



TURISMO NO BRASIL

Uma história
de resistência
e conquistas



Cetur



TURISMO NO BRASIL

Uma história de resistência e conquistas

Palavra do Presidente



Quem conhece a história do turismo brasileiro sabe a importância do trabalho realizado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo e por seu Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade, o Cetur.

Estamos falando da gênese do turismo como setor empresarial organizado no Brasil, com suas pautas, suas demandas, seus desafios e suas conquistas.

Este livro percorre toda essa trajetória, construída em sólida parceria com as entidades e organizações que compõem o *trade*, unidas para o fortalecimento de uma atividade que é fundamental para a economia e para o desenvolvimento das pessoas.

Ao olharmos para trás, vemos com orgulho o papel que o Sistema CNC-Sesc-Senac, com suas federações e seus sindicatos, desempenhou na institucionalização do setor.



E isso nos inspira a seguir atuando para que o turismo brasileiro, representado por empresários incansáveis, trabalhadores com boa formação profissional e lideranças determinadas, possa contar com um ambiente cada vez mais favorável e estimulante.

O potencial do turismo brasileiro é imenso. Poucos países têm a diversidade de culturas e paisagens que nós temos. É uma nova fronteira que vai ajudar o país a superar de vez os danos e prejuízos provocados pela maior crise sanitária e econômica dos últimos cem anos.

E podem contar que a CNC e o Cetur seguirão protagonistas nessa história inspiradora.

José Roberto Tadros

Presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)



Sumário

ANOS 50 - Flor e Suor

10

ANOS 60 - Asfalto e Chumbo

42

ANOS 70 - Tijolo e Giz

62

ANOS 80 - Constituição e Roleta

88

ANOS 90 - Ecologia e Municipalização

110

ANOS 2000 - Ministério e Internet

138

**ANOS 2010 - Macrotemas, Megaeventos
e Coronavírus**

168



Anos 50

F L O R



E S U O R



Príncipe Hotel, Ilhéus (BA), em 1972

Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (FNHRBS)*

Três meses depois de sua fundação, em 23 de setembro de 1955, como Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares, foi reconhecida como entidade coordenadora dos interesses da categoria econômica de hospedagem e alimentação fora do lar. É uma entidade sindical patronal de grau superior, com base em todo o território nacional, constituída com a finalidade de coordenação, defesa administrativa, judicial e ordenamento dos interesses e direitos dos empresários dos segmentos de hotelaria e gastronomia.

www.fbha.com.br

* Atualmente Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA)

TURISMO COMO FONTE DE RENDA NACIONAL

Colaboração e sugestões da Federação do Comércio do Estado de São Paulo — O Departamento Nacional de Turismo — Indiferença governamental — Declarações do Vice-Presidente da Confederação Nacional do Comércio

A proposta do problema do turismo e a decisão das entidades de comércio e hotelaria de colaborar, organizadamente, para o seu desenvolvimento no país, o Sr. Luis Roberto Vidigal, presidente da Federação do Comércio do Estado de São Paulo e vice-presidente da Confederação Nacional do Comércio, fez à imprensa a seguinte declaração:

— "O desenvolvimento do turismo em nosso país, e uma das preocupações, e a grande preocupação, da Federação do Comércio do Estado de São Paulo. Por isso o nosso nosso objetivo tem sido procurar fazer sentir as autoridades federais e estaduais, a realidade de darmos ao turismo uma atenção toda especial, enquadrando-o dentro das grandes fontes capazes de trazer divisas para o nosso país. Nesse sentido, um dos órgãos da Federação do Comércio, o Conselho de Turismo e Hospitalidade, vem desenvolvendo trabalho digno de menção, buscando receber a colaboração — por todos os meios — que desfrutamos na Câmara do Comércio, e o registro em Popos de Câmbio, em Novembro do ano passado.

SUGESTÕES

— "Através do Conselho de Turismo e Hospitalidade não nos temos cansado de apresentar sugestões às autoridades, com o fim de termos concretizada a ideia da criação do Departamento Nacional de Turismo em modo que possam, realmente, criar e incrementar uma importante indústria turística em nosso país. Porém, por mais que em matéria de turismo a indústria turística seja feita — como tem feito — há um momento em que tudo se acaba, porque toda demanda das autoridades. Há que esquecer — para não esquecer — o que está dizendo — que o turismo envolve entre outros, problemas relativos a segurança nacional e a direitos administrativos. Quando, por isso, o governo não regulamenta, devidamente, a organização do turismo através de iniciativas particulares de todo o seu trabalho predefinido, ou pelo menos lançar a ideia de desenvolver como seria necessário. Agora estamos em reunião da Diretoria da Confederação Nacional do Comércio, o presidente da entidade, Sr. João de Vasconcelos, sugeriu e foi aprovado que se convoque para uma reunião a ser realizada no Distrito Federal todos os representantes de Turismo e Hospitalidade do país, a fim de debater o projeto de lei que o Sr. Vidigal apresentou ao Congresso Nacional de Turismo, ora em tramitação na Câmara Federal.

Matéria no Jornal do Comércio, 02 de fevereiro de 1955 - declarações de Luis Roberto Vidigal, vice-presidente da Confederação Nacional do Comércio

"Acredito que os governos não tenham compreendido até hoje a importância que, economicamente, o turismo pode dar ao Brasil e só assim justifico o desinteresse - é bem esse o termo - com que as nossas autoridades veem os problemas turísticos, ao contrário de outros países da Europa e da América, que não poupam esforços e trabalho para aumentar a sua receita através do turismo."

"Na França, por exemplo, os planos desenvolvidos pelo governo para incrementar o turismo conseguiram que o orçamento fosse aumentado em 400 milhões de dólares, nos anos de 1932 a 1954. No Haiti - uma república pouco maior que o nosso estado de Sergipe -, o turismo vem tendo um crescimento admirável, de ano para ano, e, em 1954, o número deles que lá estiveram ascendeu a 40.000. Estou citando assim ao acaso a França na Europa e o Haiti na América, e podia aumentar os exemplos citando a Inglaterra, onde no primeiro semestre de 1953 os turistas gastaram mais 120 milhões de libras."

"Vê-se, assim, que o turismo, hoje em dia, pela sua importância econômica, faz parte do orçamento dos países, que por isso desenvolvem um trabalho inteligente e organizado para que os estrangeiros de todo mundo os visitem. Só entre nós é que não se dá ao turismo a importância devida, por mais que o comércio tente mostrar aos governos, por intermédio de suas entidades representativas, o que a sua organização e regulamentação trariam para o país. Estou lhe falando apenas da importância econômica do turismo como fonte de divisas. Mas é preciso não esquecer, como recentemente foi acentuado na reunião do Conselho Interamericano de Comércio e Produção, realizada no México com a participação do Brasil, que o turismo é um veículo dos mais eficientes para, estreitando as relações entre os homens, propiciar um ambiente fecundo para o desenvolvimento do comércio internacional. Aliás, o México representa o exemplo mais novo no campo do aproveitamento do turismo, graças à sua organização e à atenção que as autoridades lhe dispensam."

