

DF - Cultura

SHOPPING CULTURAL

Centros comerciais do Distrito Federal investem cada vez mais em cultura para atrair clientes e fixar imagem pública. Shows, exposições e peças de teatro fazem parte do cotidiano de quem busca conforto, comodidade e segurança na hora das compras

Espetáculo no templo de consumo

Carlos Moura 9.6.99



HÁ QUATRO ANOS, O PROJETO VITRINE MPB MOVIMENTA O PÁTIO BRASIL: BRASÍLIA ENCONTROU NESSES ESPAÇOS FECHADOS LUGAR IDEAL PARA SHOWS

Alethea Muniz
Da equipe do Correio

As cinco décadas de carreira da cantora Ângela Maria serão comemoradas, na próxima quarta-feira, em show na praça central do Pátio Brasil. Com entrada franca, a apresentação faz parte do projeto Vitrine MPB, há quatro anos carro-chefe dos investimentos em cultura do shopping. O programa consome 80% dos R\$ 1,1 milhão empregados em eventos artísticos pelo centro comercial, que abrigou shows memoráveis de Cássia Eller, Zélia Duncan, Nando Reis e Elza Soares.

Acostumada a cantar nos mais diferentes espaços, de churrascarias às praças ao ar livre, Ângela é uma das incentivadoras de projetos culturais nos shoppings. "Estive em Brasília no ano passado e foi uma delícia. Amei. O bom é que as pessoas participam, pedem música", diz a cantora, que se prepara para gravar o 113º disco. "A gente está no palco e faz a vontade do povo." Shows e outros eventos do gênero nas praças dos shoppings são cada vez mais comuns em Brasília, cidade que encontrou nesses espaços fechados o lugar ideal para realizar o que em outros tempos se fazia em praças abertas. Não que os eventos ao ar livre tenham deixado de existir, mas segurança, ambiente agradável e entrada franca (ou troca de notas fiscais por ingressos) são atrativos que levam milhares de pessoas aos shows nos templos do consumo.

Até mesmo a tradicional Feira do Livro de Brasília trocou o Pavilhão de Exposições do Parque da Cidade pela área ao redor do Pátio Brasil. Em sua terceira edição no novo endereço, de 23 de agosto a 1º de setembro, a 21ª Feira do Livro terá

ocupação recorde, com 110 estandes. "Com a mudança, trouxemos um público novo. São pessoas que saem para ver vitrines e acabam na feira", afirma o presidente da Câmara do Livro do Distrito Federal, Valter Silva. A programação conta com convidados do porte de Ziraldo e Adélia Prado.

IDENTIDADE COM O CLIENTE

Na corrida para conquistar o cliente, os 11 shoppings do Distrito Federal armam-se como podem para atrair as atenções. É preciso ir além das ofertas de lojas, até porque muitas redes e franquias estão em todos eles. O diferencial acontece pelo entretenimento e cultura. "Para os shoppings novos, é o melhor investimento", afirma o gerente de marketing do Terraço Shopping, Alexandre Mendes. "Os eventos de música e teatro trazem um fluxo maior de pessoas e posicionam a identidade cultural do shopping", continua.

Se o Terraço já promoveu shows grandes — Chico César e Moraes Moreira, entre outros —, agora o investimento está direcionado para artistas locais. A idéia é dividir o cachê médio de um grande show, que gira em torno de R\$ 20 mil, em dez ou 20 atrações. São os shows do formato Terraço in Concert, que desde abril integram o programa Movimento (Movimento Circo, Movimento Chorinho, Movimento Criança). "Exploramos circo e outras linguagens, queremos atrações de vanguarda", afirma Alexandre. Também há promoção de palestras relacionadas ao assunto do momento

— O Clone x Realidade do Mundo Árabe foi uma delas.

Outro shopping que abriu mão dos grandes shows para marcar sua identidade cultural é o ParkShopping. Os tempos de espetáculos musicais na praça central ficaram para trás. "O show é muito importante para quem está começando, porque marca o nome e o local. Agora investimos em eventos específicos", diz o gerente de marketing Emivaldo Sousa. "Entendemos que evento cultural não são somente teatros e shows. Queremos trazer atrações que as pessoas não teriam chances de ver normalmente", explica.

Isso significa, entre outras coisas, exposições de peças de museus. Os espaços nem sempre são adequados, o que exige adaptação para receber peças de grande valor histórico e artístico. "Sempre existe solução", afirma Emivaldo, que conta em boa parte desses eventos com apoios das embaixadas. "As vezes, encontramos resistência, mas o retorno de mídia e público é grande, então no final ficam todos satisfeitos", conta.

Quem não busca perfil cultural próprio acaba ficando para trás. É o caso do Liberty Mall, que se acomodou com as pessoas que passam pelas torres durante a semana e carece de movimento nos fins de semana. Os lojistas têm reclamado e a gerência de marketing se rebola atrás de programas para atrair clientes. Uma das propostas é o investimento no público infantil, com atividades como *A Hora do Conto*, realizada neste mês de férias, que fica em cartaz até o próximo sábado.

■ COLABOROU RICARDO DAHEIN

NA VITRINE

COM O OBJETIVO DE ATRAIR MAIS CLIENTES E INCREMENTAR AS VENDAS, OS SHOPPINGS DA CIDADE TÊM AGENDA LOTADA DE APRESENTAÇÕES ATÉ O FIM DO ANO

LOCAL	PROGRAMAÇÃO	LOCAL	PROGRAMAÇÃO	LOCAL	PROGRAMAÇÃO
Alameda Shopping	Happy hour às quintas-feiras com artistas da cidade	Liberty Mall	Happy hour às quintas, na praça de alimentação	Shopping Boulevard	Happy hour às sextas-feiras, das 18h30 às 22h
Brasília Shopping	Happy hour a partir das 19h, sempre às quintas-feiras, e teatro infantil a partir das 17h aos sábados	Pátio Brasil	Vitrine MPB trará Ângela Maria (31/07); João Donato (14/08); Leila Pinheiro (11/09); Ed Motta (25/09); Renato Teixeira (9/10) e Família Lima (23/10); teatro infantil todos os domingos; Feira do Livro de 23 de agosto a 1º de setembro; Oficina de Arte com artistas populares (charges, caricaturas etc.); galeria de arte permanente no Piso 3	Taguatinga Shopping	Taguatinga Music trará Dudu Nobre (hoje); Geraldo Azevedo (15/8); Frank Aguiar (25/8); Beto Guedes (12/9); e Almir Sater (26/9); teatros infantis aos sábados; happy hour às quartas e sextas; e videokê às terças e quintas
Conjunto Nacional	Exposição fotográfica <i>Caminhos da Fé</i> (até domingo), e espetáculos teatrais infantis aos sábados	ParkShopping	Cinema para crianças, entre o final de agosto e o início de setembro	Terraço Shopping	Extensa programação até o final de setembro, com shows de artistas locais e espetáculos infantis de quarta a domingo, a partir das 17h
Free Park	Festa country às sextas-feiras	Pier 21	Programação em fase de elaboração	Valparaíso Shopping	Happy hour às quintas, sextas e sábados, com MPB e sertanejo, e teatro infantil nos finais de semana a partir de agosto
Gama Shopping	Happy hour de quarta a sábado, a partir das 19h				