

## ATUALIDADE

### AMÉRICA LATINA – Turismo Integrado

JOSÉ ÓSCAR SARAIVA MARINHO  
da Grand Order of European Travel Organizers

Ainda há quem, erradamente, considere o Turismo um “artigo de luxo” e, por isso, apenas acessível a um limitado número de privilegiados, frequentadores de “palaces” dispendiosos, de restaurantes sofisticados, de monumentais casinos, de principescos clubes noturnos.

Ora, estatísticas recentemente publicadas mostram que, no ano passado, aumentou uma vez mais o número de turistas de média e baixa condição sócio-econômica.

Verificou-se igualmente um maior grau de educação nesses turistas, que preferiram visitar lugares históricos e artísticos, apanhar sol em praias pouco mundanas, dormir em hotéis de ambiente familiar, comer em pequenos restaurantes de preço acessível, divertir-se em discotecas onde não pagam por um copo de whisky quase o mesmo preço duma garrafa. Aumentaram, por consequência, as viagens em grupo que são, obviamente, mais econômicas do que as individuais.

Em 1975, os Estados Unidos e a Alemanha Federal representaram 46% do tráfego turístico mundial, em termos de exportação.

A quase totalidade dos seus turistas participou em viagens de preço reduzido, com a duração média de duas semanas.

Os norte-americanos preferiram destinos turísticos não muito distantes do seu país; os alemães percorreram maiores distâncias nas suas férias.

Uns e outros tiveram uma só preocupação: férias tranquilas, sem sofisticação, a preços aceitáveis.

Também ainda há quem, por ignorância, pense que o Turismo foi seriamente afectado pelas perturbações de vária ordem que o mundo, em 1975, atravessou.

Tal, porém, não se verificou.

A inevitável retração produzida quer pela crise energética, quer pela inflação, quer ainda por perturbações de natureza política, não reduziu o afluxo turístico, a nível mundial. Modificou-o.

Assim, enquanto se registrou um aumento pouco significativo nas viagens de negócios, foi este bastante maior em relação às deslocações turísticas.

Aconteceu, porém, que as grandes massas turísticas exigiram que o valor do seu dinheiro fosse, de fato, respeitado.

Não obstante ter-se também verificado aumento de passageiros em via-

gens de custo relativamente elevado, foram estas dirigidas apenas a países de alto nível cultural e social.

“Sun, Sand and Sea . . . and Fun”, oferecidos isoladamente, não puderam ser vendidos a preços especulativos.

A venda de apartamentos, “villas” e “bungalows”, em complexos turísticos predominantemente sofisticados, também caiu.

Todavia, houve um aumento de 2% no tráfego turístico internacional; um aumento de 3% no número de passageiros transportados pelas Linhas Aéreas Internacionais; um aumento de 12% nas vendas dos agentes de viagens norte-americanos.

Existem no mundo cerca de 150 países independentes: em 1975, quase 90% dos turistas visitaram somente 15 deles, pelas razões acima expostas em linhas gerais.

Nos países do chamado “terceiro mundo”, por exemplo, houve 20% de aumento nas receitas do Turismo. Mas, 45% desse aumento pertenceu à Iugoslávia e ao México, dois países que se enquadram nas preferências das massas turísticas do mundo em que vivemos: sol, cultura e tranquilidade, ao alcance de bolsas pouco recheadas.

O Estado da Flórida recebeu, em 1975, 27.000.000 de visitantes estrangeiros, que gastaram 9.000.000.000 de dólares.

Se fosse um país independente, teria batido o recorde mundial de receitas turísticas: ofereceu ao visitante inúmeras atrações de renome, a preços convidativos.

Na América Latina, o país que registrou maior percentagem de aumento no Turismo Receptivo, foi a Argentina: os brasileiros sabem porquê.

A Europa recebeu quase 152.000.000 de turistas, que gastaram 17.600.000.000 de dólares: a retração não abalou a procura das suas valiosas potencialidades turísticas, alicerçadas em muitos séculos de cultura viva.

A Organização Mundial de Turismo escolheu Madrid para a sua sede permanente, rendendo, assim, merecida homenagem ao velho continente.

Por último considera-se pertinente salientar que, em 1975, a “American Express” registrou o maior volume de vendas dos seus “travelers checks”.

A expansão do Turismo não poderá mais depender de esforços isolados, deste ou daquele país. Dependerá, isso sim, duma equilibrada política de integração, envolvendo grandes espaços, para a execução da qual intervenham não só os poderes públicos, mas também a iniciativa privada.

