



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)