



CMUHE016055

FLEURY, Glauce. Casas noturnas têm vida curta, diz promotor.
Correio Popular, Campinas, 20 ago., 2000.

Casas noturnas têm vida curta, diz promotor

Há seis anos trabalhando diretamente com promoção de eventos, o jovem Ricardo Cappucci já obteve lições de como trabalhar com garantia de sucesso. Ou pelo menos, sem prejuízo. “É importante ter boas estratégias”, declara. Ele se refere a fatores como localização, custo por investimento, administração, área, experiência no setor e patrocínio.

“O problema não acontece apenas em Campinas”, garante o promotor de eventos. Segundo ele, historicamente as casas noturnas não têm vida longa em termos mundiais. “Em geral, duram dois ou três anos”, comenta. Em razão desses fatores, ele lem-

bra que é possível afirmar que a Pachá Brasil, por exemplo, foi um sucesso. Durou quase cinco anos.

No Brasil, muitos já ouviram falar do Gallery, em São Paulo, e do Hipopotamus, no Rio de Janeiro. Ambos fecharam. “Normalmente, quem monta uma casa noturna não é do ramo”, revela Cappucci. Proprietários de estabelecimentos do tipo, normalmente, são empresários que possuem recursos financeiros e optam por um investimento na casa.

Outro fator prejudicial, segundo a análise de Cappucci, é a dificuldade de se adequar ao trabalho no período notur-

no. “É diferente porque quem trabalha em casa noturna precisa trabalhar durante o dia e à noite”, acredita. Além disso, áreas espaçosas como Palicari e Cabral dificultam o retorno financeiro. “É difícil lotar a casa todos os dias.”

Os estabelecimentos noturnos do gênero, em sua maioria, são voltados a um público adolescente e jovem. “Os mais novos ainda não têm uma opinião e estão em busca de novidade”, comenta. De acordo com o promotor, isso explica o esvaziamento temporário de uma casa noturna quando há o anúncio de uma nova abrindo na cidade. “É preciso reinvestir sempre.” (GF)