Knut Hammarskjöld, diretor geral da Associação Internacional do Transporte Aéreo, declarou recentemente no “Wings Club” de New York: “Todas as Nações são interdependentes e cada uma deve ter em conta a política do vizinho. Ora, nesta Era do Jato, todos nós somos vizinhos”. Hammarskjöld é cidadão dum país que, com outros dois, fundou um Transportador Aéreo comum: SAS – Scandinavian Airlines System.

Basil Atkinson, diretor de Turismo das Bahamas, salientou há escassos meses a importância da efetivação de futuras campanhas promocionais juntamente com o Estado Norte-Americano da Flórida.

As Bahamas dispendem anualmente cerca de 14.000.000 de dólares em promoção turística, recebendo, em contrapartida, quase 1.500.000 turistas,

que dispendem 350.000.000 de dólares. E, os norte-americanos não representam mais de 65% do total de turistas entrados naquelas ilhas.

Mas, sendo a Flórida uma importante “porta de entrada” para as Bahamas, considera Atkinson que uma ação promocional integrada trará ainda maiores benefícios a ambas as partes.

Portugal e Espanha também firmaram um protocolo conducente à integração da propaganda turística dos dois países ibéricos, com inegáveis vantagens para cada um deles.

Chefes de Estado de 35 países, reunidos em Helsínquia, assinaram, no ano em curso, um acordo tendente a encorajar e a facilitar a expansão do Turismo, sob a forma de procedimentos comuns.

A PATA — Associação Turística da Área do Pacífico, outro salutar exemplo de integração, foi fundada em 1952, no Hawaii, com apenas 41 membros. Hoje, tem mais de 1.500 membros, reunidos em “chapters”, além dum escritório de representação na Grã-Bretanha.

De mãos dadas com a PATA, nasceu recentemente o PITDC — Conselho para o Desenvolvimento Turístico das Ilhas do Pacífico, integrando: Western Samoa, Tonga, Guam, American Samoa, Trust Territory, Fiji, Nauru, Cook, Hawaii e Tahiti.

A África é seis vezes maior do que a Europa, ocupando, assim, 20% do espaço terrestre. O Presidente Mzee Jomo Kenyatta, do Quênia, encorajou a unidade do seu povo com a palavra “Harambee”, que no idioma Swahili significa: “Vamos todos trabalhar e prosperar juntos”. Dentro desse espírito de integração, foi recentemente fundada a A.F.R.I.C.A. — Associação Turística Africana, da qual fazem parte não só todos os países africanos, mas também os que, no Exterior, promovam Turismo com destino aquele continente.

A sua primeira Convenção, na qual a “ASTA” foi aprovada como membro honorário, realizou-se há escassos meses, no imponente “Convention Center” de Nairobi.

Jamais seria possível estabelecer importantes acordos entre Hoteleiros e Agentes de Viagens de todo o mundo, se não existissem a A.I.H. — Associação Internacional de Hotelaria, com sede em Paris e a F.U.A.A.V. — Federação Universal das Associações de Agências de Viagens, com sede em Bruxelas, outro exemplo eloquente de integração.

Os principais Organizadores de Congressos, Seminários e Convenções, espalhados pelo mundo, integraram-se através de duas poderosas associações: I.C.C.A. — Associação Internacional de Congressos e Convenções e A.C.É. — Associação de Executores de Conferências.

Mais outro exemplo saliente de integração é a WATA — Associação Mundial de Agências de Viagens, com sede em Genebra.

A própria “ASTA” excedeu os limites territoriais dos Estados Unidos, integrando os Agentes de Viagens do Canadá.

Os países da Área do Caribe também formaram uma Associação, com vista à promoção conjunta das suas potencialidades turísticas, a qual tem funcionado satisfatoriamente.

Mas, o que tem acontecido, em matéria de integração turística, na América Latina?

Será aquela necessária nesta latitude?

Se analisarmos friamente a situação, como convém, concluiremos que a COTAL — Confederação das Associações Turísticas da América Latina, fundada em Abril de 1957, não obstante haver já realizado 19 Congressos e vários Encontros, pouco ou nada conseguiu, quer a nível governamental, quer privado, no que se refere à integração turística do espaço que representa. Manda, porém, a justiça que se justifique o insucesso da COTAL, em relação a tal matéria, pela oposição de certos “Patrioteros Míopes”, usando a expressão de Pedro Ortega, conhecido e respeitado homem de Turismo Latino-Americano.

A SATO — Organização Turística Sul Americana, com Secretaria Permanente no Perú, também não conseguiu, até agora, concretizar os seus ambiciosos projetos de integração.

