

Perspectivas

COM A PALAVRA: Professor Dr. Mario Carlos Beni

Mario Carlos Beni ¹

O Turismo está sujeito a vetores de transformação de diferentes origens advindas da ausência de sustentabilidades: ambientais, sociais, culturais, econômicas e político institucionais. Recentes acontecimentos, revelam tendências de consumo praticamente nulas em razão de uma pandemia global que nos assola. Até então estávamos numa curva ascendente nas viagens corporativas e de lazer, no ano de 2019 fechou com 1.326,5 bilhões no tráfego turístico mundial, se somarmos a esse número ao tráfego turístico interno de cada país, chegaríamos a quase 2.700,9 bilhões de viajantes em todo mundo.

Esse número crescente em grande parte foi obtido pelas inovações tecnológicas e as novas plataformas de reservas e serviços que praticamente dominaram o mercado nos últimos dez anos, comprometendo as empresas tradicionais de viagens, redes hoteleiras e agências e consolidadoras de viagem, hospedagem e alimentação, eventos, feiras congressos e convenções.

Entretanto, outros fatores como mudanças climáticas, retratibilidade econômica, convulsões sociais, imigração em massa, instabilidade política, insegurança nos modais de transportes, riscos meteorológicos e geológicos, adventos epidêmicos e pandêmicos, terrorismo e mais recentemente nos últimos três anos até 2019 o incontido aumento da demanda, que desafiava a capacidade de carga e sustentabilidade de alguns destacados destinos como Veneza e Barcelona. Vivíamos então o Overtourism, para logo mais, a partir deste ano, experimentarmos com a pandemia do covid-19, o undertourism, somada ao início de uma retração econômica brutal levando ao desemprego em massa e a ruína de muitos empresários do trade do Turismo.

Vale lembrar que em período de retração econômica o lazer, turismo e entretenimento, não sendo itens de consumo essencial são os primeiros a serem cortados.

Já a nosso cenário é mais preocupante, depois de três anos de leve recuperação, em que o País conseguiu ao menos reduzir as consequências da retração de 7% no PIB acumulados nos anos de 2015 e 2016, a crise gerada pela pandemia do coronavírus poderá apagar todo e qualquer avanço feito ao longo da última década. Caso a projeção de queda de 5,3% do PIB brasileiro, feita pelo FMI se confirme em 2020 o País voltará ao patamar de riquezas que exibia no ano 2010, segundo cálculo do Itaú Unibanco. De acordo com a instituição, com a retração de 5,3% a economia brasileira encerraria o ano de 2020 com o PIB

¹ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Livre Docente em Turismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Professor titular aposentado da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3279-5640> **E-mail:** beni@usp.com

de 6,87 trilhões, patamar muito semelhante aos R\$ 6,83 trilhões, exibidos há 11 anos e bem distantes dos valores próximos de R\$ 7,5 trilhões de 2013 e 2014, picos da economia local antes do início da recessão causadas por desequilíbrios internos de 2015 e 2016, caso essa estimativa do FMI se confirme será uma década.

O day after dessa pandemia se desdobrará com a imensa e maior recessão global até então experimentada, superando a crise econômica de 1929 numa proporção jamais vista. Este fato nos levará a uma nova era de ações de convergência, cooperação interativa e compartilhamento entre Estado, Iniciativa Privada e Sociedade. Essas medidas, deverão ser obrigatoriamente ao nível global. Decididamente emprestando um novo protagonismo das redes sociais em benefício da humanidade perdida...

OVERTOURISM X UNDERTOURISM

Cheguei a postar sobre o overtourism ano passado quando experimentamos o pico da demanda na Europa, notadamente Barcelona e Veneza, Lisboa entre outros destinos. O tráfego turístico receptivo mundial em 2019 foi de 1.645,9 bilhões, só a América do Norte com 149 milhões de turistas e Europa com 681,9 milhões os dois, representam mais de 60% do tráfego mundial. América do Sul com 140 milhões e o Brasil com 0,76%, ou seja, 7 milhões de chegadas. Em 2019 brasileiros gastaram no exterior cerca de US\$ 19 bilhões, enquanto nosso receptivo internacional contribuiu com US\$ 5,8 bilhões. Isso representa um deficit de US\$13 bilhões. Enquanto nosso tráfego doméstico foi 84,637 milhões. A contribuição do turismo à economia global representa 129 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos e é de US\$ 8,7 trilhões.

