

Empresário "nerd" usa coleção de gibis e games para abrir bar temático

Afonso Ferreira

Motivo de piada no passado, os "nerds" deram a volta por cima. Agora, chamados de "geeks", eles ganharam popularidade e se tornaram o público-alvo de alguns bares.

Em São Paulo (SP), o empresário Tiago Almeida, 33, deve inaugurar em novembro, um bar com foco nos "nerds", o Gibi Cultura Geek.

O espaço de 92 metros quadrados terá uma biblioteca com mais de mil exemplares de HQs (histórias em quadrinhos) para leitura e transmissão de séries, como "The Walking Dead", "Game of Thrones" e "The Big Bang Theory", ao vivo, seguidas de discussões.

O empresário estuda, ainda, a possibilidade de exibir DVDs de séries antigas.

Também estarão disponíveis para a comercialização gibis, jogos e miniaturas de heróis e personagens.

Na exibição das séries ao público, o bar não pode cobrar entrada ou ingresso, segundo a analista do Sebrae-MG (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa de Minas Gerais) Mônica Stela Castro. "Para a exploração com fins comerciais é preciso uma licença dos produtores", diz.

"Sempre fui 'geek' de carteirinha e percebi que faltava um lugar para nos encontrarmos. A prova disso é que, antes mesmo de abrir o negócio, já fechamos a realização de dois eventos no nosso espaço e a ideia é fazer de lá um local para discussões", diz Almeida.

O investimento para tirar a ideia do papel foi de R\$ 500 mil, segundo ele. O empreendedor afirma que a intimidade com o público-alvo e a percepção de um mercado crescente foram fundamentais para abrir a própria empresa.

"Houve uma ascensão do 'nerd', principalmente por meio de personalidades como Bill Gates, Steve Jobs e Mark Zuckerberg. Além disso, o cinema descobriu o potencial do universo 'geek' e todo ano lança filmes com super-heróis", declara.

A previsão de faturamento do negócio é de R\$ 60 mil por mês. "Recentemente, vi que em Chicago, nos Estados Unidos, também será aberto um bar para 'geeks'. Esta é mais uma indicação de que estamos no caminho certo", diz.

O bar ao qual Almeida se refere é o Geek Bar. Os criadores do espaço colocaram a ideia na internet para arrecadar recursos. Até a última terça-feira (20), US\$ 32,1 mil (R\$ 77,2 mil) haviam sido arrecadados.

Bar tem jogos de tabuleiro e baralho

Já o bar Ludus Luderia, na capital paulista, aposta nos jogos de tabuleiro e de cartas para atrair o público, segundo a proprietária, Lucy Raposo, 46. De acordo com ela, o estabelecimento conta com um cardápio com mais de 60 jogos nacionais e importados.

A variedade vai de dominó e gamão até Banco Imobiliário e War. É cobrada entrada, que varia de R\$ 12 a R\$ 28 por pessoa, conforme o dia da semana. Os funcionários do bar ajudam os clientes com as regras dos jogos.

O negócio existe desde 2007, mas Raposo afirma que o lucro só começou a vir em 2010, quando, segundo ela, os "nerds" ficaram mais populares. Um dos fatores que contribuiu para o aumento do interesse pelo mercado "geek" foi o lançamento da série "The Big Bang Theory", que trata sobre um grupo de amigos "nerds".

"No começo, sofremos um pouco com o preconceito por ser um lugar para 'nerds'. Hoje, nosso público cresceu e os que não se declaram 'nerds' representam de 60% a 70% dos clientes", declara.

Por mês, o estabelecimento recebe de 1.200 a 2.200 pessoas, de acordo com a proprietária. O faturamento não foi divulgado.

Focar só no 'nerd' pode limitar crescimento da empresa

Segundo o professor de criação digital da ESPM Vicente Martins (conhecido no meio dos games como Vince Vader), ter jogos de tabuleiro, acervo de HQs e bonecos de personagens no bar cria um diferencial para o estabelecimento.

"O local acaba virando um ponto de encontro para o público por oferecer maior comodidade e opções de entretenimento", diz.

No entanto, o professor afirma que focar apenas no público "nerd" pode limitar o crescimento da empresa.

"O ideal é encontrar um meio-termo e alcançar outros públicos que não sejam 'nerds' assumidos, mas consumam algo dentro desse universo."

Público é bastante exigente

Por serem pessoas antenadas, os "nerds" são consumidores mais exigentes, segundo Tato Tarcan, criador do blog weRgeeks (nós somos "geeks", em português).

"Em geral, os 'nerds' são bem-informados. Nós, pois eu me incluo aí, temos mais condições de comparar produtos e serviços e optarmos pelo melhor", diz.

Segundo Tarcan, empresas que focam no público "nerd" precisam ter cuidado ao fazer referência a qualquer série, filme ou personagem. Um erro, mesmo que de escrita, pode fazer com que o negócio vire motivo de piada.

"Se um restaurante, por exemplo, criar um prato chamado Darth Vader e, na descrição dele, colocar uma frase do Yoda [personagens de "Star Wars"], o cliente vai perceber isso na hora, tirar uma foto e publicar nas redes sociais", afirma.

'Nerds' são clientes fiéis

Os "nerds", por outro lado, são formadores de opinião entre familiares e amigos menos antenados, segundo Tarcan. Além disso, são fiéis defensores de uma marca.

"A paixão neste universo é semelhante à existente no futebol. Só que, em vez de defender um time, as pessoas defendem uma marca, um personagem, um filme ou uma série", declara.

Fonte: BOL Notícias. [Portal]. Disponível em:
<<http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/economia/2013/08/21/empresario-nerd-usa-colecao-de-gibis-e-games-para-abrir-bar-tematico.htm>>. Acesso em: 21 ago. 2013.