

# O turismo brasileiro no início do século 21

*Brazilian's tourism in beginning of 21<sup>st</sup> century*

Luiz Gonzaga Godoy Trigo<sup>1</sup>



Todos sabem que o turismo brasileiro melhorou – e muito – nos últimos cinco anos. Em várias palestras e artigos estão os indefectíveis números comprovando o número de estrangeiros que vieram ao Brasil (cerca de 5 milhões), o número de turistas domésticos (cerca de 38 milhões) e mais estatísticas e indicadores relativos a investimentos públicos e privados na área. Realmente há alguns avanços significativos. O projeto de Porto Sauípe, localizado ao norte de Salvador com cinco *resorts*, seis pousadas e um complexo de esportes e lazer, foi inaugurado (em *soft opening*) em meados de 2000 e promete ter níveis internacionais de qualidade. Os novos aeroportos de Curitiba, São Luís, Fortaleza e o Terminal 2 do aeroporto Galeão/Tom Jobim do Rio de Janeiro primam pela excelência. A rede hoteleira nacional cresceu consideravelmente a partir de 1995 e atualmente apresenta uma pluralidade considerável de hotéis (de duas a cinco estrelas) e *resorts* no litoral e no interior, além dos flats e outros meios de hospedagem alternativos como pousadas, pensões e campings. Todos os indicativos da imprensa especializada apontam a hotelaria como sendo o segmento que mais está crescendo e necessitando de profissionais altamente qualificados. Os destaques nessa área são as redes internacionais Accor, Meliá, Marriott e Choice, além é claro de grupos brasileiros que estão investindo em unidades isoladas ou pequenas redes quase regionais mas de fundamental importância para o desenvolvimento da área.

---

<sup>1</sup> Professor da PUC-Campinas e da Univali-SC. Gerente do SENAC-SP Turismo e Hotelaria.  
E-mail: [trigo@sp.senac.br](mailto:trigo@sp.senac.br)

Houve também um crescimento quantitativo e qualitativo das publicações na área de lazer, turismo, hotelaria e gastronomia. As editoras Papirus, SENAC-SP, Atlas e Futura decidiram ampliar seus títulos nesse campo e o público respondeu positivamente. Surgiram vários cursos de especialização e mestrado além de acordos nacionais e internacionais para oferecer cursos de pós-graduação com foco no setor de serviços destinados a turismo e hotelaria. Até o momento da entrega deste artigo (abril de 2000) o único curso de mestrado em turismo e hotelaria reconhecido pela CAPES era o da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) sediado em Balneário de Camboriú (SC). Várias universidades e centros universitários estão com seus programas de mestrado em andamento e aguardando a resposta da CAPES sobre o seu pedido de reconhecimento. A Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo continua a produzir dissertações de mestrado e teses de doutorado na área de turismo mas o título do programa é “Ciências da Comunicação”. É interessante a recente atenção de outras áreas pelo Turismo. Faculdades de Economia, Geografia, História, Arquitetura, Educação Física, Administração e Ciências Sociais têm se preocupado em entender e discutir o fenômeno turístico, seja como disciplinas na graduação ou como vertentes de seus programas de pós-graduação. Sendo o turismo uma especialidade científica interdisciplinar, essas interrelações são muito produtivas e podem originar trabalhos cada vez mais profundos e consistentes. Nos países desenvolvidos essa relação entre os cursos é realizada normalmente e a produção científica de seus docentes e pesquisadores enriquece-se com a troca de experiências entre profissionais de várias áreas e essa prática começa a acontecer no Brasil. Quanto à graduação, o mercado também respondeu ao aumento da demanda. Calcula-se que exista mais de 300 cursos de graduação no país divididos, mais ou menos, em 85% de turismo e 15% de hotelaria. Muita gente deplora o crescimento dessa oferta e se pergunta se haverá mercado de trabalho para todos os que se graduarem. Evidente que não. Mas isso já acontece com engenharia, direito e administração, por exemplo. Muitos terminam a graduação e vão trabalhar em outra área, ou constituem família e deixam de trabalhar ou então, na pior das hipóteses, ficam excluídos do mercado. Porém há uma outra faceta que é pouco compreendida. Os novos profissionais que tiverem uma excelente formação acadêmica, conhecerem uma segunda ou terceira língua estrangeira e souberem explorar os inúmeros recursos de acesso ao conhecimento existentes (livros e periódicos nacionais e estrangeiros, internet, congressos e seminários, viagens) garantindo assim uma cultura geral sólida e ampla, poderão

