

Shoppings se vestem para o Natal

Fotos: Geraldo Magela

Antes mesmo das lojas, as áreas comuns já estão decoradas

Investimentos altos para atrair os consumidores

O tradicional Natal antecipado dos shoppings já começou, e este ano os consumidores brasileiros verão mais enfeites, corais, músicos e outras atrações, além dos Papais Noéis, naqueles centros de compras. Para fazer da época natalina uma surpresa positiva em meio à recessão que dominou o mercado em 98, os shoppings estão fazendo o máximo para dar um clima propício ao consumo, incluindo o aumento dos investimentos nessa ambientação.

As lojas dos shoppings, especificamente, ainda não começaram a enfeitar vitrines e interiores, mas as praças e corredores já estão devidamente decorados. O Conjunto Nacional, por exemplo, além de todas as reformas que vem fazendo para modernizar suas instalações, aumentou em 30% os gastos com enfeites e eventos natalinos.

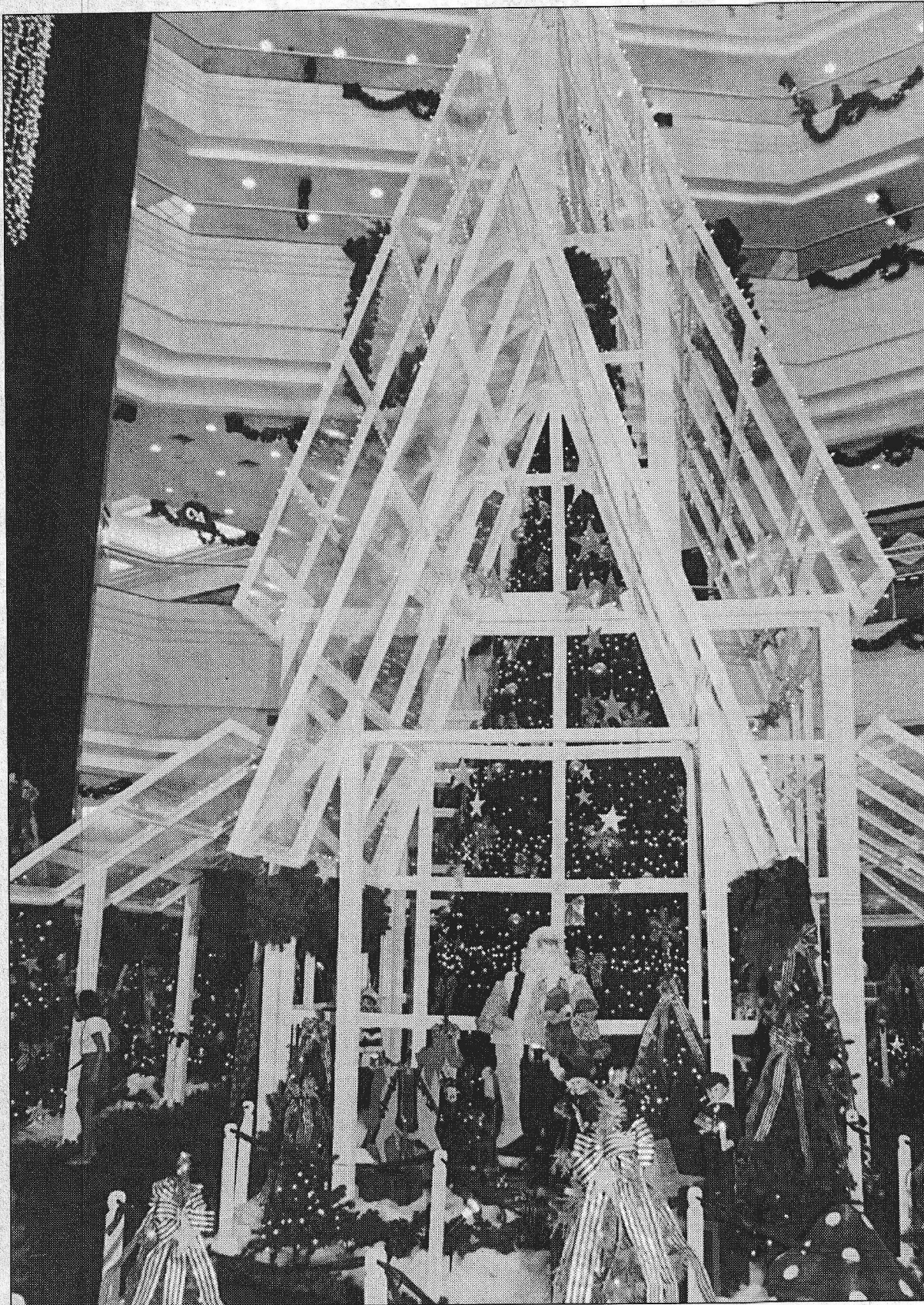
"Investimos na campanha natalina R\$ 750 mil. A gente acredita muito nesse Natal. Se conseguirmos criar um clima propício, será muito bom para os lojistas", disse o gerente de marketing do shopping, João Marcos Mesquita.