"Por tudo isso é que devemos e precisamos olhar com atenção para o turismo, organizando-o e regulamentando-o. Não é bastante dizer que temos no Brasil paisagens magníficas, esplêndidas regiões, locais pitorescos que encantariam os turistas do mundo inteiro. O que é preciso é criar condições para que esses turistas, que demandam hoje em dia todas as nações da América, menos o Brasil, voltem seu interesse para cá, através das facilidades oferecidas pelo governo, facilidades existentes nos outros países, mas que nós não concedemos aos estrangeiros que nos queiram visitar, bastando lembrar a frase muito conhecida que afirma que desde a alfândega, o turista é tratado entre nós como um inimigo, e se quer levar, como 'souvenir', um coco da Bahia, as autoridades o tratam como contrabandista."



“Isto não quer dizer quenós, do comércio, estejamos desanimados em conseguir todo o interesse das autoridades governamentais para os problemas do turismo. Absolutamente. Tanto maior a resistência que encontrarmos, tanto maior será o trabalho que desenvolveremos para conseguir quebrantá-la. Temos a certeza de levarmos a melhor no esforço que vimos desenvolvendo para que os governos deem ao turismo a importância que ele merece.”

Luis Roberto Vidigal, vice-presidente da CNC



Anúncio de Jornal, 1956



Luis Roberto Vidigal, vice-presidente da Confederação Nacional do Comércio (CNC)

O depoimento afiado de Luis Roberto Vidigal, então vice-presidente da Confederação Nacional do Comércio (CNC), no início de 1955, vem embalado pelo sopro fresco de um mundo pós-guerra. O planeta levantava a cabeça. Uma mistura de reconstrução física e renascimento moral sucedem a década mais vergonhosa do século passado. A despeito dos primeiros empurrões da Guerra Fria, o futuro finalmente voltava a ser conjugado. Os anos 1950 buscavam recolocar o mundo nos trilhos.

Ciente da importância do turismo para a construção de uma nação, o dirigente convoca o governo brasileiro para embarcar em uma viagem ainda inédita no país. Antes de lamentar o fato de que o turista é tratado aqui como inimigo e contrabandista, Vidigal mostra números e dá exemplos de países de bem com o turismo, como a França, impulsionada pelo Plano Marshall, e o Haiti, ainda antes da ditadura sangrenta do médico François Duvalier (1907-1971), o Papa Doc.

No Brasil, incrédulo com a derrota para o Uruguai na Copa do Mundo de 1950 e ainda chocado com o suicídio de Getúlio Vargas (1882-1954), a industrialização toma fôlego. Certa estabilidade e o sabor da prosperidade, perdidos por conta dos conflitos na Europa, voltam aos lares sob a forma de enceradeiras, vitrolas e televisores. Materializando o desejo de ir e vir, os automóveis começam a ganhar as ruas - Kombis, Romi-Isettas, DKWs... Lá fora, as Big Three - Chevrolet, Ford e Chrysler -, influenciadas pela iminente corrida espacial, lançam carrões de *design* inspirados em foguetes.

O fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) também catalisa o desenvolvimento da aviação comercial. Os ingleses Comet e os norte-americanos Douglas e Constellation, primeiros jatos produzidos em série, passeiam pela atmosfera da Terra. A bordo de um Super G Constellation, em 2 de agosto de 1955, a Varig inaugura sua era intercontinental, com dois voos semanais para Nova York.

O planeta respira novos ares. O turismo floresce.



Arcos da Lapa, RJ

Na entrevista concedida em 2 de fevereiro de 1955, ao mesmo tempo que exalta a importância do turismo para a sociedade, o vice-presidente da CNC antecipa a assertividade e sintetiza as diretrizes do Conselho de Turismo, que a confederação criaria seis meses depois, no dia 10 de agosto. No discurso de abertura da primeira reunião do novo conselho, às 10h de uma quarta-feira, no nono andar do número 9 da rua Candelária, centro do Rio de Janeiro, João de Vasconcellos, presidente da CNC, saúda os presentes e assim os define:

“Homens que dedicam boa parte de suas atividades e de seu tempo ao ideal do aproveitamento das correntes turísticas do exterior, a fim de que, fora do país, também se conheçam a excelência do clima, a hospitalidade, as riquezas que o Brasil reserva para todos quantos queiram colaborar com ele no desenvolvimento de suas fontes de produção.”

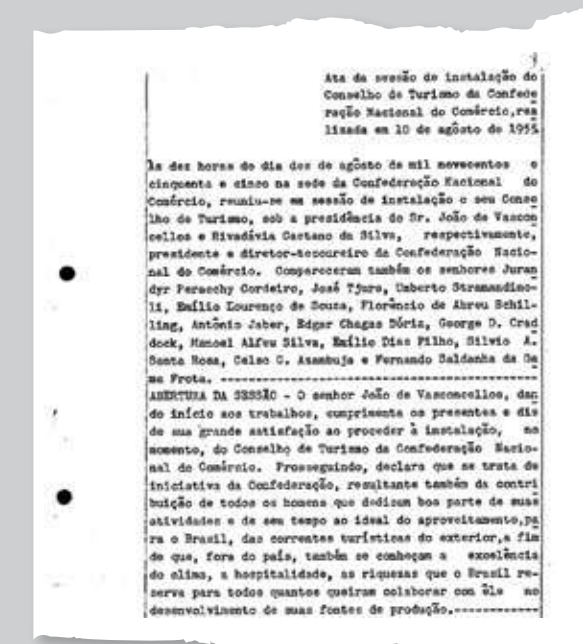
João de Vasconcellos, presidente da CNC

Ao reunir formadores de opinião, representantes de entidades empresariais, instituições educacionais e organizações governamentais, o Conselho nasce com os objetivos de ser órgão consultivo do governo, de assessorar o setor e estudar os principais desafios para a atividade turística no Brasil.

Os primeiros conselheiros empossados para iniciar a jornada foram líderes de associações fortemente ligadas ao turismo: Edgard Chagas Dória, do Touring Club do Brasil; Sílvio Américo Santa Rosa, do Automóvel Club do Brasil; Emílio Lourenço de Souza, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH); George D. Craddock, do Centro de Navegação Transatlântica; Umberto Stramandinoli, do Serviço Internacional de Viagens e Turismo S.A.; José Tjurs, do Hotéis Reunidos S.A.; e Fernando Saldanha da Gama Frota, da Associação Brasileira de Turismo.

Uma leitura da longa ata inaugural, datilografada em 24 laudas, sinaliza as demandas primordiais do novo conselho. Um dos primeiros a tomar a palavra naquela manhã histórica, o conselheiro Santa Rosa levanta reivindicação antiga da CNC e a sugere como a “primeira ideia para início dos trabalhos”: a liberação de visto para cidadãos americanos – exceto norte-americanos e canadenses.

“[O conselheiro] julga conhecido de todos, que, após ingente luta, travada por elementos interessados no turismo, fora conseguida do Congresso Nacional, principalmente devido aos esforços profícuos do conselheiro Umberto Stramandinoli, lei autorizando o governo a dispensar o visto no passaporte dos cidadãos americanos. A lei fora regulamentada. O visto, pela disposição legal, não seria exigido. No entanto, o regulamento obriga o cidadão americano a ir ao consulado para seu documento ser carimbado com a expressão ‘Visto Dispensado’. Então, o primeiro trabalho do Conselho devia ser o esforço para que essa regulamentação fosse modificada.”



