

Bolsas	BOVESPA 10,44% 47.428,46 pts	Câmbio	DÓLAR.COM 10,28% R\$ 2,406	PESO ARG 10,33% R\$ 0,3	EURO 10,15% R\$ 3,25
--------	---------------------------------	--------	-------------------------------	----------------------------	-------------------------



ROLEZINHOS

Fotos Notícias Vídeos 'Rolezinhos' em charges

Grife em rolezinho pode elevar vendas, mas afastar elite, dizem consultores

Camila Neumam
Do UOL, em São Paulo 03/02/2014 | 06h00

Os **rolezinhos em shoppings** (<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/temas/rolezinhos/>) (encontros de jovens da periferia em locais frequentados pela classe média alta), que têm causado confusões, chamaram a atenção também pelo fato de seus participantes usarem roupas, calçados e acessórios de grifes caras –por exemplo, tênis Mizuno de R\$ 1.000 e camisas polo Lacoste de R\$ 250.

São marcas normalmente associadas a um consumidor de elite, que quer exclusividade. A popularização e mesmo a associação com imagens de violência podem afetar as vendas entre grupos que compram roupas para se diferenciar, apontam especialistas ouvidos pelo **UOL**.

As empresas não se posicionam oficialmente sobre os efeitos, mas marcas de luxo consultaram institutos de pesquisa para avaliar **como poderiam se descolar dos rolezinhos** (<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/marcas-de-grife-tem-vergonha-de-clientes-mais-pobres-diz-data-popular.htm>).

LEIA MAIS

Marcas de grife têm vergonha de seus clientes mais pobres, diz Data Popular (<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/marcas-de-grife-tem-vergonha-de-clientes-mais-pobres-diz-data-popular.htm>)

Rolezeiros gastam R\$ 1.000 em Mizuno; classe A rejeita itens popularizados (<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/rolezeiros-gastam-r-1000-em-mizuno-classe-a-rejeita-itens-popularizados.htm>)

"Algumas empresas me procuraram dizendo 'minha marca está virando letra de música, febre na periferia e não quero estar associado a esse pessoal'", disse Renato Meirelles, diretor do instituto de pesquisa Data Popular, especializado em dados de mercado da classe C.

Uso pela classe C tem efeitos diferentes na marca, dizem consultores

Segundo especialistas em posicionamento de marcas, o consumo de grifes pela classe C pode ser positivo no lucro das companhias, por vender mais para novos clientes. Por outro lado, pode também afastar seu público-alvo, que procura por produtos não massificados.

Para Marcos Machado, sócio da consultoria de marca TopBrands, a mudança de público pode ser um risco para essas marcas, já que a tendência entre seus consumidores é usá-las para manter uma identidade.

"Se eu crio uma marca que serve de identificação para um público e outro começa a usar, a tendência é o público original se afastar. É um risco.", disse.

Já para George Rossi, professor em estratégias de marketing da ESPM-SP, o aumento no número de consumidores é uma oportunidade de as grifes de luxo aumentarem seu caixa.

"A quantidade de pessoas pertencentes a essa classe social é muito superior às outras existentes no país. O que essas marcas têm que fazer? Vender, mesmo que fique com imagem de massa. Com esse lucro, essas grifes podem criar marcas mais luxuosas", afirmou Rossi.

Jaime Troiano, diretor do Grupo Troiano Branding, vê a questão como uma oportunidade de renovação das marcas.

"Acho bom que isso aconteça, seja pelos rolezinhos ou por qualquer grupo que leve as marcas à classe C. É um exemplo de democratização do consumo e obriga as marcas que estavam acomodadas no topo da pirâmide a se renovar", diz.

Roupa de marca é usada nos rolezinhos para atrair garotas

Originalmente, os rolezinhos reúnem jovens da periferia paulistana para paquerar e, principalmente, ostentar roupas de grife. Os rapazes dizem que os que usam as marcas mais caras são os que mais atraem as meninas. Entre as preferidas, eles citam Mizuno, Lacoste, John John, Oakley e Nike.

"Tenho várias fãs [no Facebook]. Quando elas me veem, me dão presente, até desmaiam", diz **Vinicius Andrade, 17, morador do Capão Redondo** (<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/rolezeiros-gastam-r-1000-em-mizuno-classe-a-rejeita-itens-popularizados.htm>), na zona sul de São Paulo, e frequentador de rolezinhos. Ele se gaba de ter mais de 90 mil seguidores no Facebook, a maioria garotas.

O **UOL** procurou pelas marcas citadas para saber sua posição sobre o aumento da procura de seus itens na classe C, mas somente a Nike se pronunciou, por e-mail.

"O Brasil é um país-chave para a Nike que, ao longo de sua história, conquistou a posição de líder de venda em sua categoria e também vem sendo considerada por diferentes pesquisas de opinião como a marca favorita ou a mais lembrada. Não abrimos dados específicos sobre perfis e faturamento de cada público, mas reforçamos que todo consumidor é importante neste processo e respeitamos muito suas opiniões", diz a Nike.