Com a pandemia do covid-19 o eixo do setor, girou em 180 graus e, saímos do Overtourism para o Undertourism o qual, somente uma Governança Global nos reconduzirá ao ponto alcançado 2019 em conjunto com a recuperação econômica global face a brutal e inédita recessão. Nesta linha de raciocínio, tenho trabalhado a tese de uma governança global liderada pela ONU, OMT, FMI e Banco Mundial. Tenho demonstrado, em alguma Lives, o risco de perdemos uma década e sobre a única maneira de não retrocedermos à 2010, seria a utilização global regional e local das TI direcionadas à completa implementação das DMOs: Destination Management Organization, instrumento mais completo para, com estrutura informatizada, agregadora e conciliadora, reunir a dinâmica de todos os atores sociais e agentes institucionais para uma verdadeira governança global pública, privada e do terceiro setor, para constituir-se um vetor agregador de forças necessárias para assegurar o necessário e imprescindível gerenciamento, monitoramento, avaliação e controle como também, assegurar a estabilidade e sustentabilidade dos clusters de turismo. Com a necessária e imprescindível marco regulatório para as plataformas de reserva e distribuição dos serviços e produtos turísticos.

Instalada esta pandemia global avassaladora, os índices de ocupação de assentos nas empresas áreas nos voos domésticos reduziram-se em média 85% para os internacionais, próximos a 100%, o mesmo ocorrendo com as UHs nos hotéis e restaurantes que acabaram sendo fechados por medidas de prevenção. Os Eventos Feiras Congressos e Convenções foram desprogramados.

A recuperação será muito lenta, porém liderada sempre pelo turismo de negócios que exige viagens frequentes e indispensáveis. Os executivos serão os primeiros a ocuparem os aviões em voos nacionais e internacionais, como também as redes hoteleiras tradicionais que sobreviveram. Viagens de lazer e entretenimento irão rarear-se por um longo tempo, até porque viveremos uma recessão maior que o mundo experimentou, e turismo é artigo de luxo na escala de gastos essenciais. Claro que a nós pesquisadores e docentes, devemos trabalhar um novo tempo, as prioridades precisam urgentemente serem repensadas. A primeira é investir no

Turismo doméstico que estava indo muito bem tendo fechado o ano passado com quase 80 milhões, quanto ao receptivo internacional nunca estivemos bem, girando entre 6 a 7 milhões nos últimos anos com um deficit de US\$ 13 bilhões. Paralelamente investir com veemência na América Latina que deverá ser nosso grande mercado, do receptivo internacional acima mostrado, 60% é representado pela América do Sul. O próprio modelo de gestão pública do Turismo precisa ser urgentemente repensado com instrumentos mais ágeis e iniciativas público privadas.

Entendo o Novo Turismo na Economia Colaborativa e Compartilhada - A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica, e no marketing do Turismo: e-Tourism.

As ferramentas tecnológicas ofereceram oportunidades sem precedentes para o controle de gestão e coordenação do Setor, muito embora, nunca foram devidas e, necessariamente, regulamentadas pela OMT como seria indispensável. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) devem ser consideradas como uma gama completa de tecnologias eletrônicas, de computação e de tele comunicação, incluindo todo o hardware, software, netware e software necessários para o desenvolvimento e operacionalização da infraestrutura de uma organização. A convergência observada, nos últimos dez anos, entre a internet e as TICs integrou efetivamente toda a gama/conjunto de hardware, software, groupware, netware e humanware e torna tênues as fronteiras ente os equipamentos e softwares.

Assim, as TICs são um sistema integrado de software e equipamentos conectados em rede, que permitem o processamento eficaz de dados e comunicação para o desempenho das empresas operadoras de Turismo. O que provocou uma verdadeira diástase nas operações e transações no Turismo, mudando a forma o formato e todo o aparato. A internet permite a distribuição imediata de informações e serviços de forma global e veio revolucionar a interatividade entre os usuários do computador em sua forma mais portátil - os celulares. Funciona como uma janela para o mundo exterior e facilita a interatividade entre as organizações e grandes corporações ao nível mundial, instituindo uma plataforma inovadora para a troca eficiente e imediata de ideias e produtos. Proporciona também oportunidades sem precedentes para a gestão interativa e de marketing para todos os prestadores de trabalho e serviços. Provocando a maioria dos processos de negócio a redesenharem suas atividades no sentido de obter e capitalizar as vantagens ofertadas pelas novas realidades dos negócios. Porém, o Estado, as organizações governamentais do setor e sobretudo a OMT esqueceram do principal: A regulamentação, o regramento imprescindível deste novo mundo que cresce e se agiganta com a fusão permanente das grandes corporações internacionais que não recolhem impostos, taxas e aniquilam a cada dia empresas tradicionais como a Thomas Cook a primeira agência de viagem do mundo, fundada no século XIX e até pouco tempo uma das maiores do mundo...!