Barroco

No Conjunto Nacional, o "clima propício" se traduzirá, por exemplo, nos 15 grupos musicais contratados para tocar músicas barrocas e MPB nas dependências do shopping.

"A questão do barroco veio porque é muito associada aos anjos. Além disso, sempre apoiamos a arte e a cultura e resolvemos fechar o ano com esse tema", explicou Mesquita, referindo-se também à gigantesca árvore de Natal instalada numa das praças do shopping — réplica da "Angel tree" (Árvore dos Anjos), do Metropolitan Museum of Art, de Nova Iorque.

O Pátio Brasil uniu uma decoração cativante à diversão para a criança. Uma cidade natalina foi construída na praça principal, com escorregas, bonecos e um chalé onde a criança pode se divertir enquanto os pais fazem as compras. Sem contar, é claro, com um Papai Noel que posa para fotografias



CHALÉ cristal no Pátio Brasil deixaram as crianças enloquecidas com a novidade deste ano

com crianças e também dá voltas pelos corredores.

"Esse ano o shopping está mais preparado, com mais lojas e mais diversão. Nosso investimento foi de R\$ 500 mil. Ano passado, ficou entre R\$ 200 mil e R\$ 250 mil", disse o supervisor de marketing do Pátio Brasil, Alexandre Mendes.

Excluindo o Papai Noel, uma das grandes atrações do Pátio Brasil é a mímica Elisângela Sidrine, cujo trabalho desperta muita curiosidade no público. Com maquiagem e figurino especiais, ela atua nas vitrines das lojas repro-

duz movimentos robóticos de brinquedos animatrônicos. "Em lojas onde eu fiquei as vendas chegaram a aumentar de 20% a 30%", garante Elisângela.

Há outras "peças" decorativas cuidadosamente instaladas para a sedução dos consumidores: os carros, lancha e jet-sky que serão sorteados em promoções de cupons de compras. A exposição dos prêmios, crêem os administradores, incentiva o consumo.

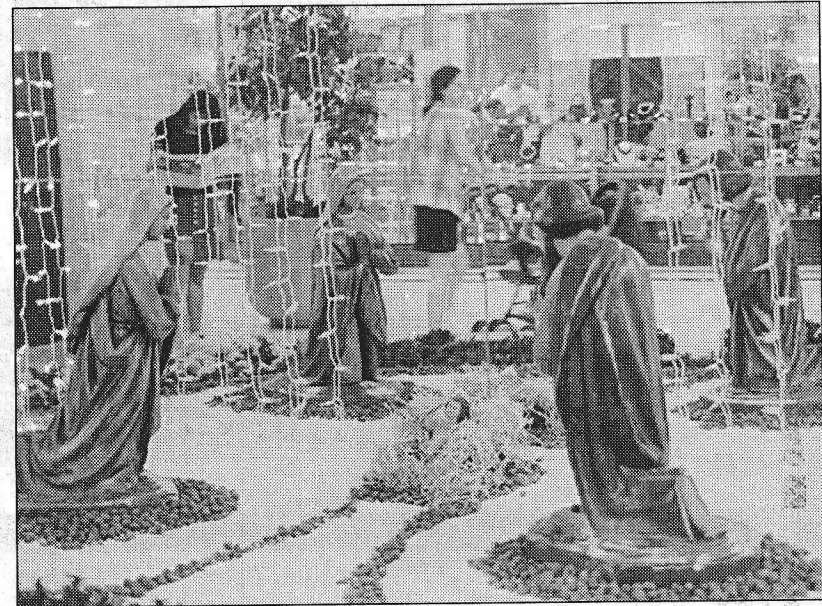
"A lancha faz parte da nossa decoração. Gastamos este ano 15% a mais que em 97", afirmou

