

PDL 99-2006

JUSTIFICATIVA

É com muita honra que estou, com esta propositura, concedendo o Título de Cidadão Paulistano ao amigo empresário ANDRÉ ALMADA. Contar sua história se faz necessário para que possamos conhecer sua trajetória e sentir a importância que a Cidade de São Paulo tem em sua vida.

Para tanto, anexo ao presente um relato da vida de André Almada feita pelo jornalista Antonio Trigo.

Sala das Sessões,

Vereador Antonio Carlos Rodrigues

André Almada: uma história de luta e vitória

Determinação talvez seja o lema de André Almada, neto de imigrantes e empresário que fez de seus sonhos uma história real e hoje é dos mais importantes nomes na capital paulista.

A trajetória de André Almada parece por vezes, conto de fada. Mas o caminho percorrido por esse paulista de coração é muito mais que retórico, e torna-se digamos, a receita para que determinação, foco e muita ousadia sejam receitas para transformar qualquer sonho em realidade e a utopia numa mera verdade.

O empresário é hoje dos mais (ou talvez o melhor) respeitados e importantes agitadores culturais paulistanos. Mas seria simples demais dizer que apenas na chamada noite ele seja conhecido. Na balada, na moda, no teatro, nas artes... Da cena cultural aos mais relevantes negócios lá encontra-se André Almada, que pouco mais de cinco anos após o início da carreira na capital de São Paulo se tornou ícone, e ressalta-se, é claro, os últimos dois anos recém completados onde o jovem experimentou uma evolução meteórica, mas claro, digna de histórias hilárias e esforço incomum.

Atualmente, a The Week, clube fundado com apenas mais um sócio leva cerca de 15 mil pessoas para a Lapa e transformou a vida noturna na grande metrópole São Paulo. Para entender as razões é necessário mergulhar na vida, na infância e na trajetória do versátil André Almada, um neto de imigrantes japoneses nascido no interior paulista que ganha cada dia mais notoriedade.

Nascido em Araçatuba, ainda bebê se mudaria para Birigui, também no interior paulista, cidade onde foi criado e considera de fato, a terra natal. Isto se dava no início da colorida década de 70, mas nem mesmo o clima alegre dos anos da danceteria parecia ter sentido para esse garoto humilde, filho de Sizue, a costureira que o menino costumava ver madrugada afora trabalhando para seu sustento, e exatamente onde adormecia na infância: numa cama improvisada debaixo da mesa de trabalho da mãe, já que esses laços maternos eram os únicos que garantiam proteção ao

menino que desconhecia o significado da palavra pai. Sim, André Almada só conheceria seu pai aos 14 anos, e passou a infância e adolescência imaginando o que seria ter essa figura. Atualmente, ele descobriu esse valor, o que o fez ainda mais valorizar a figura da mãe em sua vida.

Com ou sem adversidades, a criança André Almada descobria logo cedo a dar valor a sonhos, e na infância feliz culminava a boa educação com planos que apareceriam bem cedo. Já por volta dos 13 anos, o adolescente um pouco retraído vinha visitar em São Paulo uma tia, e foi logo ali que descobriu seu único deslumbre: a cidade de São Paulo, grandiosa, imponente, o lugar onde com certeza iria morar. Aos 15 anos acertaria outra paixão, esta no bairro da Liberdade, e foi assim, num restaurante chinês que percebeu que a hotelaria era sem dúvida o que queria fazer.

Os dois planos estavam traçados, a hotelaria, e claro, a cidade de São Paulo. Determinado desde muito jovem, logo estava matriculado num curso de Hotelaria, e aos 17 anos chegava em São Paulo para cursar outro símbolo de instituição paulistana: o Senac. E foi assim, com a faculdade paga pela tia que logo ele aprenderia outra lição: honrar a quem lhe dava oportunidades. E o adolescente que chegava em São Paulo aprendia, dessa forma, morando numa república com mais seis pessoas que a vida na cidade mais importante da América Latina era rápida, e a agilidade era tudo que tinha a seu favor.

Os estudos corriam para o turismo, e em casa, no quarto que dividia com o ator Reynaldo Gianecchini ele tomava a tarefa com dedicação voraz. Em breve também cursaria, por intermédio de uma mãe de um amigo um curso diário de inglês, requisito fundamental para a profissão que escolhera. Sorte em momento algum pode ser a palavra para designar André, já que aos 19 anos ele agarrava seu primeiro emprego e assumia em 1990 o cargo de recepcionista de um flat na Rua Itapeva. No primeiro dia de emprego, onde com competência substituiu um colega que faltara colhia seus primeiros elogios. Os olhos atentos e perspicazes apontavam o caminho sem volta do jovem: sucesso.

Em três meses recebeu uma proposta financeiramente irrecusável e muda-se para Ubatuba, no litoral paulista e assume a gerência de alimentos e bebidas de uma relevante pousada local: o Recanto das Toninhas. Ali realizaria outro sonho, comprar um carro. Mas em junho de 1993 voltaria a São Paulo, onde num hotel do Grupo Hilton na Rua Martins Fontes ficaria por três anos e meio. Este foi o mesmo período onde conheceria nomes importantes e fundaria alicerces para amizades como a do assessor César Semensato que no futuro lhe seriam ainda mais valiosas.

Terminados os três anos, ele receberia outra promoção, mas esta mudaria sua vida. Pelo mesmo grupo Hilton foi convidado a ir para Caracas na Venezuela. Como bom paulistano assumido ele não se adaptaria ao país, e com saudades da cidade decidiu novamente arriscar sua posição confortável e enveredar-se no mundo do marketing. Estava dada a carta que mudaria sua trajetória e o tornaria mestre de publicidade, e mais tarde reconhecido por notório caráter e constante inovação.