ingressar no mercado de trabalho como *global players*. Tenho comentado com meus alunos que nós não os estamos preparando para trabalhar em sua região ou país mas sim em qualquer lugar do planeta ou, futuramente, no espaço onde o turismo está lançando suas teias. Nossas propostas não podem estar baseadas apenas no presente mas sim no futuro e certamente o século 21 se encerrará com viagens espaciais fazendo parte do portfólio comum de uma agência de turismo.

O problema é que algumas pessoas podem ver só o que se avançou e não o que ainda falta conquistar, o que também não é pouco. Corre-se o risco de ser condescendente para com os problemas e falhas, de não se querer ofender grupos ou autoridades que tanto têm trabalhado pelo turismo brasileiro e, finalmente, de ficar “bem” com o a média da opinião pública. Se isso ocorrer será um atraso para o setor. É evidente que a atual administração do Caio Luis de Carvalho na Embratur está sendo a mais competente da recente história do turismo brasileiro e que muitos avanços foram feitos, especialmente no setor privado. O problema é que a maioria dos órgãos estaduais de turismo (com honrosas exceções) e um grande número de administrações municipais continuam com uma gestão amadora e pífia de seu turismo (apesar dos avanços proporcionados pelo Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – PNMT, criado pela Embratur). O que precisamos evitar é um discurso único de que o turismo brasileiro está excelente e que não há muito o que melhorar. Isso não é verdade, ainda temos muito o que fazer. O país é tremendamente injusto, o atraso e a miséria comprometem o desenvolvimento, os nossos índices de qualidade estão ainda distantes dos melhores serviços oferecidos no planeta (tanto que não aparecemos na famosa lista dos 100 melhores produtos turísticos do mundo – “Top 100” – apresentada anualmente pela revista norte-americana Condé Nast Traveler, que é uma das referências mais sérias do setor). Qualquer crescimento implica em acompanhamento crítico rigoroso e isento de simpatias ou ataques motivados por motivos políticos ou ideológicos. É preciso apontar as carências por um simples motivo: penso que o Brasil pode ser um destino tão competitivo quanto qualquer país desenvolvido do mundo desde que continuemos a trabalhar duro e sem que nos percamos no cipó barato da bonomia e da simpatia gratuita. Em suma, penso que vale apontar os defeitos porque há vários projetos, públicos e privados, excelentes que devem ser aprofundados e servir de exemplo para outras iniciativas.

O que ainda falta fazer? Em linhas gerais os problemas são de grande porte e estruturais mas essa agenda não pode ser relegada ao esquecimento.

Ainda não se desenrolou definitivamente a substituição da tutela da aeronáutica sobre a aviação comercial brasileira e os impostos incidentes sobre a operação aeronáutica civil são proibitivos, conforme o presidente da TAM Rolim Amaro tem sistematicamente denunciado. A Receita Federal e a INFRAERO ainda não se conscientizaram completamente de que os estrangeiros e brasileiros que chegam de viagens internacionais não são malfeitores entrando no país e que têm que passar por filas humilhantes. Isso não acontece nos países desenvolvidos, a não ser excepcionalmente em alguns pontos de maior fluxo. Já ocorreu até fila para embarque internacional no aeroporto de Cumbica, o que é um absurdo. Quanto aos desembarques matinais em São Paulo por exemplo, quando chegam vários aviões internacionais ao mesmo tempo, o caos destrói rapidamente qualquer imagem razoável que o visitante possa ter do país. O pior é que a falta de sensibilidade e a carência de percepção do que é qualidade faz com que muitas pessoas pensem ser normal deixar os “privilegiados” que vão para o exterior esperando pelas malas e depois para passar no “free shop” e na alfândega. Se não precisássemos de turistas até poderíamos ter essa lacuna conceitual e profissional mas a nossa realidade é bem diferente pois precisamos aumentar o índice de visitantes no país.