Ata da sessão de instalação do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, 10 de agosto de 1955



Jornal O Globo de 11 de agosto de 1955 traz a notícia da instalação do Conselho de Turismo da CNC

Ainda com a palavra, o conselheiro, representante do Automóvel Club do Brasil, fala das condições de nossas rodovias e enaltece, como “uma vitória de grande significação turística”, a obra realizada perto de Itajubá (MG) para reduzir o percurso e encurtar a distância entre Caxambu (MG), estância hidromineral famosa no período, e Campos do Jordão (SP). À época, por conta da descoberta da penicilina, a cidade paulista da Serra da Mantiqueira deixava parcialmente de lado seu atrativo terapêutico e começava a desenhar sua vocação turística. Pensões para pacientes com tuberculose transformavam-se em hotéis de férias e o crescente fluxo requeria melhor infraestrutura de acesso.

“Um trecho de dez quilômetros obrigava a uma volta por São José dos Campos para se atingir essa cidade de veraneio. Talvez em um mês ou em dois meses já se possa ir muito mais rapidamente a Lorena, Piquete, Itajubá e, afinal, Campos do Jordão”.



Pedra do Baú, Serra da Mantiqueira, SP

Ao tomar o microfone, o conselheiro Emílio Lourenço de Souza mostra-se preocupado com a falta de segurança, um evidente impeditivo ao crescimento turístico. O representante da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) diz não adiantar propaganda das “belezas e de tanta coisa boa e útil da terra brasileira, se não for preparado convenientemente o povo e não se resguardar o turista desses costumeiros assaltos, que realmente existem, apesar de todos os esforços em contrário. O problema é ingente, e urge congregarem-se esforços para solucioná-lo.”

“A política do turismo deve ser encarada com senso objetivo, em termos de economia, a par do aspecto idealístico, sentimento inseparável das boas causas. Mas a despeito desse aspecto, não se deve deixar de encarar o turismo como uma expressão de aumento da riqueza nacional, como quem se ocupa dos problemas do café, da expansão da produção agrícola em geral, dos assuntos relacionados com o desenvolvimento da indústria e o aperfeiçoamento da agricultura, porque o turismo, ao lado do seu aspecto confraternizador, é também expressão de riqueza.”

Conselheiro Emílio Lourenço de Souza



Jornal do Brasil, 1955, matéria sobre a reunião da diretoria da Confederação Nacional do Comércio



Rivadavia Caetano da Silva, primeiro presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, na reunião inaugural do conselho em 10 de agosto de 1955

Em julho de 1955, às vésperas da criação do Conselho, o Rio de Janeiro havia recebido o 36º Congresso Eucarístico Internacional. O encontro motivara a realização de grandes obras na cidade, como a ampliação da adutora do Guandu e parte do aterramento do Flamengo, onde futuramente seria o Parque do Flamengo e o Monumento aos Pracinhos. A primeira fase do aterramento, entre a rua Santa Luzia e o Passeio Público, deu origem à Praça do Congresso, onde o evento foi realizado.



Normalistas participam do 36º Congresso Eucarístico Internacional, no Rio, em 1955



Matéria de 18 de junho de 1955 enumera as obras realizadas na cidade como um legado do evento

Sob os reflexos do Congresso Eucarístico Internacional, que trouxe centenas de milhares de turistas para o Rio de Janeiro e colocou o país no foco das atenções mundiais, deixando um legado de obras, o Conselho de Turismo da CNC debate questões de infraestrutura urbanística e a ampliação do turismo receptivo e de hotéis.

É nesse clima que nasce o maior projeto imaginado para o turismo brasileiro à época: o Centro Balneário Turístico de Copacabana. A proposta ousada e, sabe-se hoje, 65 anos depois, não concretizada, parte do conselheiro Edgard Chagas Dória. Em nome do Touring Club do Brasil, ele propõe a criação de um complexo para receber viajantes na mais famosa praia brasileira nos anos 1950 – e talvez ainda hoje.

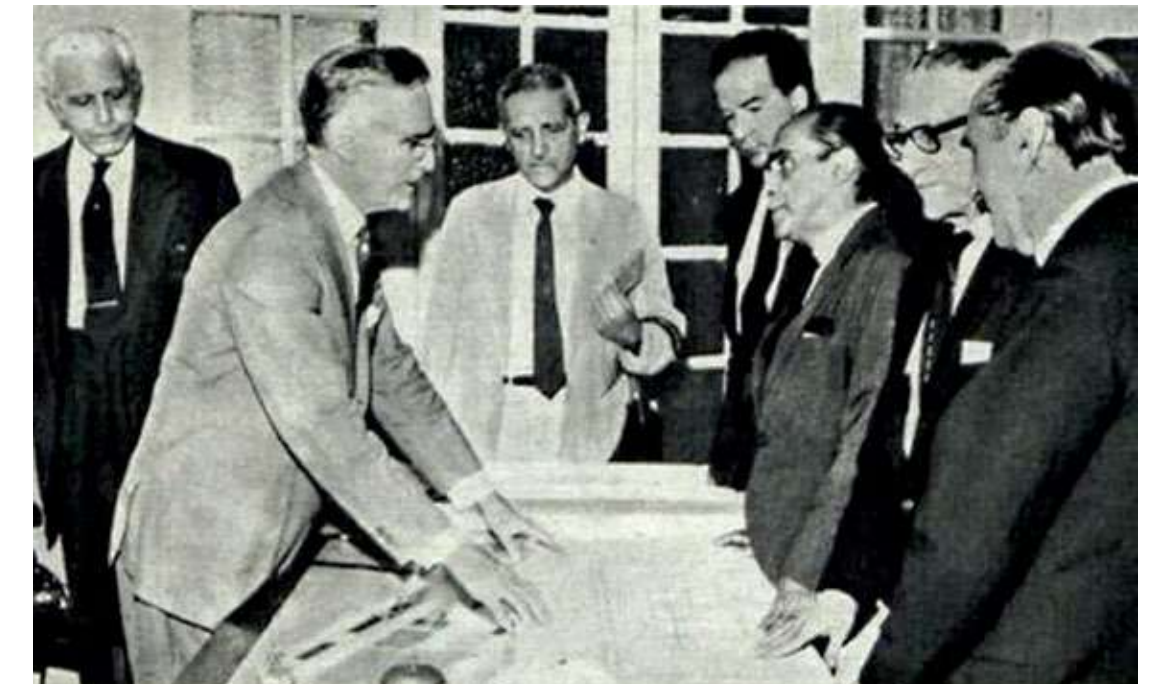
Os estudos estavam adiantados. Com custo de 400 milhões de cruzeiros e faturamento anual estimado em 30 milhões de dólares, o empreendimento seria erguido pelo governo federal em parceria com a prefeitura em um imenso terreno pertencente ao Estado Maior das Forças Armadas. Contaria com 1.500 apartamentos, auditório, cinema, teatro, boates e uma galeria oceânica que ligaria o Arpoador à praia de Copacabana. Nomes icônicos da arquitetura nacional, como Oscar Niemeyer (1907-2012), Lucio Costa (1902-1998), Sérgio Bernardes (1919-2002) e os irmãos Marcelo e Maurício Roberto, já haviam manifestado interesse em desenhar o projeto. Quem fala sobre o projeto é Dória, do Touring Club do Brasil:

