

Marcas que já viraram paisagem

Casas tradicionais do Rio contam histórias de famílias que conquistaram o consumidor carioca

Fotos de Marcelo Miglaccio

Marcelo Miglaccio

Nem só de Pão de Açúcar, Corcovado e praia vive a paisagem carioca. Tão familiares quanto as belezas naturais da cidade, alguns letreiros de lojas tradicionais escondem histórias de famílias que atravessaram décadas no comércio do Rio. Uns mais conservados, outros menos, os painéis, de tão incorporados ao cotidiano, fariam muita falta se desaparecessem das nossas vistas de repente.

— Conheço a maioria dos clientes pelo nome — garante Gabriel Mograbi Neto, da Casa Miro, desde 1939 no mesmo ponto, em Ipanema. - Atendo da empregada doméstica à Fernanda Montenegro

Hoje, o ramo é de tecidos, mas a história começou com o avô de Gabriel, um turco que vendia elásticos, lenços e até fantasias de Carnaval de porta em porta num tempo em que só havia casas e terra batida na Zona Sul carioca.

Perto dos Mograbi, na mesma Rua Visconde Pirajá, outra família estrangeira construiu sua história. Há 54 anos, o português Manoel Dias Pereira fez ali um depósito de retalhos. Tempos depois, passou a vender uniformes profissionais, negócio que durou até o início desta década. Atualmente, o neto de Manoel, Filipe Rebelo, 51, comercializa moveis. Só uma coisa não mudou: o letreiro da Casa Piraju.

— Chamava-se Pirajá, mas meu avô descobriu que havia outra loja com o mesmo nome aqui no bairro e trocou apenas a última letra - conta Filipe. — Passei a vender móveis porque, depois da era Collor, a classe média encolheu e parou de comprar uniforme para empregadas e babás.

Receita de sucesso

Quem já cruzou a Galeria Menescal, bem no coração de Copacabana, e nunca comeu um quibe ou esfirra na Baalbek, não viveu. Desde 1959, a família do libanês Youssef Chaachaa, que virou José depois de naturalizado, satisfaz gerações com seus quitutes.

- O restaurante que funcionava no segundo andar acabou quando a galeria começou a fechar mais cedo, mas vamos reformar o letreiro e manter todas as características — anuncia Miriam Chaachaa, que já foi ao Líbano duas vezes conhecer melhor as tradições culinárias importadas por seu pai.

Cuidadosa, Miriam, que administra o Baalbek ao lado dos irmãos Nadim e Denise, não quis abrir nenhuma filial:

— Acompanhamos tudo de perto, como a qualidade da carne. Fazemos questão. Se houvesse outras lojas isso não seria possível.

Revivendo termos em desuso como "bicama", "camisaria", "salão de chá", "bomboniere", "lingerie unissex" e "moda jovem", as boas casas do ramo também escondem atrás de seus letreiros mercadorias difíceis de achar.

Na Wilson Sport, há 43 anos perto da Praça General Osório, é possível comprar números de pano para pregar em camisas de futebol. Artigo raro desde que os uniformes dos times passaram a ser feitos em malha sintética e com numeração impressa, a costura voltou a ser procurada com a proliferação das camisetas retro (réplicas das antigas).

- Meu pai batizou a loja com o meu nome - orgulha-se o filho mais novo de Jerônimo, que já teve ali uma barbearia e uma sapataria antes

Conheço a maioria dos clientes pelo nome. Atendo da doméstica a Fernanda Montenegro

Gabriel Mograbi Neto
Dono da Casa Miro, de tecidos

66 O letreiro e o lustre do saguão são de 1938. Em bairros como Copacabana, salas como o Roxy ainda são viáveis

Luciano Pinto
Diretor do Grupo Severiano Ribeiro

Nossa clientela é mais da terceira idade e sabemos o endereço da maioria de cor para as entregas

Delfim da Rocha
Sócio da camisaria Montferrat

de adotar os artigos esportivos, em 1965.