Outro problema refere-se aos empresários responsáveis pelas companhias aéreas e suas relações com o governo. Até abril de 2000 as quatro grandes companhias aéreas brasileiras acumulavam um prejuízo de cerca de US\$ 200 milhões. A VASP passou o mês de abril de 2000 correndo o risco de falir devido às dívidas acumuladas (tendo até seus vôos internacionais cancelados devido ao confisco judicial dos aviões MD-11). A Varig teve que pagar apressadamente suas dívidas com o governo porque senão apenas a TAM poderia participar da concorrência junto à Presidência da República para servir por um ano ao Presidente do Brasil. Por causa dessas dívidas a Varig deixou de servir ao Presidente na viagem que ele fez a Portugal e a TAM aproveitou o momento para mais uma jogada competente de marketing. A longa novela das companhias aéreas brasileiras revela uma história plena de intervenções do governo e de malversações gerenciais por parte dos empresários. Os Estados Unidos fizeram uma grande desregulamentação na década de 1980 e simplesmente deixaram os incompetentes quebrarem. Foi o que aconteceu, por exemplo, com a Eastern, National, Braniff e Pan Am. Essa seria uma solução muito razoável para o Brasil, a menos que se queira investir dinheiro popular nas companhias aéreas como se fez na questão do PROER com os bancos privados. O Ministério do Desenvolvimento declarou (em 20 de abril de 2000) que *“trabalha efetivamente com a perspectiva de que duas das quatro grandes companhias do mercado deixarão de existir a curto e médio prazos.”* Os jornais não dizem claramente quais são essas empresas por receio de influenciar o mercado e por uma cautela interesseira pois elas são grandes anunciantes. Como esta revista da UFMG não tem interesses na publicidade desses grupos pode-se dizer que uma das empresas com alta probabilidade de falência é a VASP e a outra seria a TransBrasil que, devido às suas boas condições atuais de gestão, poderia ser absorvida por outra empresa como a TAM segundo especulações recentes da imprensa especializada. A Varig reformulou seu modelo de gestão, eliminou alguns (não todos) costumes típicos de empresas estatais garantidos aos seus funcionários pela Fundação Rubem Berta e faz parte da Star Alliance, o que lhe garante inserção internacional de alto nível. A TAM tem apresentado os melhores resultados entre todas as companhias aéreas brasileiras e o modelo de administração do Comandante Rolim Amaro é digno de ser copiado por qualquer empresário interessado na qualidade e no bom desempenho de seus negócios. Rolim usa e abusa dos ensinamentos de Jan Carlson, o famoso ex-presidente da SAS que escreveu o livro *A hora da verdade*

e das práticas de Richard Branson, o presidente do grupo britânico *Virgin* que não perde oportunidade de criticar sua concorrente *British Airways*. O marketing da TAM só não é mais agressivo, como o da *Virgin* por exemplo, talvez porque o público brasileiro seja mais suscetível aos ataques diretos aos concorrentes, coisas do “homem cordial”. Em suma o mercado brasileiro na aviação comercial precisa urgentemente se reestruturar, podendo até ser absorvido em parte pelo capital internacional para se estabilizar e poder continuar a oferecer serviços com tranquilidade em um país que tem uma extensão territorial continental.