Em Março passado, realizou-se em San Salvador o XIII Congresso do Conselho Centro Americano de Turismo. Entre outros assuntos, discutiu-se a possibilidade de criar um “Poster” a nível Centro-Americano. Passaram quase seis meses e nada mais se soube sobre o projetado “poster”!

Nesse mesmo mês, as Câmaras de Comércio do Grupo Andino analisaram, na sua reunião de Caracas, vários aspectos relacionados com a Integração Turística Regional.

É provável que algo tenham concluído, mas a verdade é que nada de positivo nasceu até agora dessa reunião.

Realizou-se também, na cidade do México, o I Forum Latino Americano de Turismo, patrocinado pela COTAL, com a presença de Representantes Governamentais da maior parte dos países envolvidos.

Foi calorosamente sugerida, por vários participantes, a criação de:

- \* Um transportador Aéreo Multinacional;
- \* Uma “tarjeta” turística latino-americana, substituindo o Passaporte, para livre circulação inter-regional.

Talvez por tratar-se de projetos exageradamente ambiciosos, deles não se voltou a falar até o presente.

Nestas circunstâncias, a única medida positiva de integração turística levada a cabo na América do Sul, parece ter sido a que possibilitou a livre circulação de cidadãos da Argentina, do Brasil, do Chile, do Paraguai e do Uruguai, ao abrigo de “tarjetas” emitidas pelas autoridades policiais dos seus países. Nada mais.

Se prosseguirmos na nossa análise fria, verificaremos a existência da seguinte situação, comprovada pelas estatísticas oficiais:

- 1) — Quem faz mais Turismo na América Latina, são os próprios latino-americanos;
- 2) — Seguem-se os europeus, os norte-americanos, os asiáticos e, por último, os africanos;
- 3) — Os transportadores latino-americanos não são os mais beneficiados, em relação ao tráfego existente.

Com base nesta situação real, fácil é concluir que, para aumentar o tráfego turístico regional, deverão os Governos dos países latino-americanos enveredar — e depressa — pelo caminho da simplificação de formalidades inerentes a circulação dos seus cidadãos, sob a forma de acordos bilaterais.

Além disso, será extremamente conveniente introduzir tarifas de excursão, com a conseqüente redução de preço, aplicáveis ao transporte aéreo entre os países latino-americanos. Com efeito, tarifas reduzidas têm possibilitado, noutras partes do mundo, o crescimento gradual de tráfego, não o limitando ao tradicional período de alta-estação turística.

Intensificar a circulação rodoviária inter-regional, sobretudo em termos de exploração regular de serviços de ônibus de longo curso, é algo que também não deve ser descurado.

Dificilmente um europeu, um asiático ou um africano suportará o custo elevado duma passagem aérea com destino à América Latina — além da duração da viagem transatlântica ou transpacífica — para visitar um só país desta área.

Mesmo um norte-americano será muito mais motivado a viajar para o sul do seu continente se lhe sugerirem a inclusão de dois ou três países no itinerário.

Isto significa que se torna mais fácil a venda, no Exterior, de excursões integrando, por exemplo, o Brasil e o Perú, o Brasil e a Argentina, a Argentina e o Chile, o Equador e a Colômbia ou o México e o Perú, em vez de cada um desses países numa só excursão.

As próprias tarifas aéreas encorajam tal integração, visto permitirem, sob certas condições, paragens em escalas intermédias, sem qualquer aumento de preço: Rio de Janeiro, a caminho de Buenos Aires, por exemplo.

Interessar os transportadores europeus, norte-americanos, asiáticos e africanos na promoção de tráfego turístico para a América-Latina será outro caminho a seguir.

Na verdade, os transportadores latino-americanos não devem tentar monopolizar o tráfego originado no Exterior, sendo, em nosso entender, preferível continuar a política de operação de linhas regulares em “pool” com os seus congêneres dos países que servem: A união faz a força!

Por outro lado, é indispensável que o setor privado, que muito pode esperar do Turismo, colabore ativamente na integração aqui sugerida, não se limitando a esperar que sejam apenas os Governantes a fazê-lo.

Um poderoso grupo de Operadores Turísticos, acaba de fundar a “ATILLA — Associação de Turismo Integrado Latino-Americano”, na qual o México e todos os países da América Central e do Sul estão representados, animados dum só propósito: promoção conjunta, para vender mais.

Resta-nos, pois, esperar que a “ATILLA”, cuja próxima Assembléia Geral deverá realizar-se no Brasil, consiga transformar em realidade a tão sonhada integração turística da América Latina.

O que os Governos até agora não conseguiram fazer, por naturais dificuldades burocráticas, seja ao menos tentado pelos homens de negócios.