

História Seleccionada



Consumo

Hotel de tendências

Dupont cria espaço inovador em São Paulo para expor sua marca Lycra. Hóspedes? Só tendências, moda, música, artes plásticas, gastronomia e glamour

Max Alberto Gonzales
São Paulo

Bonita e elegante, Paula Limena Stanzione chega ao HotelLycra e é imediatamente cercada por estilistas, empresários da sofisticada região dos Jardins e outros paulistanos ricos e famosos. Não, Paula não é a mais nova top model brasileira em evidência. Mas o espaço que ela concebeu como gerente de Marketing da marca Lycra no Brasil é hoje um sucesso em todo o mundo, citado no *The New York Times* e *The Wall Street Journal*. O novo *point* dos modernos de São Paulo não hospeda pessoas, mas tendências, e tem como condutor de seus vários ambientes o fio elástico fabricado pela Dupont. "Estou realizada", diz uma exultante Paula, esparramando-se no confortável sofá de couro — que, naturalmente, contém fios Lycra.

O Hotel Lycra é resultado de US\$ 2 milhões de investimento e um ano de trabalho. Paula inspirou-se em experiências como a da loja da grife italiana Prada, no Soho, em Nova York. Mas a brasileira foi além e criou um espaçoso showroom, com modelos como garçons e garçonetes, enormes telas de TV de plasma e música de DJs. A Lycra está por todos os lados: na loja comandada por Jun Nakao — que expõe roupas dele e de outros estilistas, de lingerie com forro de microcápsulas hidratantes a botas de couro com Lycra; na galeria de arte, inaugurada com uma exposição do artista plástico Leonilson, famoso pelas obras com tecidos e no restaurante comandado por Sergio Kalil, dono dos badalados Spot e Ritz. "Um espaço puxa o outro", diz Kalil.

A presença da marca, no entanto, não é agressiva — o nome Lycra aparece apenas na fachada e nos cardápios. No restaurante, o triângulo da logomarca, é usado discretamente nas placas dos números de mesas. A arquitetura do espaço é toda baseada em conforto e em curvas, como um vestido ajustando-se ao corpo de uma mulher. "Essa é a característica do nosso produto", diz Paula. "Queremos criar um vínculo emocional com nosso consumidor. Que ele pense em Lycra por cinco segundos, isso não tem preço!", diz ela. Isso também vale para os criadores da cadeia têxtil, como os estilistas Carlos Miéle (M. Officer), Reinaldo Lourenço e Walter Rodrigues e o fotógrafo de moda J.R. Duran, *habitués* assumidos do Hotel.