“Para se atrair o turismo internacional, para se ter correntes turísticas substanciais, é preciso oferecer, antes de tudo, condições de hospitalidade, instalações hoteleiras em quantidade e qualidade adequadas. Os hotéis do Rio de Janeiro não se acham em condições de receber a sobrecarga de 1.500 hóspedes de qualidade, como devem ser os turistas norte-americanos. Inegavelmente, Copacabana desfruta de grande prestígio no exterior. Construir-se um hotel de turismo fora de Copacabana é desprezar elementos de maior importância sob o aspecto da propaganda. As pessoas que vierem ao Rio de Janeiro para se hospedarem em hotéis preferirão os dessa praia. Mas, infelizmente, já não existem terrenos disponíveis em Copacabana para a construção de novos hotéis.”

Conselheiro Edgard Chagas Dória, do Touring Club do Brasil



Matéria no Jornal Correio da Manhã - 04 de junho de 1959



Reunião do Touring Club do Brasil que tratou do projeto do Centro Balneário Turístico de Copacabana

O argumento utilizado à época era o da necessidade de aumentar a oferta hoteleira. Defendia-se que o Brasil, no caso, o Rio de Janeiro, não tinha hotéis de beira de praia, como os existentes no Caribe, nos quais a rua passa atrás do prédio e não pela frente. Desejava-se também um centro turístico no qual o viajante pudesse ficar sete dias hospedado sem a necessidade de sair.

“Parece não existir coisa semelhante no mundo. O conjunto se inicia no fim da praia de Copacabana. A entrada do turista se fará por um túnel, desde as areias da praia, no ponto onde atualmente se situa o clube Marimbás. Para atender às predileções dos turistas, pretende-se construir uma grande estação marítima, a fim de que os hóspedes, logo ao saírem do hotel, tomem lanchas para excursões e pescarias em alto-mar. Haverá esse aspecto extraordinário de se iniciar o balneário na praia de Copacabana. A entrada comercial, porém, seria no Arpoador, em rua a ser aberta, de modo a permitir que o hotel se projete sobre a praia. Não existe no Rio de Janeiro hotel situado sobre a praia.”

Pelo modelo de negócio apresentado, o setor privado construiria as 1.500 unidades habitacionais e o setor público arcaria com o restante do complexo, ficando com o patrimônio. Sobre o projeto, que morreria na praia por não ter obtido a liberação do Estado Maior das Forças Armadas, a professora Maureen Flores, conselheira e consultora especializada em turismo, diria meio século depois, em 2007:



“(…) Havia uma demanda grande para um projeto que aumentasse a capacidade hoteleira do Rio de Janeiro. Dizia-se que se tentássemos realizar um evento para 1.500 pessoas, por exemplo, não haveria capacidade hoteleira suficiente para essa sobrecarga. E eles queriam que fossem hotéis de qualidade, porque se pensava, naquela época, que os turistas norte-americanos – que constituíam o nosso mercado prioritário – tinham alto poder aquisitivo.”

“(…) Esse projeto não aconteceu por causa do Exército – graças a Deus! É por causa desse tipo de empreendimento que a Espanha está implodindo hoje. Era um momento do turismo de 50 anos atrás e que não existe mais. As prefeituras da Espanha estão implodindo vários hotéis com esse modelo.”

A busca por uma hotelaria de qualidade leva à criação da Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (FNHRBS). A assembleia de fundação do órgão acontece em 23 de setembro de 1955 e reconhece a federação como entidade coordenadora dos interesses da categoria econômica de hospedagem e alimentação fora do lar, conforme a carta sindical assinada em 30 de dezembro do mesmo ano.



Rio de Janeiro, 1955



Nota no jornal O Globo, de 15 de junho de 1955, sobre a reunião realizada pelo Sindicato de Hotéis e Similares do Rio de Janeiro para tratar da criação da Federação Nacional de Hotéis e Similares e da criação do Conselho Nacional de Turismo



Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

Em 1972, foi criado o Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (Cebrae). A partir de 1982, o Cebrae passou a reivindicar mais atenção governamental às micro e pequenas empresas. Em 1990, o Cebrae se transformou em Sebrae, uma instituição privada sem fins lucrativos. De lá para cá, ampliou sua estrutura de atendimento para todos os estados brasileiros, capacitou milhões de pessoas e contribuiu para a criação e o desenvolvimento de milhares de micro e pequenos negócios por todo o país. No turismo, presta atendimento direto aos pequenos negócios, incentivando o empreendedorismo, participando nas discussões das políticas públicas, apoiando o desenvolvimento territorial e realizando estudos e pesquisas sobre o setor. O Sebrae promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas. Atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, de programas de capacitação, de acesso ao crédito e à inovação e pelo estímulo ao associativismo, a feiras e rodadas de negócios.

www.sebrae.com.br

A despeito dos embates pouco frutíferos com membros do governo federal em busca de apoio oficial para desenvolver o turismo no país, os resultados da luta do Conselho são visíveis desde os primeiros passos. Em 1955, com forte incentivo do braço de turismo da CNC, o Decreto 36.315 determina o fim da exigência de visto para cidadãos americanos. No mesmo ano, acontecem o III Congresso Nacional do Turismo, em Salvador, e o congresso anual da Asta (sigla em inglês para a Sociedade Americana de Agentes de Viagens), em Lausanne, na Suíça. Além de enviar uma delegação para participar do evento na Europa, o país lança a candidatura do Rio de Janeiro para sediar a edição seguinte do congresso, prevista para dali a quatro anos.

Instalado em Salvador o III Congresso Nacional de Turismo

PATROCINADO pela Prefeitura Municipal da Cidade do Salvador, acaba de ser ali instalado o III Congresso Nacional de Turismo, organizado pela Diretoria Municipal de Turismo, sob a direção do jornalista Valdemar Angelim, que também é o Presidente do Congresso. Sendo a antiga Capital do primeiro Vice-Reinado uma cidade cheia de atrativos naturais, principalmente artísticos e históricos, a realização ali do III Congresso constitui um ato de inteira justiça do Conselho de Turismo e Hospitalidade da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, organizador dos 1.º e 2.º Congressos anteriores.

A Diretoria Municipal de Turismo não poupou esforços no sentido de dar maior brilho às festividades e às visitas aos locais de maior interesse turístico da cidade, que são numerosos, preparou um magnífico programa que vem sendo rigorosamente observado pelos numerosos congressistas vindos de todos os Estados da Federação.