Se a estrutura aeroportuária tem alguns problemas (assim como alguns excelentes aeroportos também) a infraestrutura portuária é uma piada de mau gosto. A imprensa noticiou que na terceira semana de dezembro de 1999 um navio com mais de mil estrangeiros teve que esperar horas para que seus passageiros fossem liberados pela incompetência administrativa do porto do Rio de Janeiro. Não há um só porto com instalações decentes no país para receber navios de passageiros e esse segmento é um dos que mais cresce no mundo. É evidente que essa falta de condições mínimas impede que navios com mais de sessenta mil toneladas e dois mil passageiros venham com maior regularidade ao país (sendo que hoje navios com noventa mil toneladas e três mil passageiros são comuns no Caribe). O mercado de cruzeiros marítimos cresceu nos últimos cinco anos apesar dos problemas estruturais e poderia ter crescido muito mais, inclusive em qualidade, se as condições portuárias fossem adequadas nas principais cidades. Apenas no verão do ano 2000 está prevista a chegada de um navio de primeira linha para fazer cruzeiros pelo Brasil. Será um navio da *Royal Caribbean Cruise Lines* e as fretadoras passaram o ano preparando equipes de recepção e de apoio aos serviços de bordo para atender ao mercado brasileiro. Para se ter idéia do que são portos decentes pode-se citar: Miami, San Juan de Porto Rico, Fort Lauderdale, Barbados, Cingapura etc. O ideal seria que os terminais portuários brasileiros fossem privatizados e a sua operação bancada pelas empresas que utilizam o serviço. Uma provável dificuldade é a sazonalidade que dificulta a realização de cruzeiros durante todo o ano, mas isso seria minimizado pelo uso intenso nos meses de verão e pelo uso esporádico na chamada baixa estação.

A formação profissional básica é outro gargalo. Algumas vezes eu ouço os leigos dizerem que o brasileiro não fala inglês ou espanhol mas é “simpático” e “jeitoso”. Só faço ouvidos de mercador porque ou é ignorância das exigências

mais básicas da operação turístico-hoteleira ou se está “jogando para a torcida” de uma forma política. Não é assim que se melhora a qualidade de serviços prestados e sim falando alguma língua estrangeira e tendo cultura geral sólida além dos conhecimentos específicos de cada setor envolvido em viagens e entretenimento. É preciso que os exemplos dos cursos oferecidos por entidades como o SEBRAE (Serviço de Apoio à Pequena e Média Empresa), do SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), do Instituto de Hospitalidade da Bahia, do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), da ABAV (Associação Brasileira de Agências de Viagem) e da AVIESP (Associação dos Agentes de Viagens Independentes do Interior do Estado de São Paulo) sejam copiados exaustivamente por todo o país e que esses cursos sejam também bancados por outras empresas e governos. Essas instituições que citei tem oferecido cursos médio e básicos para formação profissional nas áreas de turismo, gastronomia, hotelaria, eventos e meio ambiente, mas é preciso que as escolas de nível básico (públicas e privadas) localizadas em regiões turísticas tenham alguns programas mais consistentes de conscientização e que os vários sindicatos preocupem-se com a área. Um exemplo de mentalidade aberta é o hotel-escola que a CUT organizou em Santa Catarina (Hotel Canto da Ilha) e exemplos de excelência são os Hotéis-Escola do SENAC São Paulo, o Grande Hotel Campos do Jordão e o Grande Hotel São Pedro.

É preciso também que se estabeleçam bancos de dados e estatísticas com metodologia científica confiável aos níveis municipal, estadual e federal. Ainda há grandes ausências nesse campo e a falta de memória, de dados e de conhecimento muitas vezes nos leva a “reinventar a roda” atrasando projetos e iniciativas que precisam ser viabilizados para gerar empregos, impostos e riquezas a comunidades ansiosas por novas possibilidades de desenvolvimento. Na Europa Ocidental e na América do Norte os bancos de dados estão formados a muito tempo. Várias instituições (públicas, privadas e ONGs) possuem informações sobre os mais diversos segmentos. O *National Geographical Board*, localizado em Washington DC, possui uma relação de todos os acidentes geográficos do mundo, em inglês e na língua original. A *National Educational Association* (NEA), também com sede em Washington, edita a cada dois anos um volumoso relatório com os dados da educação nos Estados Unidos. No Brasil apenas na atual gestão do Ministro Paulo Renato de Souza (Educação) é que se iniciou a publicação sistemática de informações sobre a situação educacional brasileira, o que já é um avanço considerável. No campo do turismo as informações estão dispersas e o pesquisador

