

curio cidade

Quer matar sua curiosidade?
Mande seu email para o curiociidade.jt@grupoestado.com.br

MARCELO DUARTE

Autor da série de livros
O Guia dos Curiosos



Com reportagem de
Felipe Oda

Achados paulistanos

Capachos divertidos

Imaginarium, Shopping Morumbi, Avenida Roque Petroni Junior; 1089; Morumbi; 5182-0952; R\$ 79,50

A primeira impressão é a que fica, certo? A loja de artigos para decoração Imaginarium criou uma linha de capachos com mensagens divertidas. Com as inscrições "Área Vip", "Paraíso" e "Lar, Doce Lar", a idéia é causar um impacto positivo no humor dos moradores e dos visitantes. "Trabalhamos com produtos voltados ao bem-estar e com um astral bacana", afirma Marilena Cancelier, gerente de marketing.



LOIRA FATAL

Calcinhas novas para Marilyn

O empresário Tony Martin não lembra ao certo quando se apaixonou por Marilyn Monroe, mas arrisca um palpite. "A cena do vestido esvoacante no filme O Pecado Mora ao Lado (1955) marcou uma minha geração", recorda. "É o máximo!". Fã da atriz, Tony já colecionava fotos e filmes, quando decidiu ampliar seu acervo em 2007, depois de uma viagem a Londres. Ao visitar o Museu de Cera Madame Tussauds, ele teve a idéia. "Bati uma foto da figurada Marilyn e tirei o modelo para criar a minha", recorda Tony.

Já no Brasil, ele comprou um manequim e o adaptou. "Contratei uma pessoa para deixar a boneca na posição do filme e outra para maquiá-la", explica. Foram investidos R\$ 4 mil para Tony finalmente ter sua própria Marilyn Mon-

roe. "Ela tem 1,67 metro, é do tamanho natural", afirma. Proprietário do bar Villa Vintém (Rua Dr. César, 720; Santana; 3447-5943), Tony resolveu transformar a boneca em hostess da casa. "Elavrou a atração do bar." Com um detalhe sexy: a saia levantada, Marilyn vem conquistando os frequentadores. "Por isso, toda semana, eu troco a calcinha dela", conta. "Caso contrário, os clientes reclamam." O guardaroupa íntimo da boneca conta com seis peças. "Eu comprei duas brancas, mas o pessoal começou a pedir outras cores e modelos", diz ele. "Hoje, os caras dão calcinhas para ela também", diverte-se. "A Marilyn desperta um frisson. As pessoas vêm ao bar e pedem para tirar fotos", garante o orgulhoso "dono" da loira fatal.



A "loira fatal" na versão brasileira: Tony Martin, proprietário do bar Villa Vintém, investiu R\$ 4 mil para ter sua própria Marilyn Monroe como hostess

Quem paga pelo carro roubado na Zona Azul?

Quem é o responsável por ressarcir o proprietário de um veículo furtado ou roubado em áreas que obrigam o uso de talões de Zona Azul? De acordo com Renata Fiori, especialista em direito administrativo, do escritório Biazzo Simon Advogados, "o Estado, a Prefeitura ou a CET devem arcar com a indenização." No entanto, a questão não é tão simples assim. "Há precedentes de condenação, mas a questão é delicada", garante Renata. Para ser ressarcido é necessário reunir testemunhas que comprovem o local onde o carro estava estacionado. A exploração do serviço ou utilização do bem público é delegada pelo Estado. Na Cidade, a única empresa autorizada a explorar as vagas de rua é a CET. Por isso, a companhia é obrigada a arcar com eventuais danos e prejuízos nos carros estacionados na Zona Azul. Segundo a especialista, "quem explora as zonas de estacionamento deve garantir a segurança do local."



Traçando São Paulo

Há um verdadeiro pomar nas placas de ruas da Cidade. A Rua Cajá-Manga fica na Vila Prudente. Temos também: Rua dos Abacateiros (Santana), Rua Graviola (São Miguel), Estrada do Pêssego (Itaquera), Rua das Maças, Rua das Pêras e Rua dos Morangos (Vila Maria), Rua das Uvas (Sapobemba), Rua das Uvaías (Saúde) e Rua das Jabuticabeiras (Morumbi). Por ironia, numa metrópole tão cheia de problemas, o que nós não temos é uma Rua do Abacaxi...