A instalação do Congresso

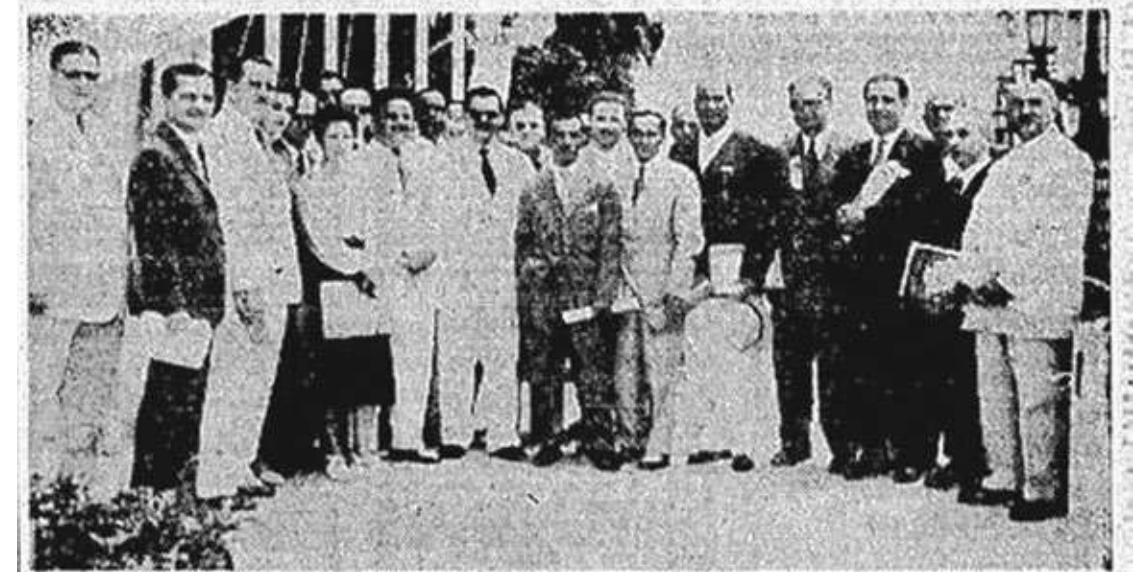
Sábado último, às 21 horas, no Auditório da Reitoria da Universidade verificou-se a instalação solene do Congresso, com a presença de todos os congressistas, autoridades e as mais destacadas figuras da sociedade local. Constituída a mesa para dirigir os trabalhos, ficou integrada pelo Governador Interino do Estado, Sr. Cícero Dantas, Eng. Hélio Machado, Prefeito da Cidade, Sr. Heitor Dias, Presidente da Câmara Municipal, senhor Luís Roberto Vidigal, Presidente da Federação do Comércio de São Paulo. Declarados abertos os trabalhos pelo Governador Interino, foi dada a palavra ao professor Godofredo Filho, da Sociedade Amigos da Cidade, que saudou os congressistas. A seguir falaram os Srs. Luís Roberto Vidigal e Manuel Paulino, este último representante da Câmara Municipal de Santos, que enalteceram a importância econômica do turismo e as condições excepcionais da Cidade do Salvador como ponto de atração.

"O Turista"

A fim de registrar as atividades do Congresso, a Comissão Organizadora fez publicar um jornal diário, "O Turista" — sob a direção do jornalista Valdemar Angelim e colaboração de todos os congressistas. Por outro lado, a Comissão Organizadora está fazendo cumprir um excelente programa de excursões, visitas e conferências, que por certo constituirá um magnífico processo de propaganda das belezas da Bahia, das suas preciosidades artísticas e históricas e do seu tradicional folclore.

Matéria no jornal O Globo, em 3 de novembro de 1955, sobre o III Congresso Nacional de Turismo, em Salvador

III Congresso Nacional de Turismo



Na foto, congressistas e jornalistas que compareceram à entrevista coletiva do prefeito municipal de Salvador, engenheiro Hélio Machado (no primeiro plano, a sexta pessoa a contar da esquerda), onde aparece também o diretor de turismo, sr. Valdemar Angelim (o terceiro da esquerda). Esta reunião teve lugar no Belvedere da Sé, atualmente nele instalada a Diretoria Municipal do Turismo da capital baiana.



Varig Airlines - Poster de 1955



Original 1950s KLM RIO BRAZIL

O primeiro encontro para tratar da elaboração de um plano diretor para o turismo acontece na tarde do dia 5 de abril de 1956, em uma reunião pública com a participação de convidados — "homens de experiência, de todas as classes e atividades a fim de ampliar o campo de ação", nas palavras de Jessé Pinto Freire, presidente em exercício da CNC. Além dos conselheiros, sentam-se para debater desde cidadãos interessados a representantes de companhias aéreas. A despeito de ter ainda menos de um ano de vida, o Conselho é tratado como o "órgão máximo de coordenação da iniciativa particular nos setores de turismo em todo o país". A reunião vagueia por temas diversos da atividade turística. O conselheiro Umberto Stramandinoli traz a informação de que a partir do dia 23 daquele mês, as quatro companhias aéreas que serviam a América do Sul — Panamerican, Brannif, Panagra e Varig — reduziriam em 30% o preço das passagens para turistas norte-americanos. Disse ainda que as quatro empresas investiriam 600 mil dólares para propaganda nos Estados Unidos. Segundo o conselheiro, uma quantia aquém da necessária.

Após observar que a publicidade no exterior deveria ser responsabilidade do governo, Sebastião Sampaio, ex-embaixador brasileiro nos Estados Unidos, dá um depoimento sobre o florescimento da atividade turística nos anos 1950:

"Não é mais simples viagem de homens ricos, que se querem distrair. O homem abastado, melhor, o americano de recursos, não interessa tanto aos outros povos como o homem da classe média. Com as facilidades atuais do transporte aéreo, o turismo é uma das maneiras de fazer com que homens livres, que tenham algum dinheiro com valor aquisitivo, gozem suas férias fora das fronteiras da própria pátria."

Segundo o ex-embaixador do Brasil, o jornal New York Times afirmara que os turistas americanos da classe média gastariam em 1956 no exterior a importância de 1 bilhão de dólares.

“O fato é, para eles, como para nós, de tamanha importância que atualmente na América do Norte as férias não são apenas de quinze dias. Inúmeras indústrias e empresas comerciais concedem período maior de descanso para facilitar aos seus empregados viagem de turismo ao exterior.”

A ata da reunião traz uma série de depoimentos com preocupações que apontam a necessidade de um cuidado maior com a cidade no que diz respeito à limpeza urbana, à segurança, à poluição sonora, à falta de saneamento e à conservação das praias. Sobre o descaso da prefeitura com o mar, o jornalista Aníbal Cardoso Júnior, do Diário Notícias, afirma:

“Na zona sul, em Copacabana, considerada a parte turística por excelência da cidade, a imundície é ainda maior. Na altura da rua Santa Clara, por exemplo, o elevador subterrâneo despeja na praia, não águas pluviais, mas águas de esgotos sanitários. Esta é a realidade. Os tais emissários são apenas e vergonhosamente águas poluídas de esgotos.”