tem dificuldades kafkianas para realizar seu trabalho. As ilhas de excelências nesse assunto são os relatórios especiais da Gazeta Mercantil sobre aeroportos, transporte rodoviário e hotéis; os relatórios sobre a aviação comercial brasileira editados pela revista Flap; os guias especializados (4 Rodas, por exemplo); o meu livro que contém um banco de dados históricos sobre o país (TRIGO, 2000); o livro da Profa. Mirian REJOWSKI (1996) sobre pesquisa científica de turismo (*Turismo e pesquisa científica*); o livro sobre *Parques Nacionais do Brasil (1999)*, editado em 1999; e algumas iniciativas isoladas. A Varig, TAM e TransBrasil possuem o equivalente a um setor de preservação da memória da empresa, a Braztoa (entidade que congrega as operadoras turísticas) tem um banco de dados de seus sócios e algumas prefeituras organizaram seu inventário de oferta turística e a TAM está organizando um museu aeronáutico privado já tendo adquirido dezenas de aviões antigos e os restaurado. Uma ausência marcante é a Embratur. Seu banco de dados estava localizado no Rio de Janeiro e foi doado para a Universidade de Brasília. Toda a papelada foi estocada mas não foi organizada, o que impede a pesquisa. O resultado é que a Embratur não tem sequer a relação completa de suas Deliberações Normativas. Quem quiser pesquisar tem que ir até Brasília, conseguir autorização para ver as mais de quatrocentos Deliberações (não é tão difícil conseguir a autorização) e fazer um trabalho de monge medieval exercitando a paciência. O principal órgão de organização do turismo no país deveria primar por ter não apenas o setor de estatística operando mas um setor de memória e organização eficiente de todos os seus dados além das informações relacionadas com o turismo no país. Isso não é tão caro e nem tão difícil, apenas trabalhoso e precisa de pessoas especializadas para implantar uma metodologia de pesquisa eficiente. Depois que tudo for organizado e preparado para ser ampliado e atualizado o trabalho torna-se rotineiro e compensador. O mesmo vale para os órgãos estaduais de turismo e para os setores municipais de turismo das principais cidades brasileiras. Apenas o Rio Grande do Sul possui uma publicação contando a história do turismo de seu estado e em Santa Catarina há o projeto de um aluno do mestrado da UNIVALI que fará um levantamento histórico do turismo no estado. A pesquisa sobre turismo no país já comporta a sistematização de publicações sobre a história, o inventário e os principais fatos e características de cada estado ou região. É um campo fértil de trabalho para dezenas de dissertações de mestrado e teses de doutorado.

As comemorações dos 500 anos do Brasil tiveram como um sub-produto muito útil o levantamento de uma imensa bibliografia sobre a história, a

sociologia, a antropologia e a geografia do país. Por estarmos distante dos principais fluxos de transporte globais e situados na esfera das colônias de exploração nós, brasileiros, acostumamos a ver o país no espelho do subdesenvolvimento. Essa relação colonial de dependência aliada à história recente nada edificante da ditadura militar amorteceu o interesse pelo nosso tempo e espaço. Graças à música, ao esporte e à literatura o país foi mostrando a sua cara e estamos percebendo que, ao lado da miséria, da injustiça e da safadeza existe também uma riqueza cultural imensa, um sentimento humano caloroso e vários projetos que deram certo ao longo da história. Algumas comunidades entenderam que a valorização de suas características, aliadas à inserção global, podem trazer benefícios, respeito humano e lucros.

Há vários exemplos de culturas locais que se desenvolveram e que podem ser implantados em outros lugares, sempre de acordo com o interesse das comunidades e nunca impostos de fora. Na década de 1970 o então prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, usou seus conhecimentos de arquitetura para formar uma equipe e começar uma transformação na cidade que deveria trazer mais conforto e beleza aos seus habitantes. A cidade de Curitiba chega ao final do século sendo um exemplo de estruturação urbana eficiente e o mais importante: as culturas de suas variadas etnias foram mantidas e valorizadas através das festas, do artesanato, da gastronomia e dos contatos entre elas mostrando assim maturidade e orgulho de sua história. Outro exemplo é a atual série de gestões municipais de Porto Alegre (Partido dos Trabalhadores) que privilegiou uma gestão participativa por parte da população e deixou espaços para uma produção cultural pluralista, aproveitando a imensa riqueza da cultura gaúcha e a disposição que a população tem para preservar e ampliar sua área de atuação cultural.