Ao regressar de Caracas assumiu trabalhos esporádicos em assessoria de imprensa. Surgiam padrinhos importantes como Mario Canivello e seu nome ficava conhecido em marcos da noite paulista como o Lov.e.

Mas foi no lendário clube BASE que seu destino mudaria ao conhecer outro padrinho, este chamado Paulo Borges, o mais importante homem da moda brasileira. O ano era 2000, e André nem conhecia Borges, mas a habitual simpatia com que trata a todos conquistou o ascendente empresário e logo ele era o responsável, por conta de seu inglês fluente, a recepcionar os jornalistas e produtores internacionais que vinham pela primeira vez ao país ao lado de Gisele Najjar (a primeira (e ainda hoje) agência de imprensa do evento) que na época se chamava Morumbi Fashion.

Já com alguns trabalhos na área para nomes como Carlos Miele, seu talento foi reconhecido e em breve estava na Press Code (sociedade de Gisele Najjar e Christine Caterina) coordenando todo o departamento internacional do evento rebatizado São Paulo Fashion Week. O tempo passou, e Almada era o destaque da equipe figurando inclusive em revistas internacionais. Seu nome já era tão relevante a moda que sua festa de aniversário comemorada no clube Ultralounge reuniu figuras renomadas e chamou a atenção do proprietário, Bob Yang, que logo o convidaria a promover uma noite semanal no clube.

Nascia então o Jet Lounge, projeto que recebia personalidades diversas para brincar de dj por uma hora. A noite fez tanto sucesso que logo ele teria de tomar outra decisão, e ao abandonar a Press Code promoveu noites memoráveis como um aniversário para Gisele Bundchen, que segundo palavras do próprio, revolucionava a noite ao reunir o maior número de estrelas por metro quadrado. O projeto iria até 2004, e foi apenas o início do burburinho que ele começava a criar na cidade.

Eventos para Ellus, Fause Hatén e Louis Vuitton foram apenas alguns projetos que criou ou coordenou no período pós Ultralounge. Inovação e surpresa só podiam ser consequência de alguém disposto a vencer. Em abril de 2004 anunciaria sua festa itinerante: a Toy, A festa começou a lotar e em setembro do mesmo ano ele abria a The Week. Daí por diante tudo é um capítulo a parte, ou ao menos mereceria um epílogo, já que são tantas histórias e conquistas, que laudas poderiam ser escritas.

Em breve resumo, a The Week reconfiguraria a noite paulistana, mexeria com a cena gay do Brasil ao torná-la eclética e atraente a qualquer cidadão E se tornou, muitos arriscam, a maior e melhor casa noturna das Américas. E por mais que Almada, sempre gentil se recuse a comentar o fato, sua casa noturna simplesmente mudou os ares da concorrência, que frente a tanta inovação tiveram de se adaptar para enfrentar o furacão The Week. De fato, era hora de alguém motivar outros empresários, o que tornou de Almada muito mais que um sucesso, e sim um exemplo a ser seguido.

Inspirada na boate Babylon, fictício estabelecimento do seriado Queer As Folk em sua versão americana, a The Week instalada na antes esquecida Rua Guaicurus conseguiu ainda outro mérito: retirar o público GLS do eixo Jardins-Centro e levá-los para a Lapa. Por ali passam os melhores djs, grandes divas e claro, clientes do Brasil e mundo afora É cena comum inclusive verificar turistas impressionados com o cuidado e beleza do local, sempre impecável e mantido com o olhar constante de André, que além de inovar em três ambientes, duas pistas e um espaço aberto com piscina associa marcas como Nokia, South African Airways, Mash, Calvin Klein e Camicado e muitas outras a boate, um fato com certeza inédito no país.

Ao tirar os gays do gueto e agradar a todo o público a The Week se tornou um grande espaço para eventos e abrigar shows institucionais como os recentes Vive La Fête e Coco Rosie, além de atrair eventos corporativos de outras casas como Sirena, Manga Rose, Lov.e e conquistar patamar digno de sediar grandes motes como a 30ª Mostra Internacional de Cinema.

A ascensão parece cada vez mais notória. Idem podemos dizer da dedicação de Almada: em abril deste ano apostou na sua experiência com alimentos da época da hotelaria e abriu as portas do Mercadinho, um restaurante que cumpre a premissa e traz um pouco da simplicidade do interior para São Paulo em plena Rua da Consolação. Projetos? Está em andamento um programa de televisão e uma revista editada por outro grande nome, o amigo Mario Mendes, um dos jornalistas mais importantes em moda, cinema e comportamento do país.

E ressalta-se ainda outro fato notório, em fase de planejamento, um projeto assistencial beneficente. Afinal, apenas um empresário com a trajetória de Almada poderia lutar por pessoas menos favorecidas. Dar oportunidades a jovens é hoje o maior sonho de Almada. E ninguém dúvida que em muito em breve esse sonho será efetivado.

A trajetória, enfim, como anuncia a premissa deste texto é de alguém simples, que conserva as lições de uma longa batalha, que saboreia o sucesso de forma contundente e sem estrelismos, certo de que o trabalho não é simples detalhe, é resultado. E conhecer a história desse balzaquiano é prova eficaz de voracidade incomum. Quanto aos próximos parágrafos de André Almada, o que se pode dizer é que são tão incógnitos como suas escolhas, a única certeza se faz com uma palavra: determinação.

Por Antonio Trigo

Antonio Trigo, é jornalista, formado pela Fundação Cásper Libero. Iniciou sua carreira como redator da Rádio Bandeirantes, com passagens pelo Canal 21 e BandNews. Foi repórter das revistas Vogue e Homem Vogue. Colabora atualmente para as revistas Simples e Joyce Pascowith. É ainda gerente de imprensa da grife Diesel no Brasil