Banhistas na praia de Copacabana, década de 1950



Reunião do Conselho de Turismo da CNC, 1956

Em matéria do Jornal do Brasil, de 3 de abril de 1956, às vésperas da reunião supracitada sobre o plano diretor, o presidente do Conselho, Rivadávia Caetano da Silva, busca apressar a tomada de decisões por parte do governo em relação à criação do Departamento Nacional de Turismo:

“Embora já exista em tramitação na Câmara Federal um projeto de lei criando um Departamento Nacional de Turismo, continua sendo ele apenas um projeto, há bastante tempo, quando, há muito, já deveria ter sido convertido em lei. Cada dia se torna mais necessária a criação de um órgão de âmbito nacional, bem orientado, bem dirigido, capaz de supervisionar de forma esclarecida o trabalho de numerosas entidades existentes no país, que, por esforço próprio, cuidam do turismo. (...) Foi exatamente em face da tal situação que a Confederação Nacional do Comércio (...) criou o seu Conselho de Turismo, procurando, objetivamente, coordenar os esforços (...) no sentido de dar ao turismo brasileiro bases concretas e possibilidades de ampliação sempre maiores e mais compensadoras.”

Rivadavia Caetano da Silva, presidente do Conselho de Turismo



Jesse Pinto Freire, presidente em exercício da CNC

Três dias depois, no jornal O Globo, Jesse Pinto Freire, presidente em exercício da CNC, faz coro com Caetano da Silva e evidencia o desejo dos conselheiros de elevar o turismo a fato essencial para o desenvolvimento do país:

“Não se pode mais continuar na prática de um turismo de ocasião, improvisado, de emergência. Em certas épocas, mormente no Carnaval, fala-se em levas de turistas. Na verdade, um ou dois navios trazem dos Estados Unidos o que se poderia chamar de corrente turística, mas é só. (...) Muito representará a exploração industrial do turismo e o seu bom aproveitamento para a depauperada economia brasileira. Disso, aliás, já tomou conhecimento o governo, quando assinala na mensagem presidencial ao Congresso que é tempo de o Brasil se penetrar da importância do seu patrimônio turístico, transformando-o, por meio de um trabalho de valorização conveniente e de exploração industrial adequada, em ativo fator de enriquecimento, cultura, propaganda, aprimoramento político e bem-estar social.”

O plano diretor transforma-se em uma série de medidas de emergência focadas em, por exemplo, realizar melhorias urbanísticas em duas cidades turísticas: Campos do Jordão, em São Paulo, e Cabo Frio, no Rio de Janeiro. O texto explicita ainda o pedido de apoio do governo para a realização no país da reunião da Asta, em 1959 (o Brasil, no entanto, só receberia o evento duas décadas mais tarde, em outubro de 1975, após grande concorrência internacional). Essa necessidade de tornar as cidades turísticas acolhedoras para viajantes leva o Conselho a realizar reuniões públicas para levantar os problemas dos municípios mais promissores. Além de Campos do Jordão e Cabo Frio, a mobilização torna possível um trabalho efetivo em prol do desenvolvimento de Foz do Iguaçu.

Problemas do turismo brasileiro

Cabo Frio -- região ideal para atrair visitantes do País e do estrangeiro — Plano urbanístico calçado nas mais modernas concepções — Revestiu-se de êxito absoluto a reunião pública do Conselho de Turismo da C.N.C.

Desde o cumprimento a programa lançado, o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio realizou a reunião pública de julho corrente, para debater assuntos ligados à região de Cabo Frio, no Estado do Rio e as suas possibilidades turísticas. Discutindo em cada uma dessas reuniões situação específica e determinando item relacionado com o turismo no Brasil, tem o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio desenvolvido trabalho de fato eficiente, possibilitando a promoção de medidas tanto oficiais como de ordem particular que visam a solução de questões que, de outro modo, dificilmente poderiam ser apresentadas com o mesmo relevo e êxito em seus múltiplos aspectos.

Constituiu, realmente, verdadeiro êxito, o debate realizado em Cabo Frio, uma vez que, atendendo a convite especial, encontraram-se presentes numerosos senhores, jornalistas, representantes de entidades de turismo oficial e privadas, delegados de agências de viagens, de transporte aéreo e marítimo e de turismo, autoridades federais, municipais e estaduais, engenheiros, arquitetos, urbanistas, hospitais, homens de comércio e da indústria, parlamentares, etc., tendo o Governador do Estado do Rio de Janeiro, Dr. Miguel Couto Filho, se feito representar na pessoa do Sr. Luis de Sousa.

Na oportunidade foi exposto e comentado o plano urbanístico que se pretende executar em Cabo Frio.

Visitará o Brasil o presidente eleito da Bolívia

La Paz, 10 (U. P.) — O Vice-Presidente Hernan Siles de Zúñiga, Presidente eleito da Bolívia, anuncia que visitará o Brasil no dia 25 deste mês.

Isto significa adiantamento de sua viagem ao Rio de Janeiro, que havia sido marcada para a terceira semana de julho.

sendo apresentadas sugestões diversas que serão encaminhadas pelo Conselho de Turismo aos responsáveis pela efetivação das providências cabíveis de fazer com que aquela região venha a se constituir em um dos mais aprazíveis balneários do mundo.

CONFEDERAÇÃO RURAL BRASILEIRA

ESTRUTURA-SE O SERVIÇO SOCIAL RURAL

Realiza-se hoje, quarta-feira, às 14 horas, a assembleia geral extraordinária da Confederação Rural Brasileira, para escolha dos quatro representantes da classe agrícola que, pela lei, caberá essa entidade escolher para compor o Conselho Nacional do Serviço Social Rural.

De todos os Estados estão presentes do Rio de Janeiro os delegados eleitos das Federações Rurais dos Estados, que compõem a assembleia do órgão máximo da agricultura nacional.

Como se sabe, o Conselho Nacional é constituído de um representante de cada um dos seguintes Ministérios, nomeados pelo Presidente da República, em lista tríplice, apresentada pelo respectivo titular: Agricultura, Trabalho, Educação e Cultura e Saúde; de quatro representantes de classe rural, eleitos em assembleia da Confederação Rural Brasileira, e de um presidente, escolhido de uma lista tríplice apresentada pela mesma instituição e nomeado pelo Presidente da República.

Essa escolha, como se sabe, realiza-se no nome do Sr. Rubens de Campos Ferraz, que é assim o Presidente do Conselho Nacional do Serviço Social Rural.

tem desenvolvido em nosso País no sentido do bem coletivo, dando o Sr. João de Vasconcelos.

— "Reunimo-nos em congressos regionais ou nacionais, conferências e mesas-redondas, em que estudamos e debatemos problemas econômicos, sociais e políticos do País, e apresentamos aos Poderes Públicos as sugestões pessoais e despidas de sentido classista, para as altas soluções que nossos conhecimentos e experiências aconselham. Mas, do mesmo passo, sabemos criar em nossas entidades de classe organismos de assistência social e de formação profissional, por espontânea e exclusiva iniciativa, mantidos apenas com as contribuições de nossos empregadores."

O plano de urbanismo da região de Cabo Frio, de autoria dos arquitetos Maurício e Milton Roberto, exposto na reunião, mereceu atenção geral e despertou largo interesse, havendo sobre o mesmo autorizadas pronunciações.

