

Símbolo de revitalização urbana, Complexo Cidade Matarazzo abre suas portas em SP

Uma programação especial foi elaborada para recepcionar os diretores regionais da FIABCI-BRASIL do Rio de Janeiro, Bahia, Maranhão e Brasília, que vieram a São Paulo para a Assembleia Geral da federação internacional, realizada em 25 de abril. Entre os locais escolhidos, um ganhou destaque: Cidade Matarazzo, novo complexo imobiliário da capital paulista, símbolo de revitalização urbana, localizado no Centro da cidade e avaliado em R\$ 3 bilhões.

Com um título de ambiente seis estrelas, o complexo de 27,4 mil metros quadrados integra o cobijado terreno que abrigava o antigo Hospital Umberto Primo e a Maternidade Matarazzo, onde nasceram 500 mil pessoas. O local já foi considerado uma das maiores áreas verdes privadas da cidade, porém estava abandonado desde 1993.

A mente por trás do complexo é o empresário francês Alexandre Allard, do Groupe Allard, responsável por diversos projetos de revitalização mundo afora. Durante uma visita ao Brasil, buscando por terrenos históricos, o executivo se deparou com um da tradicional família Matarazzo e soube que aquele seria o local ideal para colocar sua ideia em prática.

Próximo à Avenida Paulista, cartão postal do Estado, o espaço só ficará totalmente concluído em meados de 2024. No entanto, parte do hotel Rosewood São Paulo, grande destaque do complexo, já foi inaugurado e pode ser visitado pelo público.

Totalizando 160 quartos, com 46 já inaugurados, este é o primeiro hotel da rede Rosewood Hotels & Resort na América Latina. A ela pertence grandes nomes como o Crillon, de Paris; o Carlyle, de Nova York; e o Castiglion del Bosco, na Toscana.

Quando finalizado, o complexo deve abrigar 11 prédios e contar com galeria de arte, parque com escritórios para empresas de economia verde, mercado de produtos orgânicos e shopping. As obras de arte, inclusive, estão entre os grandes



*Projeto foca na cultura nacional
como principal ferramenta de soft
power brasileira*

chamarizes do projeto. Ao todo, são 450 de 57 artistas brasileiros, dentre eles o aclamado Vik Muniz.

Tanto no hotel, como nos bares e restaurantes, é possível apreciar a valorização da cultura brasileira. A biblioteca abriga títulos nacionais como “O Povo Brasileiro”, de Darcy Ribeiro; “Grande Sertão: Veredas”, de Guimarães Rosa; e outros tantos de Clarice Lispector. Além disso, em todo o complexo, há elementos típicos brasileiros, desde um drinque nomeado Rabo di Galo, passando pelo projeto paisagístico que faz menção à flora tropical brasileira até as diversas

pinturas de artistas indígenas.

Em entrevista à revista GQ, Allard disse que pretende “vender o Brasil” com uma exposição itinerante da arte e cultura nacionais. “Eu me apaixonei por este país ouvindo Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil, num festival de música na Córsega, nos anos 1980. O soft power brasileiro é poderoso, mas precisa ser racionalmente exportado.”

O termo em inglês diz respeito à capacidade de uma nação de influenciar as preferências e comportamentos em cadeia internacional, por meio da atração ou persuasão. Ele acredita que uma marca nacional forte permite que um país se promova como um lugar para as pessoas visitarem, investirem e constroem uma reputação por sua qualidade de bens e serviços.

Entre os países líderes em soft power estão os EUA, que lideram o ranking por sua imensa influência mundial; a Alemanha, tradicionalmente forte em negócios e tecnologia; o Reino Unido, que equilibra várias métricas, como uma cultura rica e de destinos turísticos de primeira linha; o Japão, por sua valorização à cultura e força em tecnologia e negócios de ponta; e, por fim, a China, por sua grandiosidade que tem tornado o país uma potência mundial.