CAJÁ-MANGA

Rua Cajá-Manga

JUKEBOX

Cara antiga, som novo

HÉLVIO ROMERO/AE



O casal José e Beatriz: união para realizar um sonho antigo e musical

Ele é técnico em informática. Ela, artista plástica. O casal José Maria de Almeida e Beatriz Afonso Aun decidiu unir os conhecimentos profissionais para realizar um sonho antigo: construir jukeboxes, aquelas máquinas antigas em que uma moeda era depositada para se ouvir uma música. "Percebemos que esse era um sonho de consumo de muita gente, mas o preço era muito caro", afirma José. Aproveitando o talento da esposa para esculpir em acrílico e madeira, ele decidiu recriar os antigos tocadores de som. Hoje, eles fabricam três modelos. O tradicional, que segue as linhas de

1947, custa R\$ 14 mil; a compacta, de 1941, R\$ 13 mil, e a jukebox clássica, de 1938, R\$ 9.500. Paraí, José! Você falou algumas linhas acima que os preços das outras é que eram altos. E os seus, não estão salgados também? "O visual é antigo, mas a potência e qualidade...", justifica José. "Para acompanhar as transformações tecnológicas, todos os modelos são equipados com tocadores de mp3, entrada auxiliar, sintonizador de rádio AM/FM e gabinete para doze CDs." Beatriz e José também alugam os tocadores e os fabricam por encomenda, com entrega em até 45 dias (www.jukeboxbrasil.com.br).

PIZZA

Ferinhas em paz

O Santa Pizza (Rua Harmonia, 1117; Vila Madalena; 3816-7848) resolveu adotar a técnica de "acalmar as crianças para relaxar os pais", segundo Maurício Rocha Laranjeira, um dos proprietários da casa. Como a pizzaria tem um ambiente bem romântico (luz de velas e é muito frequentado por casais), a criançada destoava. "Tínhamos problema porque as crianças passavam correndo entre as mesas e apagavam a chama das velas." Para atrair os pequenos e não

espantar os papais, os sócios criaram o "kit criança". "Oferecemos um avental, um chapéu de mestrecuca e uma bolinha de massa", explica Maurício. "Aí convidamos a criança para preparar a própria pizza." A idéia agradou a clientela. Cerca de 50 kits são vendidos por semana. "Principalmente na sexta e no domingo, quando os pais saem para comer com a família", explica. "Depois que tive meu filho (Rafael), percebi que os pais só vão onde os filhos querem."



Rafael com o kit: chapéu, avental e massa para acalmar os pequenos

TELEVISÃO

A voz do mascote

Doki, o mascote do canal infantil Discovery Kids, é o campeão de aparições na grade de programação da TV a cabo. Tanto que virou herói entre a petizada. Doki surge em todos os intervalos, de 10 em 10 minutos, tanto em vinhetas curtas quanto em pílulas de 35 a 45 segundos de duração. No total, isso dá quase uma hora e 45 minutos de exposição por dia.



SERGIO CASTRO/AE

Para dar voz ao personagem, o Discovery chamou uma criança com currículo de gente grande. Aos 13 anos, Daniel Garcia foi escolhido o dublador oficial do Doki. A carreira artística do pequeno começou cedo. Em 2002, ele foi convidado para integrar a Nova Galera do Balão Má-

gico. Dois anos depois, lançou um CD gospel. Com 11 anos assumiu a voz da mascote do Discovery Kids. "Faço o Rico, do seriado "Hannah Montana", o Tuck, do "Super Fofó", e o Roger, do filme "A Bússola de Ouro". Em 2006, Daniel também atuou em uma novela.

Jovem como seu dublador, o personagem Doki está prestes a completar três anos e engana-se quem pensa que ele é um cachorro. Pelo menos é o que afirma Henrique Tichauer, gerente de marketing do canal. "Ele é um menino curioso, que assume a figura de um cãozinho." O nome é uma combinação de dog (cachorro em inglês) e kid (criança).