O CONSUMIDOR DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE TURISMO DA HIPERMODERNIDADE.

O consumidor da hipermodernidade, já de há muito, deixou de ser o da pós modernidade; está cada vez mais se transformando em hiper transformador, informatizado, tem à mão seu smartphone e quase todas as informações que necessita: sites de reserva, mapas, localizações e múltiplas outras informações, porém ainda lhe falta, aquilo, que está prestes a acontecer com a tecnologia 5G. Portanto, aqueles que pareciam ter chegado ao ponto final, na verdade, ainda estão chegando ao ponto de partida, o que passa a exigir das organizações em rede uma mudança ainda maior na disponibilidade de dados e informações e, principalmente regulamentação as quais, ainda não estão disponíveis por absoluta negligência do Estado, que parece estar ainda muito distante dessas conquistas tecnológicas, as próprias instituições que

caberiam regulamentar esse inmensurável comércio eletrônico, ainda estão muito distantes desse necessário regramento. O esforço preliminar tem funcionado como fator catalisador no processo de comando e controle voltado ao crescimento sustentável e à logística de governança, das atuais e próximas plataformas de distribuição e comercialização de produtos e serviços on-line. Porém, sentimos, mesmo em regiões mais avançadas como na Europa e EUA, a ausência desse esforço organizacional e catalisador de implantação dessas redes. Que continuam livres e soltas, pertencentes às grandes corporações, sem recolhimento de impostos e qualquer fiscalização dos órgãos internacionais aos quais deveriam se submeter como a OMT, por exemplo.

RECOMEÇO DO TURISMO PÓS PANDEMIA

Muitos operadores e integrantes da cadeia produtiva de serviços em Turismo estão com justificada ansiedade e apreensão sobre o reinício da atividade no país.

É evidente que será um processo lento inicialmente impulsionado pelo turismo de negócios, aqueles que precisam viajar com frequência em razão de suas atividades profissionais, portanto o setor aéreo e hoteleiro serão os primeiros equipamentos a serem retomados com razoável volume. A este setor se juntarão o de locação de veículos e alimentos e bebidas. O setor de Eventos retomará sua agenda imediatamente após esse período, retomando seus compromissos adiados e muito prejudicada de Feiras, Congressos, Convenções e Entretenimentos. O Turismo de Lazer terá uma recuperação mais lenta, porém necessita de uma urgente política de incentivos e promoção direcionada. Iniciando pelos Estados, incentivando à ascensão de suas regiões turísticas, ao mesmo tempo que incentivará o turismo doméstico nos Estados promovendo viagens de incentivo aos destinos tradicionais. Paralelamente devemos investir no Turismo Sul Americano que representa 36% do tráfego turístico mundial avançando para os países da América no Caribe acrescentando um potencial de 26% do tráfego turístico mundial. Em 2019 O Brasil recebeu 0,73% do tráfego turístico mundial que foi de 1, 367,5 bilhões. Para que isto possa acontecer é imperativo mudar a malha aérea sul-americana para obter mais frequência de voos entre seus respectivos países.

Para melhorar a inserção dos países ibero-americanos no mercado internacional, é necessário implementar esforços nacionais e regionais com projetos que considerem o multideestino, agregando serviços e equipamentos de qualidade e competitivos a roteiros transnacionais no continente em circuitos regionais temáticos face às características do patrimônio cultural e os ecossistemas nas extensões territoriais e transnacionais com o que verificamos no Caribe e que poderá ser planejado e executado no verão austral do Cone Sul, com visitas a Patagônia até o Cabo Horn, na Cordilheira dos Andes, nas regiões lacustres do Chile e da Argentina, nas diversas rotas que já integram o chamado mundo Maia, compreendendo a participação do México, Guatemala, El Salvador e Honduras, os circuitos de capitais cosmopolitas sul americanas como Santiago, Buenos Aires, São Paulo e Rio de Janeiro, o litoral do nordeste brasileiro, a Bacia Amazônica compreendendo Brasil, Colômbia Equador e Peru, o altiplano Boliviano e o roteiro dos Incas e os circuitos estruturados em torno das cataratas do Iguazú no Brasil e na Argentina, as rotas jesuíticas na Argentina, Paraguai, Uruguai e Brasil.