As lojas antigas não escondem apenas mercadorias difíceis. No interior da Montferrat, camisaria tradicional de Ipanema, a decoração clássica em madeira maciça exibe algumas das últimas amostras de freijó e louro, vegetais hoje quase extintos pela ação das motosserras.

— Há 31 anos, quando encomendamos o projeto a um arquiteto, pedimos uma coisa clássica — lembra Delfim da Rocha, um dos sócios. — Modéstia à parte, isso aqui é caríssimo. Nossa clientela é mais da terceira idade e sabemos o endereço da maioria de cor para as entregas em domicílio.

A maior diversão

Em cartaz desde 1938 nas esquinas da Nossa Senhora de Copacabana com Bolívar, o imponente letreiro do Roxy sustenta a responsabilidade de manter funcionando o último cinema de rua de Copacabana.

- Também conservamos o grande lustre no salão desde a inauguração - frisa o diretor de planejamento e expansão do Grupo Severiano Ribeiro, Luciano Pinto. - Hoje, quem tem carro só vai a cinema em shopping, por causa da facilidade de estacionamento. Mas, em lugares de grande concentração de residências, como Copacabana, salas como o Roxy ainda têm grande viabilidade.

Apesar de ter vendido nos últimos 46 anos mais de 700 maços de cigarro por dia no balcão da famosa Charutaria Lollo, em Copacabana, o português Fernando Guedes nunca fumou. Ele testemunha a mudança dos hábitos.

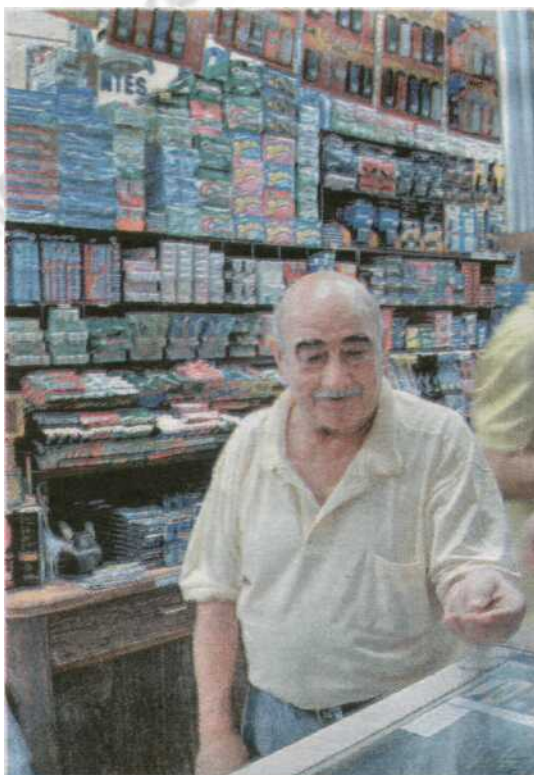
- A venda de cigarro vem caindo desde 1994. Com o fim da propaganda, menos gente está fumando.



TROCA LETRA - Desde que o avô mudou o nome da loja, de Pirajá para Piraju, a família de Filipe Rebelo já vendeu uniformes profissionais e móveis, atual especialidade da casa, em Ipanema



QUALIDADE - Miriam Chaachaa acompanha de perto os funcionários para que a receita do pai não seja mudada. Para manter a qualidade, a família não abriu filiais



NÃO FUMANTE - Fernando Guedes não liga para a diminuição do hábito de fumar entre os cariocas. Há 46 anos à frente da Charutaria Lollo, em Copacabana, ele também vende café e souvenirs. A lei da oferta e da procura pode mudar, mas o letreiro não: "É a nossa tradição", sentencia



CLÁ - Gabriel Mograbi Neto faz questão de manter a matriz da Casa Miro, que funciona no mesmo ponto desde 1939. Seu pai, aos 80 anos, ainda comparece todos os dias ao local, seguindo a tradição do avô, um imigrante turco que começou vendendo elásticos, lenços e fantasias

