



Os lofts ficam maiores e os prédios ganham sofisticação para atrair interessados em design

Por Luciana Stein, de São Paulo

Desde que os artistas nova-iorquinos decidiram morar em armazéns e fábrica dando origem ao termo “loft” na década de 60 – e criando um novo filão a ser explorado pela construção civil -, o conceito tem passado por constantes adaptações. O estilo de apartamento com pé direito duplo e espaços integrados apareceu por São Paulo no final da década de 90 e foi desenhado para atender um público “moderno”, endinheirado, solteiro, descasado ou formado por casais sem filhos, conhecidos pela sigla “dinks”, “double income no kids”, duas rendas e sem crianças.

Hoje, o termo loft já está democratizado no mercado imobiliário e aparece em bairros não exatamente nobres. Além disso, os apartamentos menos compartimentados e arejados (os lofts costumam ter grandes janelas, transformando a luminosidade num novo luxo) começaram a chamar atenção de um maior número de consumidores de alta renda e com isso o mercado de luxo dos lofts assumiu um novo rosto.

“Estamos num momento de evolução desse conceito. Um público de alto poder aquisitivo e mais tradicional se interessava também pelos lofts, mas eles não tinham metragem suficiente para acomodar as famílias”, diz Stefan Neuding Neto, dono da Stan Incorporadora sobre o “aburguesamento” do conceito de loft. O empreendimento “Metrópolis”, da Stan, lançado há poucas semanas na rua Pedroso Alvarenga, no bairro do Itaim, em São Paulo, é um exemplo vigoroso desse novo modelo.

Inspirado no clássico de Fritz Lang (certamente um filme cultuado pelos primeiros artistas moradores dos lofts nova-iorquinos), de 1927, o “Metrópolis” tem 18 andares e uma fachada de design futurista-déco, assinada pelo arquiteto João Armentano, com vidros sextavados e elevadores panorâmicos. São 12 unidades duplex com 212 metros de área privativa, sete apartamentos com 237 metros quadrados (um por andar), uma penthouse de 350 metros quadrados que circunda o prédio, além da cobertura duplex com piscina e 432 metros quadrados.

Os valores dos apartamentos variam entre R\$ 1 milhão e R\$ 2,7 milhões de reais.

O que se nota nesses lofts que ocupam a maior parte do prédio, à diferença de outro loft mais antigo da Stan há 15 metros dali, o "Grand Loft", é que a divisão interna dos espaços segue um modelo tradicional. São apartamentos com pé direito alto e amplitude na área social, mas com dois dormitórios e divisão de cozinha demarcados.

"O que se via nos primeiros projetos de loft de luxo é que a divisão interna do espaço continuava mesmo sem paredes – porque eram pessoas com estilos de vida tradicionais, não artistas – então era mais prático, mais higiênico e mais privativo erguer paredes", analisa Marcelo Transmontano, coordenador do "Nomads", núcleo de estudo sobre habitação e modo de vida da Universidade de São Paulo.

É fato que hoje, mesmo os públicos tradicionais prestam atenção não só no design de sua roupas, como no design de seus restaurantes, assim como no design da construção onde moram, gerando prédios vestidos com moda. "Mesmo o consumidor de perfil mais conservador é mais consciente do que é estilo com muita-bossa", explica Rogério Santos, diretor de planejamento e marketing da Abyara, que vende projetos de luxo como o "Diogo" na Vila Nova Conceição e o duplex "The Blue Loft" em Moema, que assim como o "Metrópolis", são dois empreendimentos com fachadas inspiradas na década de 30, no rigor geométrico e o ritmo linear da escola art-déco.

A pergunta é se existe público suficiente, com renda de acima de R\$ 15 mil (faixa estimada pela própria construtora), para habitar todos esses novos empreendimentos de luxo, já que só a Stan tem três projetos em andamento numa quadra da Pedrosa Alvarenga. "A Tiffany não está abrindo sua segunda loja no Brasil?", pergunta Santos da Abyara. "É o paradoxo de viver o luxo no país", sintetiza ele.

Jornal Valor Econômico - 23 a 25/12/03

Jornal da Tarde de 23/05/2001