

Shopping investe no social

O Pátio Brasil é um dos shoppings com programação cultural mais agressiva. Neste ano, foram gastos R\$ 1 milhão. Entre os principais projetos estão o Vitrine MPB e Festival de Teatro Infantil. Em 2000, foram realizados 26 grandes shows, 121 apresentações musicais, 60 eventos culturais, 46 exposições de artes plásticas, 52 peças teatrais, 36 palestras e cursos e a Feira do Livro de Brasília.

Para este final de ano, o shopping calcula um incremento nas vendas da ordem de 20% em relação ao mesmo período de 99. O shopping está fazendo uma parceria com o Programa Alfabetização Solidária - organização não-governamental que tem como objetivo reduzir os índices de analfabetismo no Brasil - para adotar alunos do Nordeste. Durante seis meses, a instituição vai custear o aprendizado dos estudantes do município

de Lagoa das Pedras, no Rio Grande do Norte. Nesta região quase 55% da população é analfabeta.

Os consumidores podem participar da campanha, custeando o aprendizado de estudantes do DF. Até 24 de dezembro, um stande do Programa Alfabetização Solidária estará montado na Praça Central para cadastrar os clientes interessados em contribuir. O custo de alfabetização é de R\$ 17 mensais, durante um semestre. A quantia pode ser debitada em cartão e crédito ou depositada em conta corrente.

O shopping e a MP3 também estão promovendo a campanha Natal Solidário, que está recolhendo doativos para instituições assistenciais da cidade. Ao doar 1Kg de alimento não perecível, uma peça de roupa ou um brinquedo, o participante da campanha tem direito a disputar uma rodada na pista de autorama. (L.V.S.)