Cláudia Lengruher, gerente de marketing do Brasília Shopping. Ela prometeu um ambiente ainda mais bonito a partir de amanhã, quando deverão estar montadas três alegorias gigantescas na parte externa do shopping.

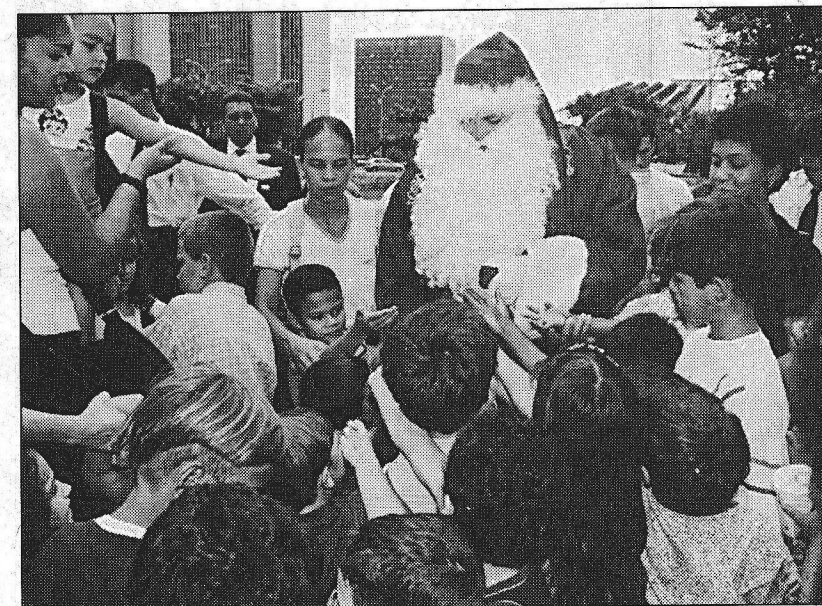
"Vai ter um Papai Noel balão de oito metros no lado do estacionamento descoberto, um trem de 14 metros na entrada da W3 e um presépio na entrada das torres", disse Cláudia.

RODRIGO LEDO

Repórter do Jornal de Brasília



CRIANÇAS poderão circular entre personagens do presépio



PAPAI Noel chegou ao Conjunto Nacional distribuindo balas

Chegada do bom velhinho emociona

A preparação especial dos shoppings no período natalino traz satisfação e alívio a alguns pais e desespero a outros. O bom gosto dos ambientes decorados proporciona uma modalidade de lazer para as famílias, incluindo brindes e promoções especiais para a criança. Mas, ao mesmo tempo, os pais sofrem com a obsessão dos filhos por passeios nos shoppings e a correria enlouquecida das crianças entre as atrações instaladas.

A chegada do Papai Noel é tipicamente um dos momentos de emoção para baixinhos e adultos. O Conjunto Nacional, por exemplo, caprichou no impacto do evento, ocorrido sábado ao meio-dia. O bom velhinho desceu do helicóptero, em frente ao shopping, debaixo de uma considerável queima de fogos e carregando um grande saco de balas, imediatamente distribuídas aos pequenos.

"O legal da chegada do Papai Noel é que proporcionamos um momento lúdico para as crianças", disse o gerente de marketing do shopping. Os rostos extasiados das crianças confirmaram a ideia. "O papai Noel é bonito", balbuciou a pequena Camila Margareth Lima, 6 anos. O primo dela, Anderson de Lima e Souza, destacou também o cortejo de três músicos que seguia o Papai Noel. "Gostei muito da música".

