

IAN SCHRAGER CRIADOR DE DESEJOS

DA MENTE DELE SAÍRAM EMPREENDIMENTOS QUE SE TORNARAM CONCEITO MUNDIAL, COMO O CLUB STUDIO 54 E O HOTEL-BUTIQUE MORGANS, AMBOS EM NOVA YORK. AGORA, O EMPRESÁRIO AMERICANO IAN SCHRAGER VOLTA A MIAMI, ONDE FEZ HISTÓRIA COM O HOTEL DELANO, PARA DAR AOS ENDINHEIRADOS A VIDA MANSO QUE ELES SEMPRE SONHARAM

Bruna BORELLI

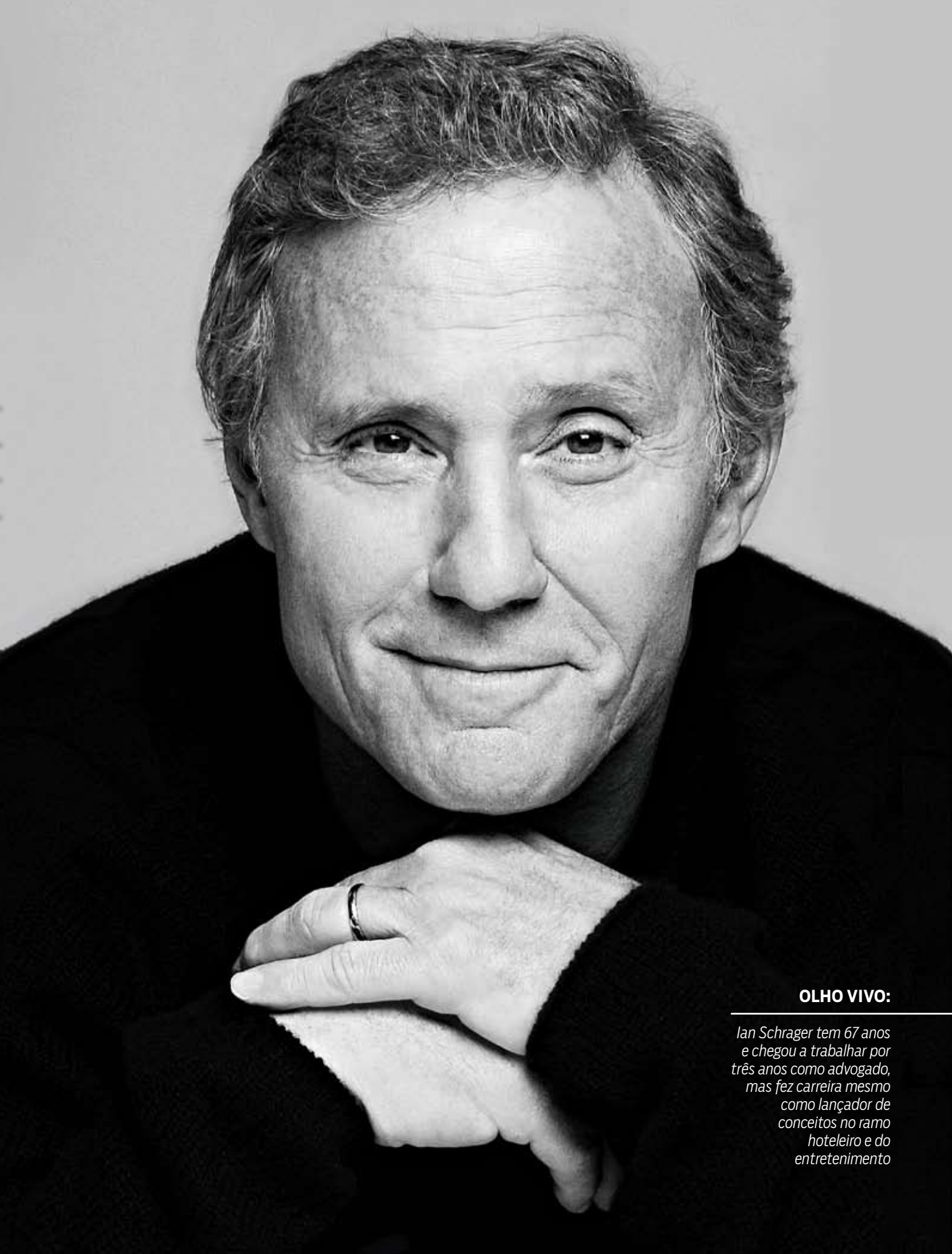
Dê uma busca no Google com as palavras “hotel + butique + Brasil” e a resposta será 1,7 milhão de citações ao termo no País. Hoje em dia, qualquer pousada no litoral nordestino com meia dúzia de quartos e café da manhã na cama já se intitula “hotel-butique”. Faça outra pesquisa: “club + Nova York”. Mais de 1,3 milhão de referências sobre boates na cidade americana cujo acesso é restrito ou a muito ricos ou a muito famosos, ou aos dois. Pois bem, termos tão comuns no mundo inteiro nasceram dos neurônios do homem da foto ao lado: Ian Schrager. Nova-iorquino, 67 anos, advogado de formação e visionário por vocação, são dele os conceitos que hoje são reproduzidos – e muitas vezes de forma equivocada – em escala global. Seu olhar busca o novo e seus projetos antecipam desejos.

