

# Calendário político influencia turismo

por Judith Mota  
de Brasília

A agência de turismo que resolver inovar oferecendo uma excursão com saída de Brasília durante a semana provavelmente vai perder tempo e dinheiro. "Não tem público", diagnostica a vice-presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV) — Divisão Distrito Federal, Glória da Rocha.

Com cerca de 350 mil funcionários públicos, a cidade é regulada pelo calendário do funcionalismo e da política.

Nem mesmo a população idosa da cidade — pouco expressiva, apesar da decantada qualidade de vida local — é suficiente para atenuar os desequilíbrios sazonais do setor. O maior movimento se concentra, então, nos períodos tradicionais de férias escolares, que coincidem em grande parte com os recessos dos órgãos de governo. Nessas épocas a cidade se esvazia "porque todo mundo que mora aqui tem parentes fora", afirma a representante da ABAV—DF.

Para as agências que prestam serviços ao governo a variação é ainda mais acentuada de acordo com as mudanças no cenário político. Mesmo apresentando grandes picos e fortes depressões no movimento, o governo federal é um grande cliente do setor.

Quando não se trata da compra de passagens há ainda a influência indireta causada pelo fluxo de pessoas na cidade sempre que há um acontecimento político importante.

Segundo Glória, "as grandes contas são do governo", o que gera um mercado extra. Mas o este

mesmo governo que também impede um aquecimento do setor em momentos de incerteza política. "Quando está para acontecer uma mudança no governo, ninguém quer marcar viagens, porque pode mudar o cargo e a pessoa vai acabar não podendo sair da cidade", conta ela.

Além das oscilações por causa da política, o setor de viagens em Brasília também tem sofrido — como no restante do País — as consequências da crise econômica. Com o achatamento salarial e os altos preços das passagens aéreas (que têm subido acima da inflação), as pessoas estão deixando de viajar ou diminuindo a frequência com que viajavam.

"Eu tinha clientes que viajavam em todos os feriados e agora estão reduzindo a uma vez por ano", afirma Glória. Ela conta, ainda, que mesmo as pessoas de maior poder aquisitivo estão preferindo viajar apenas em períodos mais longos — como férias, por exemplo — e a opção é sempre por promoções. "Só sai tarifa promocional", diz ela.

No mês passado, a empresa de Glória, uma agência de pequeno porte, vendeu 250 passagens aéreas. Ela calcula que 90% do total tenham sido de tarifas promocionais. "A tarifa normal só sai quando o passageiro não consegue se enquadrar de jeito nenhum nas promoções." Até o final do ano ela espera a melhora desse desempenho. Para isso o setor conta com a demanda das festas de Natal e Ano Novo, e o fato de todas as empresas estarem oferecendo promoções nesse período.