Em nome do Prefeito de Cabo Frio, falou o Sr. Milton Mass, declarando que o Executivo Municipal, prestigiado pelo Governo do Estado, facilitará meios para que o plano de urbanização apresentado seja devidamente considerado.

Foi proposta pelo Sr. Celso Assunção a criação da Sociedade dos Amigos de Cabo Frio, com objetivo semelhante aos da recém-fundada Sociedade dos Amigos de Laguna, Rodrigo de Freitas, indicando para presidente da organização o Sr. Paulo Sampaio que, assistindo a indicação, prometeu emendar desde logo a trabalhar em prol de Cabo Frio.

Falaram, ainda, entre outros, o presidente da Câmara de Vereadores de Cabo Frio e o representante do Governador do Estado do Rio, fazendo elogios referentes ao trabalho dos senhores Milton e Maurício Roberto e ao muito que vem fazendo o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio em prol do turismo brasileiro.



João de Vasconcelos, presidente da CNC

"Reunimo-nos em congressos regionais ou nacionais, conferências e mesas-redondas, em que estudamos e debatemos problemas econômicos, sociais e políticos do país e apresentamos aos poderes públicos as sugestões impessoais e despidas de sentido classista, para as altas soluções que nossos conhecimentos e experiências aconselham. Mas, do mesmo passo, sabemos criar em nossas entidades de classe organismos de assistência social e de formação profissional [referência ao Sesc e ao Senac], por espontânea e exclusiva iniciativa, mantidos apenas com as contribuições de nossos empregadores."

"Este Conselho de Turismo se inclui entre essas iniciativas despidas do interesse pessoal, de grupo ou de classe, que visam colaborar com os poderes públicos e com as demais entidades, no sentido do interesse comum."

João de Vasconcelos, presidente da CNC, em reunião sobre o novo plano urbanístico para a cidade de Cabo Frio (RJ)

Matéria no Jornal do Brasil - 11 de julho de 1956

Em entrevista ao jornal O Globo de 30 de abril de 1956, o conselheiro Umberto Stramandinoli, também presidente do Sindicato das Empresas de Turismo no Rio de Janeiro, faz um excelente apanhado da atividade turística e das realizações do ainda recém-nascido Conselho de Turismo da CNC. Stramandinoli pede o engajamento do governo e fala sobre a criação de uma frente sul-americana para trabalhar o turismo de forma continental.

Necessária a Ajuda Dos Poderes Públicos Para Que o Brasil Seja um País de Turismo

Iniciados os Estudos de um Plano Diretor de Turismo na Confederação Nacional do Comércio
-- Em 1959, Será Realizado no Rio o Congresso Interamericano de Turismo

A CONFEDERAÇÃO Nacional do Comércio deu todo o apoio ao grupo que, há muitos anos, luta para fazer do turismo em nossa terra uma indústria. Apesar da incompreensão que dominou por vários anos nas esferas oficiais a respeito do problema, exatamente por iniciativa do Conselho de Turismo da Confederação, já é possível assinalar algumas conquistas nesse campo. Foi o que ontem, em reunião do Conselho, lembrou o Sr. Jesse Pinto Freire, presidente em exercício da Confederação, referindo-se à lei de inserção de visto consular em passaporte de turistas americanos e respectiva regulamentação, bem assim o convite oficial do Governo brasileiro à "ASTA", para que se realize a sua convenção de 1959, aqui no Rio.

Solicitando Medidas ao Governo

Na reunião de ontem, foi iniciado o estudo de um plano diretor de turismo, o qual será oportunamente submetido aos poderes públicos. Não se pode mais continuar na prática de um turismo de ocasião, improvisado, de emergência. Em certas épocas, momentaneamente no Carnaval, faz-se em leva de turistas. Na verdade, um ou dois navios trazem dos Estados Unidos o que se poderia chamar de corrente turística, mas é só.

Como diversos oradores fizeram questão de salientar, o país interessa ao Brasil não é servir de ponto de atração esporádica, mas entrar no roteiro normal das excursões turísticas. Seria possível atrair outros países americanos, além dos Estados Unidos, o que é tarefa grande demais para a simples iniciativa particular, embora nesse campo seja da maior importância a sua atuação.

Salientou o Presidente da Confederação, a certa altura, que não se precisa entretencê-lo que representará para o Brasil a expansão industrial do turismo e o seu bom aproveitamento para a depauperada economia brasileira. Disse, ainda, já tomou conhecimento o Governo, quando assinala na mensagem presidencial ao "un vé-o" que "o tempo de o Brasil se compenetrar da importância do seu patrimônio turístico, transformando-o, por um trabalho de valorização conveniente e exploração industrial adequada, em ativo antes de enriquecimento, cultura, propaganda, aprimoramento político e bem-estar social".

Só o Brasil Ficou de Fora

O Sr. R. Umberto Stramandinoli, presidente do Sindicato das Empresas de Turismo do Rio, disse que não é preciso ir muito longe do Brasil para ver o quanto já se fez em matéria de turismo. Mesmo na América do Sul, países como o vizinho Uruguai, Argentina, Chile e Peru, criaram organizações estatais destinadas a fomentar o turismo em todas as suas formas e modalidades. Inexplicavelmente, o Brasil ficou alheio a esse movimento, restando a considerar apenas algumas tentativas esparsas.

Depois de historiar todas as iniciativas nesse campo, no decorrer de vários anos, o Sr. Stramandinoli chamou a atenção também para o perigo de que o Governo ao atender aos muitos apelos, o faça com excessivas medidas burocráticas, o que vai embaraçar ainda mais o problema, até aqui esquecido.

Para estar cada vez mais perto da solução dos muitos aspectos do problema do turismo, o Conselho cuida da representação brasileira que vai comparecer ao VI Congresso Interamericano, cuja realização será em São José da Costa Rica, de 12 a 22 do corrente.



Sr. Umberto Stramandinoli, quando falou

Publicação de 6 de abril de 1956 aborda o apoio da CNC para elaboração do Plano Diretor de Turismo

“Embora pareça um tanto paradoxal, a verdade é que o período de pós-guerra tem como característica um fenômeno econômico-social dos mais curiosos, com o florescimento do turismo em moldes até então ainda não observados. A impressão é de que os povos, contidos durante a guerra em suas fronteiras, logo que lhes foi possível, saíram à procura de novos horizontes. A maioria das nações europeias e americanas tratou, então, de aproveitar-se dessa situação privilegiada e preparou-se, criando assim condições favoráveis à prática do turismo. Este, nos primeiros anos do após guerra, cooperou de forma efetiva para reconstrução da economia europeia.”



Antiga sede do Touring Club do Brasil em São Paulo

“Mesmo aqui na América do Sul, países vizinhos, como Uruguai, Argentina, Chile e Peru, criaram organizações estatais destinadas a fomentar o turismo em todas as suas formas e modalidades. O Brasil continuou alheio a esse movimento. Algumas tentativas esparsas, como a comissão criada para o estudo de um órgão estatal de turismo, não tiveram maiores consequências. O projeto organizado pela referida comissão, depois de revisto pelo DASP [Departamento Administrativo do Serviço Público] e enviado ao Congresso com mensagem do presidente [Getúlio] Vargas, ficou esquecido na Câmara dos Deputados.”

