era da boca da mulher que saía a água. Lembrou-se de que realmente ao primeiro gole sentira nos lábios um contato gélido, mais frio do que a água.”

Olhou para a estátua nua. Ele a havia beijado: “Até que, vinda da profundidade do seu ser, jorrou de uma fonte oculta nele a verdade. Que logo o encheu de susto e logo também de um orgulho antes jamais sentido: ele...Ele se tornara homem.”

Fotos: Ed Alves/CB/D.A Press



Fábio e Bianca Luz: eventos com tema do Brasil ganharam força



A gerente Wilna Rodrigues celebra vendas da camisa canarinho



Decoração e adereços verde-amarelos coloreem as vitrines do DF

COMÉRCIO / Mundial de futebol movimentou mais do que emoções de fãs. Lojas de roupas, adereços e restaurantes estão otimistas com expectativa de faturamento 8,4% a 10% maior que na disputa de 2022

Comércio em ritmo de Copa

» LUIZ FELLIPE ALVES
» BEATRIZ OCKE*

A contagem regressiva para o Mundial começou, e o brasileiro já se enche de esperanças para o sonhado hexacampeonato. Além de mexer com as emoções, a competição, que ocorre de 11 de junho a 19 de julho, promete movimentar a economia local. Um levantamento do Sindicato do Comércio Varejista (Sindivarejista-DF) mostra que as vendas do setor devem crescer 8,4% contra 6,2% em relação ao Mundial anterior. O principal motivo para esse otimismo está na quantidade maior de dias do campeonato — 39.

“As lojas mais beneficiadas serão as que vendem material esportivo e televisores. Entretanto, os grandes magazines também estão estocando os mais variados produtos que tenham relação com o futebol”, aponta o presidente da entidade, Sebastião Abritta.

Nas lojas de adereços e artigos festivos, o termômetro está aquecendo. Carmen Souza, subgerente da loja Lembrança Datas e Festas, afirma que a expectativa é de uma arrancada nas vendas nas próximas semanas. “Nós acreditamos que as pessoas vão se motivando cada vez mais ao passar do tempo”, avalia. Confiante, a equipe de Carmen estipula um crescimento de até 10% em relação ao campeonato passado.

Alguns produtos já garantiram o topo do pódio. “As bandeiras estão saindo muito. As pessoas vêm para cá e compram direto”, revela Carmen. Bandeiras, bandeirolas, itens como cofres em forma de bola e materiais sonoros, como as vuvuzelas, lideram a procura. Assim como a sua gerente, a vendedora Amanda Souza se mostra confiante para as vendas esse ano. “Eu acredito que as pessoas vão ficar mais animadas assim que a copa começar. Depois do primeiro jogo, as vendas vão aumentar muito”, afirma.

Febre verde e amarela

O mercado de eventos também pega carona no entusiasmo dos torcedores. Os empresários Bianca



Amanda Souza acredita que depois do primeiro jogo, as vendas vão aumentar muito

Luz, 46 anos, e Fábio Boseli, 50, proprietários de uma empresa de preparação de festas, revelam que a demanda por comemorações temáticas disparou. “Somente em maio, fizemos duas festas neste sentido. As pessoas estão procurando muito”, conta Bianca.

O foco nas lojas de festas tem sido o nas lojas para os brindes personalizados, que se tornaram

o carro-chefe do período. “Há uma grande busca por produtos personalizados para lembrancinhas. Agora mesmo, estamos procurando garrafas para personalizar e colocar como lembrancinhas da festa”, explica Fábio.

A tradicional camisa da Seleção, contudo, continua sendo o foco principal das vendas. A comerciante Wilna Rodrigues relata que a busca

pelo manto ganhou força total recentemente. “Nas últimas semanas, o movimento aumentou muito. As pessoas estão querendo camisetas e estão vindo em peso”, diz.

A queridinha, é claro, é a amarelinha, o principal produto comercializado da loja. “Mas o novo modelo está sendo mais procurado. Toda hora temos que renovar o estoque com novas peças”, acrescentou.



Mariana Frota: crescimento de até 30% em relação à última Copa

Torcida reunida

A dinâmica das partidas jogará a favor dos donos de bares e restaurantes. Como todos os jogos da Seleção Brasileira na primeira fase do campeonato irão acontecer à noite, entre 19h e 21h30, o setor gastronômico prevê faturamento recorde.

Alcioni Peruso, vice-presidente de Restaurantes e Bares do Sindhobar, estima um incremento de 20% no movimento da capital. “A Copa é um evento que movimentou muito o nosso setor. Os brasileiros vivem a competição durante os jogos do Brasil, os estabelecimentos estarão cheios”, prevê.

Ao lado do Estádio Nacional Mané Garrincha, o complexo gastronômico Mané Mercado estruturou uma programação especial para a Copa do Mundo. O local contará com o Espaço Panini para troca de figurinhas e venda de álbuns, além de cerca de 15 telas espalhadas por todo o ambiente e música ao vivo nos dias de jogo da Seleção. A expectativa de crescimento em relação à última copa é de 25% a 30%.

“Nossa equipe está preparada para receber um público maior. A gente costuma definir como um carnaval fora de época, pensado em muita alegria e muita ocupação no local”, destaca a diretora de comunicação do Mané Mercado, Mariana Frota.

Apesar do primeiro jogo do Brasil acontecer apenas em 13 de junho — contra o Marrocos —, o esquema da copa no Mané Mercado tem início no último domingo de maio (31). “Vamos transmitir esse último amistoso

do jeito que vamos transmitir o restante dos jogos da copa”, afirmou.

Diante da previsão de casa cheia, Mariana alerta para a necessidade de planejamento. “A disposição das telas permite que os clientes assistam aos jogos de qualquer canto do Mané. Por isso, se a pessoa quiser algum lugar específico, é importante fazer a reserva com antecedência”, adverte.

A atmosfera do mercado já começou a mudar, ganhando os tetos decorados com fitas verdes e amarelas. O clima do Mundial também invadiu as cozinhas, onde os restaurantes tiveram a liberdade de criar comidas e bebidas específicas. “Tem opções para todos os gostos”, explicou Mariana.

Uma das ações que irá acontecer durante o período da copa é o festival da hamburgada, que já é um clássico do espaço. Entretanto, os hambúrgueres serão em homenagem aos países da copa. “É uma releitura dos pratos que já são servidos pelos restaurantes, mas que possuem um toque novo em homenagem a esses países”, ressaltou a diretora de comunicação.

Entre os sanduíches que foram reimaginados, estão os restaurantes Tudo do Porco e Mar Casa, que prepararam pratos em homenagem à Alemanha e Inglaterra, respectivamente. Além dos pratos, o Mané Mercado investiu em seis drinks autorais, com destaque para o Pelé e o Mané. Agora, resta ao comércio e à torcida cruzar os dedos e esperar que o movimento nas caixas registradoras seja acompanhado pelo grito entalado de “É CAMPEÃO!”