

DIÁRIO DA CORA

DE BERGISH GLADBACH



Fotos de Cora Rónai



O SONHO DE CONSUMO que mais me atraiu até agora: a pequena e perfeita réplica de uma Rollei, em digital de 3.1Mp, a 399 euros. Infelizmente, a este preço, só mesmo em sonho

Papo de fim de semana

Recebi reclamações de leitores que não gostaram da postura da Capivara em relação aos cães. Infelizmente não posso fazer nada, além de transmitir-lhe as mensagens. Este é um dos pontos em que discordamos frontalmente. Gosto muito de cães, assim como, em princípio, de todo e qualquer animal não-humano; mas a Capivara, traumatizada dos seus tempos de Lagoa, quando teve de morder um poodle e o mascote dos remadores do Botafogo, não quer nem ouvir falar neles.



A Alemanha é, aliás, um paraíso para quem se diverte em confraternizar com quadrúpedes. Há cães de todos os tipos e tamanhos, frequentando toda a espécie de estabelecimento. Como na França, eles são bem-vindos em trens, metrô e na maioria das lojas e dos restaurantes, onde se portam muito bem.

Convém, no entanto, não se deixar levar pelo entusiasmo. Quando fui a Colônia, nas vésperas do jogo contra o Japão, levei um tremendo passafora de um policial, ainda por cima em alemão;

não é uma experiência tranquilizadora, garanto. É que tentei fazer carinho no pastor que conduzia pela coleira, e que me pareceu muito simpático. Sua companheira (do policial, não do pastor) falava um pouco de inglês e, vendo o meu ar de ponto de interrogação, explicou que cães policiais — na verdadeira acepção da palavra — não devem jamais ser abordados por civis.

Então tá. De agora em diante, só dirijo a palavra a cachorros a paisana. E, de preferência, menores do que eu.

A ESTAÇÃO CENTRAL de Colônia, em frente à famosa Catedral, virou uma espécie de templo do futebol. Na abóbada pintada, jogadores ocupam o lugar das tradicionais hordas celestes de construções menos profanas, com efeito igualmente impressionante

Gol do comércio

Produtos ligados à Copa fazem vendas disparar



Fotos de Júlia Dias Carneiro



PULSEIRAS coloridas de borracha fazem parte da febre de compras da Copa do Mundo



DECORAÇÃO também tem vez. Lojas vendem velas em forma de bola e tábua como campo de futebol

Júlia Dias Carneiro
BERLIM

Homens gostam de futebol. Mulheres gostam de compras. Logo: mulheres são loucas por futebol. Explica-se: em tempos de Copa do Mundo, futebol é, definitivamente, sinônimo de compras. Nas prateleiras das lojas alemãs, o esporte está representado em tantos produtos quanto se possa imaginar. Bolas dão forma de chocolates a quebra-cabeças. Desenhos de campos de futebol estampam esteiras, tapetes, toalhas e tábuas de pão. Sem falar nos produtos feitos sob medida para torcedores, como camisetas, chapéus e maquiagem nas cores dos países.

— Se tem uma bola de futebol no produto, ele vende bem — resume o vendedor Bernd Pommereit, da loja de departamentos Wertheim.

A observação é constatada em um passeio pela loja. No departamento esportivo, lá estão camisetas, tintas para o rosto, chapéus engraçados e produtos nas cores dos países. Há ainda artigos inusitados, como licores feitos com corante nas cores verde, amarela, vermelho e preto — isso numa garrafinha com tampa de bola de futebol e rótulo com inscrições como "Tor!" (gol) ou "Rote Karte" (cartão vermelho).

— Os produtos mais vendidos

são os da Alemanha, mas o Brasil vem em segundo lugar — conta Pommereit.

Mais adiante, na seção de casa e cozinha, há lençóis com bandeiras do Brasil. Para crianças? Estádios de futebol lançados pela Playmobil e pela Lego e uma versão de jogador do personagem Enio, da Vila Sésamo, de verde-e-amarelo.

Vendas subiram até 500% na lojas

• Não é difícil perceber que a febre do futebol contagiou também o comércio. Na Flaggenhaus am Alex, por exemplo, as vendas aumentaram entre 400% e 500%. Pudera: a loja é especializada em bandeiras, de todos os países.

A psicóloga carioca Ana Lúcia Freitas aproveitou para comprar presentes em Berlim:

— Comprei chaveiros da Copa e camisetas. Não foram caros e sei que todos vão adorar.

Para ela, porém, a grande sensação é o bonequinho vodu à venda em diversas lojas, disponível em duas versões. O "Fussball Voodoo Puppe" é um boneco de pano que veste o uniforme de um país e vem com palavras como "gol", "escanteio" e "pênalti" escritas em determinados pontos do "corpo", além de agulhas para alfinetar o ponto certo. ■



VODU: grande sucesso de vendas da temporada na Alemanha, o boneco-vodu está disponível nas cores de todos os países



BEBIDAS: garrafas térmicas e plásticas ganham enfeites de bandeiras das seleções que participam do Mundial



CAMISAS estão entre os itens básicos e mais vendidos para os torcedores que foram assistir aos jogos da Copa