A Bahia, desde a década de 1980, entendeu que o turismo poderia ser uma opção viável. As comunidades locais assumiram a negritude, o governo estadual a responsabilidade de desenvolver políticas de turismo e os empresários investiram com racionalidade. O resultado foi a explosão de empreendimentos turísticos em Salvador, Ilhéus, Porto Seguro, litoral norte e Chapada Diamantina. Houve sucessos e problemas nesse processo. Os problemas referem-se à super-exploração urbana de Porto Seguro que tumultuou um pouco o espaço destinado ao turismo. Os sucessos têm a sua origem na implantação dos *resorts* (Club Med Itaparica, Praia do Forte, Transamérica da Ilha de Comandatuba, Paradise em Porto Seguro, Complexo Sauípe e Club Med Trancoso), na regionalização do turismo e na valorização cultural. A

Universidade Federal da Bahia tem produzido muitas pesquisas sobre a cultura baiana mostrando uma significativa riqueza antropológica e sociológica. Dois dos muitos exemplos são os trabalhos da Profa. Tânia Maria da Cunha Dias, que escreveu uma dissertação sobre as teias sociais que envolvem a baiana do acarajé e da Profa. Goly Guerreiro, que escreveu vários artigos sobre a influência negra na música e na cultura locais. A música baiana tornou-se um fenômeno nacional e internacional gerando ciúmes em vários estados ao se tornar quase hegemônica no Carnaval brasileiro.

Os habitantes do interior de São Paulo, Paraná, Mato Grosso e Goiás assumiram a sua "caipirice" e as festas e músicas tornaram-se cada vez mais representativas no cenário cultural brasileiro. Os mineiros sempre tiveram suas suscetibilidades e mantêm uma tradição firme na religiosidade, na gastronomia e nas relações sociais entre comunidades e parentes. A Amazônia despontou na década de 1980 como uma região a ser preservada e a área da maior biodiversidade do mundo tem atraído alguns poucos turistas estrangeiros ansiosos por conhecer os segredos da hiléia imensa e misteriosa. As cidades de Belém, Santarém e Parintins ainda não viabilizaram infra-estruturas mais completas de turismo (a exceção é Manaus), porém pode-se pensar em desenvolver projetos locais de desenvolvimento sustentável na região.

A literatura brasileira é uma vertente ainda pouco explorada pelos professores da área de turismo e lazer. Vários livros podem ser indicados aos alunos e jovens profissionais no sentido de prepará-los para trabalhar em um país tão complexo, exótico e contraditório como o Brasil. A literatura regional de Mário Palmério, Guimarães Rosa, Hugo Carvalho Ramos, Jorge Amado, Érico Veríssimo e Josué Montello trazem o conhecimento popular mais fiel às raízes dessa cultura. Autores urbanos como Rubem Fonseca, Ignácio de Loyola Brandão, João Ubaldo Ribeiro (que tem muito de popular também) e Luis Fernando Veríssimo são alguns que mostram as facetas atuais da sociedade brasileira em todo seu esplendor e violência. Ao lado da música e das festas, a literatura é uma possibilidade subutilizada por aqueles que justamente precisam entender o país e seu povo, os futuros profissionais em lazer, entretenimento, turismo e hotelaria. Guias de turismo, funcionários de hotéis e operadoras, comissários de bordo, planejadores e gestores em geral precisam conhecer as sutilezas, as diferenças e os problemas de cada região sob o perigo de não compreenderem o porquê de eventuais resistências à implantação ou operação de seus projetos.

A grande agenda de desafios do turismo nacional não se esgota nesses pontos. Muitos dos problemas não são fáceis de serem resolvidos e aí estão há décadas. Porém não será ignorando-os que eles serão solucionados ou atenuados e o nosso país já tem uma competência suficiente para atacar de frente os grandes desafios do turismo e do desenvolvimento. Há que se trabalhar e manter o espírito crítico, sem bonomia ou condescendência.

### Referências Bibliográficas

- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 20 abr. 2000.
- TRIGO, L. G. G. *Viagem na memória*. São Paulo: SENAC, 2000.
- PARQUES Nacionais do Brasil* (Guia Philips). São Paulo: Empresa das Artes, Publifolha, 1999.
- REJOWSKI, M. *Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira*. Campinas: Papirus, 1996.