

Economia - Brasil Corte nos gastos com lazer

Pesquisa da Abap mostra que a tendência é geral. Em 12 estados brasileiros, 58% dos entrevistados estão se divertindo menos

Fabiana Melo
Da equipe do **Correio**

O radialista Valter Dalbello, 23 anos, continua indo a fliperamas com a mesma frequência. O que mudou foi a verba destinada para os jogos eletrônicos. "Cortei os gastos pela metade. Antes jogava com amigos ou até mesmo sozinho", afirma. Hoje, quando está só, Dalbello apenas assiste a outras pessoas jogando.

O comportamento do radialista ilustra a crise que está afetando a indústria de entretenimento em Brasília. Cinemas e parques de diversões eletrônicos registram queda de até 35% na frequência e faturamento do primeiro semestre deste ano, com relação ao mesmo período do ano passado. E a situação não deve melhorar de imediato.

Pesquisa realizada em maio pela Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap), mostra que 58% dos entrevistados pretendem cortar gastos com lazer e entretenimento nos próximos dois meses. Foram consultados 1.150 consumidores em 12 estados brasileiros.

"O movimento não parou de cair desde o ano passado. Tivemos uma queda de 30% aproximadamente e estamos estudando promoções para atrair o cliente", afirma o gerente do Brasília Play, no Brasília Shopping, Eulismar Silva do Nasci-

mento, completando que os preços das fichas e das guloseimas devem sofrer uma queda de 30%, numa tentativa de reverter a situação. Além disso, a loja pretende contratar palhaços e animadores para atrair as crianças durante as férias de julho.

Nas duas lojas da Magic Games, no Pátio Brasil e no Liberty Mall, a queda foi de 25%, segundo informa o gerente Eduardo Moreira. "A crise está interferindo, mas esperamos que o movimento melhore agora em julho".

A recessão fez com que o faturamento da Divertilândia, no ParkShopping, caísse 14%, mas o movimento não diminuiu. "As pessoas não estão gastando tanto quanto antes, mas não deixam de vir ao shopping", explica o gerente Edésio Bruce.

Nos cinemas do grupo Severiano Ribeiro (ParkShopping, Pátio Brasil e Brasília Shopping) a queda foi menor: apenas 8%, de acordo com o gerente da rede em Brasília, Paulo Liafa. "A atual condição econômica do país e a safra de filmes do primeiro semestre não ajudaram". Liafa ressalta que já estão observando uma ligeira retomada no movimento.

Os cinemas do Liberty Mall, gerenciados por Valdir Alencar Athayde, foram mais atingidos pela crise. "Tivemos uma queda de 35% no movimento e não temos como baixar mais os preços". Ele lembra que o

número de salas em Brasília cresceu muito nos últimos anos, o ajudou a diminuir a frequência.

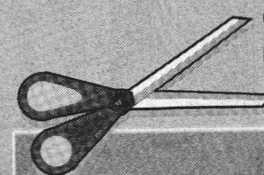
"O pessoal está com medo de gastar, em função dessa crise pela qual o País está passando", diz Alexandre Nasser, gerente do Playbowling, no Pátio Brasil. Em função da redução de 30% no faturamento da loja, Nasser está pensando em promoções que possam aquecer o movimento. "Não estamos esperando o cliente cair do céu".

CAUTELA

O consumidor brasileiro está bastante cauteloso, de acordo com a pesquisa da Abap, que usou cores para revelar as expectativas de cada um. A cor amarela é a expressão do ânimo de 39% dos entrevistados em relação ao consumo. O desânimo e retração são maiores entre os consumidores da classe A, com 48% das pessoas dessa faixa social escolhendo o amarelo. Entre os entrevistados da classe D, o verde foi a cor mais lembrada, com 44% dos consumidores se declarando esperançosos.

A adolescente Núbia Elizabeth Rodrigues Passos, de 13 anos, está entre os cautelosos e resolveu por conta própria diminuir o número de vezes que vai ao shopping e a quantia que gasta por mês com lazer. "Não dá para ficar pedindo dinheiro ao meu pai o tempo todo, para isso, com a situação financeira do país", diz. A menina, que antes ia ao shopping de três a quatro vezes por mês, agora só vai uma. "O meu pai nunca precisou me pedir para economizar, eu resolvi sozinha".

CONSUMO MENOR



O que é prioridade, quais são os cortes e no que os brasileiros esperam consumir mais nos próximos 3 meses (%)

		Prioridades	Cortes	Vai Consumir mais
	Lazer fora de casa: cinema, shows	2	58	12
	Alimentação	80	5	46
	Saúde, médicos e remédios	36	5	20
	Escola, educação	27	4	18
	Roupas e sapatos	4	39	20
	Investimentos (poupança e outros)	2	15	6
	Reforma, decoração da casa	1	21	10
	Lazer em casa	1	21	5
	Viagens, saídas de fim de semana	1	51	9
	Produtos de limpeza	1	11	2
	Produtos de toilette	1	13	2
	Guloseimas	*	24	2
	Bebidas	*	24	1
	Revistas	*	24	1

(*) = Menos de 1% — Tabela resumida