

PMS	FMLF	GERIN
BIBLIOTECA		
Jornal	A Tarde	
Data	02/03/98	
Caderno	J=	3
Seção		
Assunto		
Centro Histórico Pelourinho		

Pelourinho

Comerciantes temem ficar no prejuízo

Jorge Lindsay

Passados o verão – e com ele suas badalações mais concorridas como as festas de largo – e a ressaca do Carnaval, o Pelourinho, um dos pontos mais agitados da cidade, continua o mesmo. A única preocupação agora fica por conta dos comerciantes da área que temem o período da baixa estação e, conseqüentemente a esperada queda nas vendas. Surpreendentemente, a maioria deles garante que a chamada classe A baiana ainda não absorveu o Pelourinho como local de lazer e de compras, acreditando existir ainda algum resquício do antigo preconceito de que a área era marginalizada. Mas, para compensar, avaliam estar havendo notório aquecimento de vendas direcionadas para o turismo interno, enquanto o turista estrangeiro costuma se queixar de que o Brasil está caro para ele. Questões comerciais à parte, o Pelourinho continua apresentando atrações diversas, à exemplo da Companhia do Choro que fez as delícias do público no sábado.

No período entre março e maio, o movimento no Pelourinho é considerado fraco. Os que militam na área, à exemplo do artista plástico Jacivaldo Gomes, o Walba, sugerem a promoção de atrações típicas da época como uma feira de obras de arte de todos os gêneros, à base de parcerias com o poder público. “É preciso manter o Pelourinho vivo, do ponto de vista comercial e cultu-

ral”, enfatiza, assinalando que o artista popular é elemento importante nesse processo daí a necessidade de dispor de mais espaço organizado que permita contato direto com o público. Neste final de semana, o Pelourinho, entretanto, dava sinais de cansaço depois de um período sequestrado e a maioria dos bares, locais mais frequentados, estava vazia, enquanto os gerentes e empregados aproveitavam para o necessário faxinaço.

Tendência

A exemplo dos outros centros de comércio, cultura e lazer, o Pelourinho deverá entrar agora – pelo menos nas previsões dos comerciantes – em período de recesso econômico com a baixa estação. Logo após o Carnaval o movimento já sinalizava essa tendência. Como também na avaliação deles o turismo interno cresceu e as empresas oferecem bons descontos e vantagens nesse período, as perspectivas em termos de faturamento não chegam a ser tão pessimistas. “Muitos de nós não contam com a clientela de bom poder aquisitivo genuinamente baiana, porque normalmente se vem ao Pelourinho para trazer amigos, já que preferem fazer compras em lojas tradicionais ou convencionais”, observa a empresária Regina Brito do ramo de pedrarias e objetos típicos. Também do ramo de pedrarias, Adriana Perez aposta na clientela estrangeira e diz que estes de uma forma ou de outra são bons consumidores.



O início da baixa estação esvazia as ruas do Centro Histórico de turistas e os lojistas sabem que as vendas devem cair bastante

Frequêntadores do Pelourinho com suas famílias, o empresário Antônio Carlos e o médico Paulo Pimenta, classe média alta são

unânicos em afirmar que não vêem motivos para se segregar o Pelourinho pelo seu passado, lembrando que a festa de Carna-

val, por exemplo, foi uma amostra do potencial do Pelourinho em termos de segurança e tranqüilidade. “Se alguém ainda vê este

local com os olhos de antigamente é preciso vir aqui mais frequentemente para mudar de opinião”, ressaltou o empresário.

Foto: Lázaro Torres