As possibilidades múltiplas para apresentar ao mundo o produto turístico Ibero-americano já foram elencadas, os esforços para a integração da América Latina já foram iniciados, restando agora a união efetiva entre seus povos e governantes e o grande desafio de sua concretização.

INÍCIO DO FINAL

Pós Pandemia como recomeçar corretamente no planejamento estratégico e sustentável do Turismo no Brasil.

Logo após a crise do covid-19, a consequente e atemorizadora recessão econômica que sobrevir, trazendo em suas consequências, descapitalização de todos os setores produtivos e o desemprego em massa que já se apresentam, pelo exponencial crescimento do processo de informatização digital dos serviços, impõem-se urgentes iniciativas inovadoras com estratégias inadiáveis.

Agora mais do que nunca neste novo tempo que teremos logo mais à frente após a pandemia global que está nos fustigando em suas consequências exponenciais na retratibilidade do Turismo. É imperativo passar de um superado modelo burocrático, prestador e concessionário de serviços, para um novo paradigma empreendedor de co-responsabilização social, solidária, a que o Estado deve prestar decisiva colaboração em conjunto com a iniciativa privada e o terceiro setor. Há muito tempo fala-se disso - porém agora é uma estratégia irrecorrível para que não se perca uma década para chegar onde já estávamos. Tal ação interativa certamente representará um esforço hercúleo na construção de um modelo de desenvolvimento integral, integrado e sustentável, possibilitando superar rapidamente a reprodução da pobreza e a exclusão social, provocadas pelo aumento das desigualdades, da internacionalização de uma recessão econômica sem precedentes.

O que mudou no mundo? O mundo converteu-se num pesadelo real e virtual acrescido de uma pandemia global que descapitalizou o planeta. Os conceitos de democracia e liberdade parecem estar sucumbindo para dar lugar a uma autocracia e despotismo Hi Tech baseada na vigilância e monitoramento, doutrinação pela comunicação digital.

EMERGÊNCIA DE NOVOS PRODUTOS NO TURISMO PÓS PANDEMIA.

O Brasil tem 17 parques nacionais e 137 APAS, para ampliar significativamente nosso turismo doméstico é necessário selecionar parques nacionais e algumas Apas para ocupação do ecoturismo, turismo ecológico e turismo de aventura.

Para isso o Mtur e a Embratur devem iniciar imediatamente um Programa de parceria público privada na concessão de algumas dessas áreas para ocupação turístico recreativo a exemplo do que já foi feito com o Parque Internacional de Iguazu e a Floresta da Tijuca. A melhor maneira de preservar, é ocupar adequadamente o território.

Para melhor inserção dos países ibero americanos no mercado internacional é necessário implementar esforços nacionais e regionais com projetos que considerem os multidestinos, agregando serviços e equipamentos de qualidade e competitivos a roteiros internacionais temáticos como o que já ocorre no Caribe. Para isso urge implantar uma infraestrutura aero-portuária em PPP com aeroportos alternativos e uma malha aeroviária com frequências de voo regionais e aeronaves menores para voos intra regionais e para os países sul americanos que fazem fronteira com o Brasil, além de aeroportos Hubs, principalmente na região Norte.

Rotas que poderiam ser planejadas e executadas no verão austral, com vistas à Patagônia até o Cabo Horn, na Cordilheira dos Andes, nas regiões lacustres do Chile e na Argentina, nas diversas regiões que já integram os destinos da América pré-Colombiana, no mundo Maia, compreendendo, a participação do México, Guatemala, El Salvador e Honduras. Na bacia amazônica, incluindo Venezuela, Brasil, Colômbia, Equador, Peru e a rota dos Incas em Machu Picchu e ao Altiplano boliviano, integrando Charco e o Pantanal.

Além é claro do amplo litoral do nosso país. Incluindo as capitais cosmopolitas sul americanas. Como Buenos Aires, Santiago, São Paulo e Rio de Janeiro. Como o circuito integrado das três fronteiras em torno das cataratas do Iguazu Brasil, Argentina e Paraguai. E nas rotas jesuíticas na Argentina, Uruguai, Paraguai e Brasil.

As possibilidades múltiplas para apresentar ao mundo o produto turístico Ibero-americano já foram elencadas, os esforços para a integração da América Latina precisam ser priorizados, restando agora a união efetiva entre seus povos e governantes e o grande desafio à sua concretização.

Recebido em: 23/08/2020 - Aprovado em: 23/08/2020