Foi assim em 1977, quando o club Studio 54 abriu suas portas. No auge da era disco, Ian, ao lado de seu sócio e amigo pessoal, Steve Rubell, enxergou na noite de Nova York um anseio por algo novo e exclusivo. Um espaço lúdico, que condensasse o que havia de mais delirante na cena

nova-iorquina. Nascia o Studio 54, no antigo teatro Golden Opera House, cuja sacada, entre tantas, era ter todo o maquinário da cenografia mantido em operação. Dessa forma, era possível mudar a decoração durante a “balada”. O lugar se eternizou também pela alta concentração de personalidades em sua pista de dança. De Andy Warhol a Madonna, todos representaram seus papéis naquele palco onde só entrava quem era tido como cool, interessante, e não necessariamente podre de rico.

Sete anos depois, nova empreitada, dessa vez no ramo hoteleiro. O hotel Morgans, inaugurado em 1984 em parceria com o designer francês Philippe Starck, propunha aos executivos yuppies de Wall Street uma alternativa de hospedagem, na contramão dos grandes hotéis de centenas de quartos iguais. Um prédio com menos suítes e mais serviços de altíssimo padrão, customizados hóspede a hóspede. Era o que Ian chamava de hotel-butique. E a moda pegou mundo afora.

O olhar de Ian parece acertar no alvo sempre. De onde vem sua inspiração? “Do que vejo nas ruas. Das pessoas que conheço nelas”, diz o empresário, CEO da Ian Schrager Company, em entre-



OLHO VIVO:

Ian Schrager tem 67 anos e chegou a trabalhar por três anos como advogado, mas fez carreira mesmo como lançador de conceitos no ramo hoteleiro e do entretenimento

ESTILO



PORTFÓLIO:

em sentido horário, a cobertura do Miami Edition, a piscina do hotel Delano, em Miami, o cantor Rod Stewart no Studio 54 e o lobby do hotel Morgans, em Nova York

vista exclusiva à DINHEIRO. Casado pela segunda vez e pai de cinco filhos, ele deixou de mirar para a vida noturna dos clubs e para o universo dos executivos *globetrotters* para introspectar. **“Se antes eu pensava em conceitos para a noite, era porque estava inserido nesse contexto. Hoje, com cinco filhos a tiracolo, me volto para o que tem mais a ver comigo”**, afirma. Assim, ele lançou o *effortless living*, o viver sem esforço que norteia seu novo projeto em Miami. Será no balneário americano que Ian e o arquiteto John Pawson apresentarão em 2014 o The Residences at The Miami Beach Edition, onde a vida mansa será traduzida nos mínimos detalhes.

“É para chegar só com a escova de dentes”, diz ele. O comprador de uma das 26 “casas no céu”, no alto do prédio de 18 andares que está sendo erguido anexo ao antigo hotel Seville, na avenida Collins, poderá encomendar o serviço do “Residential Prêt-à-Porter”. O imóvel será entregue com a decoração completa, ao gosto do novo morador. Isso inclui lençóis, talheres, cozinhas planejadas alemãs Bulthaup, máquinas de lavar inglesas Miele e portas também alemãs da FSB, tudo premium. Fora todo o serviço e o entretenimento 24 horas por dia no hotel, que está sendo restaurado e será administrado pela bandeira Marriott. “As pessoas que estão



em Miami não querem ter nenhum trabalho. Só diversão”, diz ele. O empreendimento conta ainda com duas coberturas duplex, cada qual vendida a US\$ 17 milhões, as mais caras da cidade.

Para Ian, isso não é problema. “Temos metade dos apartamentos vendidos ainda nessa fase de construção. O que importa para esse público é ter algo à disposição com o que há de melhor e mais exclusivo no mundo”, afirma. As unidades vão de um a quatro dormitórios, variam de 84 m² a 426 m², têm janelões do chão ao teto, lareira, jardim nas varandas e ocuparão os dois andares do edifício anteriores ao das coberturas.

O projeto marca a volta de Ian à cidade. No início dos anos 90, ele revolucionou o setor hoteleiro com a reforma do hotel Delano, na mesma avenida Collins. Então, também com Starck, ele deu um ar cool ao prédio histórico, com decoração que mistura obras de arte originais ao mobiliário moderno, além da piscina, que virou point dos descolados em trânsito. Naquele tempo, Miami foi lançada ao topo do turismo de luxo. Uma década e

sucessivas crises na economia americana depois tornaram o lugar famoso pela pechincha de seus outlets. Os brasileiros desembarcavam aos montes, de bolso cheio de dólar barato e sacolas vazias e sedentas por agasalhos de moletom da Nike, tênis New Balance e calças jeans da Diesel. O astral agora é outro.

A cidade se modernizou, ganhou eventos culturais importantes e serviços de primeira e animou investidores. “É a hora de Miami”, aposta Ian. O brasileiro que chega à cidade também mudou. Como novo milionário do Brics, ele quer comprar imóveis, seja para investir, seja para passar as férias de verão longe do axé e dos carrões importados amarelos. Segundo a Associação Nacional de Corretores (NAR, na sigla em inglês), o Brasil tem a segunda maior participação nas vendas imobiliárias internacionais da cidade, perdendo apenas para a Venezuela. Até por isso, Ian adora os brasileiros. “Vocês sabem distinguir o que é luxo de verdade”, afirma. “Sem dúvida, me vejo criando algo em São Paulo ou no Rio de Janeiro em um futuro próximo”, diz. **ES**