Sedução

A chegada do Papai Noel do Brasília Shopping também aconteceu no sábado, e até mesmo adultos acompanharam, cantando e batendo palmas, o canto do coral que aguardava o bom velhinho.

Além de ter criado, especialmente para o Natal, uma seção de recreação das crianças — para os pais poderem fazer compras tranquilos —, o Brasília Shopping está com uma promoção que levará os baixinhos nas alturas. "A criança, quando vai falar com o Papai Noel, preenche um cupom e concorre a um passeio de helicóptero pela cidade, com o próprio Papai Noel. Serão 120 crianças sorteadas", disse Cláudia Lengruher, gerente de marketing.

No Pátio Brasil, normalmente já há recreação, mas a cidade natalina armada tem muito mais sedução para a gurizada. A estudante Juneide Godoi Nunes, mãe da pequena Ana Carolina, de dois anos, encontrou lá uma boa opção de lazer. "Eu vim aqui só para ela brincar. Ela gosta e é seguro", disse Juneide, de olho no escorrega onde a filha se esbaldava.

Fotografias

No Conjunto Nacional, a árvore de Natal com motivos barrocos também está fazendo sucesso e virou cenário para incontáveis fotografias. "Moramos no Cruzeiro e sábado vamos aos shoppings. A árvore está muito bonita, e as esculturas estão grandes. Têm impacto", avaliou o bombeiro militar Alexander Loureiro, que tirou fotografias do filho várias vezes em frente à árvore natalina.

A vigilante feminina Alzaina Souza Castro, porém, não foi a shoppings neste fim de semana por livre e espontânea vontade. "Hoje já fui no Pátio Brasil e Conjunto Nacional. As minhas sobrinhas estão encantadas com a decoração de Natal", resignou-se Alzaina. (R.L.)

Artistas ganham com promoções

Os corredores, praças e halls dos shoppings viram um grande palco por cerca de pelo menos um mês antes do Natal. E os artistas que fazem a festa dos consumidores e dos lojistas também comemoram a iniciativa de ambientação especial das administrações, por terem a chance de engordar o orçamento e divulgar seus trabalhos.

A mímica Elisângela Sidrine, por exemplo, contratada pelo Pátio Brasil, deixou o trabalho em hotelaria para se dedicar ao Natal do shopping. Seu recorde de tempo fazendo movimentos robóticos em vitrines é de seis horas seguidas,

mas ela tem metas ambiciosas para este Natal.

"Quero ficar 12 horas. O pessoal (da administração) do shopping está tentando fazer contato com o Guinness (Book, o Livro dos Recordes)", disse Elisângela. Ela contou que ganha mais em trabalhos para empresas, mas gosta de trabalhar em shopping por ser uma vitrine das suas habilidades.

Este também é o caso da produtora cultural e organizadora de eventos Ana Virgínia Queiroz, cujo trabalho está sendo admirado no Conjunto Nacional. "É o meu segundo Natal. O Conjunto Nacional

me pediu para fazer a campanha dentro do tema barroco. Sou doutorada em história da arte, o que ajuda bastante", afirmou Virgínia.

Foi a produtora quem deu embasamento para a decoração do shopping e a escolha dos músicos que lá estarão nesse período — com destaque para o Grupo Tábula, especialista em música barroca e renascentista. "Eles tocam com instrumentos iguais ao da época. É legal levar cultura para o povão".

Paz

Nem só o aspecto financeiro

e a projeção profissional agradam aos artistas. O contato com o público também pode ser muito gratificante, segundo um dos Papais Noéis contratados pelo Pátio Brasil, o inspetor escolar Roberto Vieira da Silva.

"É impressionante escutar os pedidos das crianças. Elas pedem emprego para os pais, paz para o mundo, coisas que sensibilizam. Se a pessoa não se segurar ela até chora", contou Roberto. É a primeira vez em que trabalha para um shopping, e não se arrepende. "Eles pagam 100% a mais", disse o Papai Noel, comparando a festas de empresas e escolas.