

Final de ano deixa Brasília sem gente

RAUL PILATI

Nem mesmo uma forte campanha publicitária, apoiada pelo Governo do Distrito Federal e os comerciantes locais — Brasília, capital brasileira do Natal —, conseguiu segurar os brasilienses. Final de ano é tempo de fugir, seja como for. A medida que as ruas vão esvaziando e o comércio parando, o aeroporto, a rodoviária e as rodovias vão enchendo-se gradativamente. Entre voltar para os estados de origem, rever os parentes ou simplesmente passar as festas longe da “capital do Natal” os motivos são os mais variados. Alguns viajam para fugir da monotonia em que a cidade mergulha.

Para o comércio, se janeiro e fevereiro já são naturalmente períodos de baixo movimento, em todo o País, em Brasília o caso é ainda mais grave. Não é por acaso que o Clube dos Diretores Lojistas (CDL) apóia a campanha publicitária. É uma tentativa de evitar a queda mais acentuada. “A campanha já valeu, apesar do pouco apoio”, avalia Sérgio Viott, presidente do CDL, que custeou a publicidade junto com a Associação Comercial do Distrito Federal.

Viott esperava até certa manutenção dos níveis de compra, refletindo ainda uma arrancada no final de dezembro. Na semana antecedente ao Natal, o comércio foi sacudido por um crescimento na onda consumista. Para o presidente do CDL, três fatores se somaram para este impulso: o fim da eleição presidencial, o arrefecimento das chuvas e o atraso para os últimos dias das compras normais, com os consumidores tentando aproveitar ao máximo os rendimentos das aplicações no “overnight”. “Podemos fechar o mês com vendas de até dois por cento acima de dezembro de 1988”, diz Viott.

Em função deste crescimento, ele crê na manutenção de parte do movimento ainda em janeiro, apesar do período de férias. A ausência de parte importante de consumidores, que saem de Brasília, prejudica o comércio

porque “as pessoas ganham aqui e gastam em outro lugar. O ideal seria o inverso, mas isto só com uma praia em Brasília”, lamenta o presidente do CDL. Mesmo assim, ele considera que campanhas como a da “capital do Natal” têm repercussão, e devem continuar.

“Nos anos anteriores, a taxa de ocupação dos hotéis da cidade ficaram entre 15 e 17 por cento neste período. Este ano, chegaram a 35 por cento”, garante Viott. Ele não consegue, entretanto, definir até que ponto o aumento foi causado pela campanha ou pela movimentação política em torno da eleição, que também obrigou a hospedagem de muitos assessores em Brasília. Para o presidente do Sindicato dos Hotéis, Restaurantes e Similares, Antônio Barbosa, 1989 foi um ano “razoável”, e a “expectativa é que termine próximo a 1988”. Barbosa acredita que o movimento maior de assessores de candidatos e partidos em Brasília foi compensado por uma ausência maior de parlamentares, que permaneceram fazendo campanha em seus estados. Ele espera crescimento somente com a entrada do novo Governo de Fernando Collor de Mello.

SAÍDA COMPLICADA

Para refutar o ceticismo estão as companhias de transporte, que tiveram um movimento anormal em 1989. Se as pessoas ligadas à política não chegaram a se hospedar ou consumir muito mais em Brasília, tiveram, inevitavelmente, de chegar e sair. “O movimento este ano foi bem maior”, conta Waldenyr Martins Souza, da Buriti Turismo. “Não tivemos baixa temporada”, completa, referindo-se ao período de agosto a novembro, quando as vendas costumam cair.

“Tivemos boas vendas por causa das eleições”, afirma Sebastião Cirilo Rego, superintendente de vendas da Transbrasil. O deslocamento de comitivas e assessores teria mantido a saída de passageiros. “Além do pessoal que já ia e vinha, outros entra-

ram no percurso”, explica Fernando Bueno, gerente de vendas da Preferencial Turismo. Este “crescimento constante desde julho” parece ter assustado os passageiros habituais de final de ano. “Em julho e agosto muitas reservas para dezembro e janeiro foram feitas”, descreve Souza.

Os lugares foram preenchidos rapidamente e “há 60 dias abriam-se listas de espera”, continua Souza. De lá para cá a luta tem sido grande para conseguir um assento. Os aviões, que decolavam em dezembro de 1988 com 80 por cento dos lugares ocupados, este ano estão levantando com 100 por cento de ocupação. “No ano passado vendemos 1,8 mil passagens para o último mês. Este ano, 3,2 mil”, conta o gerente da Buriti. Bueno confirma um crescimento de 40 por cento.

Por terra, a situação não é muito diferente. Apesar de não ter sentido alterações significativas no fluxo no meio deste semestre, as empresas de ônibus não estão conseguindo atender à demanda. E Nani Rufino dos Santos, gerente regional da Itapemirim Turismo, informa que para o Nordeste só há passagens para os dias 7 e 8 de janeiro. Para o Sul consegue-se passagens com relativa facilidade, mas não para todas as datas. Santos explicou que foram colocados entre 20 e 25 ônibus extras por dia para Rio de Janeiro e Minas Gerais, os trechos mais requisitados. “Ao todo, temos cerca de 60 horários diários”, revela o gerente.

A tendência do movimento é normalizar-se em janeiro, pelo menos por terra. As passagens aéreas continuarão difíceis de encontrar, pelo menos para os feriadistas. “Já estamos negando pedidos para dois dias antes da Semana Santa”, conta Rego, da Transbrasil. “Já estamos praticamente com todos os bilhetes vendidos até o Carnaval”, revela Souza, da Buriti. “Temos muitas reservas para o Carnaval, Semana Santa e até férias de julho”, conta Raimundo Fontenele Melo, diretor da Itiquira Turismo.