“Creio que estamos no caminho de, afinal, fazer com que o país acorde para essa fonte segura de divisas. Sentindo os gravíssimos prejuízos que adivinham para o Brasil devido à inexplicável atitude dos nossos dirigentes, a Confederação Nacional do Comércio, por decisão unânime de seu conselho de representantes, resolveu criar seu Conselho de Turismo, dando-lhe forma eclética, pois, além de representantes do comércio propriamente dito, fazem parte da entidade representantes da hotelaria nacional, das agências de viagem e turismo, dos transportes aéreos e marítimos e das associações civis dedicadas ao turismo, como o Automóvel Clube do Brasil, o Touring Club do Brasil e a Associação Brasileira de Turismo.”

“Constituído o Conselho há seis meses, pôs-se imediatamente em campo, e sua primeira iniciativa foi a de remover um dos empecilhos que vinham dificultando as viagens de turismo para o Brasil dos cidadãos dos países americanos, obtendo aprovação da lei que os isentou de visto consular em seus passaportes. É de justiça mencionar que para a votação dessa lei contou o Conselho com apoio do Senado. Mais tarde, empenhou-se para que o Brasil se fizesse representar no congresso anual da Asta, a Sociedade Americana de Agentes de Viagem, realizado em outubro do ano passado em Lausanne, tendo sido uma delegação de seus membros portadora de um convite do governo para que essa associação realize sua convenção em 1959 no Rio de Janeiro.”

CUSTOU MAS FEIZO
A ISENÇÃO DE “VISTOS” nos passaportes foi uma vitória do turismo brasileiro
Convenção de turismo no Brasil em 1959 — Propaganda do Brasil na convenção da Associação Americana de Agentes de Viagens (Lausanne, Suíça) — Fundo para propaganda do turismo brasileiro

Jornal Correio da Manhã, 27 de dezembro de 1955



Imagem que ilustrou a matéria do jornal *A Noite* (RJ), em 1957

“Graças à iniciativa do movimento, tomamos parte ativa no III Congresso Nacional de Turismo, realizado na cidade de Salvador, em novembro último, logrando que se organizasse uma comissão executiva desses congressos e fosse, ao mesmo tempo, reconhecido como órgão cúpula da iniciativa particular em questões de turismo. Vem se empenhando, ainda, para a valorização turística de várias regiões brasileiras, entre as quais a das Cataratas do Iguaçu, região de incomparável beleza, relegada ao abandono pela falta de visão de nossos governantes.”

“Nesse sentido, bate-se por uma organização colegiada em que as entidades particulares, direta ou indiretamente interessadas no turismo, cooperem com o Estado na solução dos problemas atinentes ao turismo. É necessário, porém, que se forme uma frente única e coesa contra a excessiva intervenção estatal, impedindo, se possível, a burocratização de serviços que devem, pela sua natureza específica, ter flexibilidade para melhor atender a seus fins.”

“O Conselho de Turismo da CNC tem um plano que abrange todo o país. Dele – além da criação de um órgão federal que se incumba do estudo e da solução dos problemas concernentes ao turismo, bem como da propaganda do Brasil no exterior –, deveria ser objeto de consideração a classificação das regiões de turismo do Brasil, de acordo com sua importância e suas possibilidades imediatas de exploração, estabelecendo determinadas prioridades para seu aparelhamento turístico. O problema é, por sua natureza, complexo, e, se não for possível estabelecer-se um perfeito entrosamento entre a ação do Estado e a iniciativa particular, acreditamos que não seja possível criar algo construtivo nesse setor.”



O Senador Apolônio Sales quando assinava o convênio

Assistência Técnica Americana Para o Desenvolvimento do Turismo no Brasil

Assinado Ontem o Convênio Previsto no Ponto IV da Organização Dos Estados Americanos

NO Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio foi assinado, ontem à tarde, o Convênio que visa estabelecer assistência técnica para o turismo, a ser fomentado entre os Estados Unidos e o Brasil. Pelo nosso Governo, por delegação do Itamarati, assinou o acordo o Sr. João Vasconcelos, presidente do Conselho de Turismo e da C.N.C.; pelos Estados Unidos fez-o o Sr. W. E. Warner, da Embaixada americana no Rio. Após ainda sua assinatura no documento o Senador Apolônio Sales.

Falando na ocasião, o Senador por Pernambuco disse que aquele convênio “é algo mais que uma união de técnicos, pois tinha uma significação bem mais alta: aproximar os homens e entre eles fomentar a amizade”. Usaram ainda da palavra o Sr. Warner e o Sr. João Vasconcelos.

A reunião atraindo à sede do Conselho de Turismo grande número de personalidades, dentre as quais o representante do Itamarati, Ministro Renato Mendonça, presidente da Comissão de Assistência Técnica do Ministério das Relações Exteriores, e os deputados Colombo de Sousa, Cláudio do Amaral, Yukishigue Tamura e Ostoja Roguski, da Comissão Parlamentar de Inquérito sobre Turismo.

Publicação sobre a assinatura do convênio entre Estados Unidos e Brasil para assistência técnica ao turismo, em 22 de junho de 1956

“Quanto à promoção do Brasil, como destino turístico, no exterior, tem sido nula a ação do governo. Todo esforço para lograr esse objetivo é das organizações particulares, sejam elas empresas hoteleiras, organizações de transporte ou agências de viagens. Visa o Conselho de Turismo da CNC organizar um trabalho coordenado, nesse sentido, propondo no VI Congresso Interamericano de Turismo que se organize uma comissão sul-americana de turismo que tenha a seu cargo a propaganda turística da América do Sul no exterior.”

“Essa propaganda conjunta, além de ser menos onerosa para cada país integrante, seria mais eficiente. (...) Nossas aspirações são grandes. Não desejamos fazer trabalho pessoal, mas estabelecer um plano em conjunto que beneficie todo o país. Para isso, solicitamos o apoio de todos quantos se interessam pelo turismo e queiram colaborar conosco, enviando-nos suas sugestões.”



Aeroporto de Congonhas, 1957

Manobra importante comandada pelo Conselho de Turismo da CNC dá-se em 21 de junho de 1956, quando, na sede da rua Candelária, representantes do Brasil e dos Estados Unidos assinam um acordo para melhorar a estrutura do turismo brasileiro e aumentar o número de visitantes norte-americanos no país. O acordo fez parte do Ponto IV, programa de cooperação técnica internacional em diversas áreas entre Estados Unidos e os países latino-americanos proposto pelo presidente Harry Truman (1884-1972) em seu discurso de posse, em janeiro de 1949.

Desse acordo, surge uma missão – composta por três brasileiros e dois norte-americanos que rodaram 19 mil quilômetros pelo Brasil e passaram dois meses em estudos nos Estados Unidos – que resultou, anos depois, em relatório em dois volumes assim nomeados: “Condições Internas que Entravam o Turismo” e “Como Alcançar o Turista Americano”.

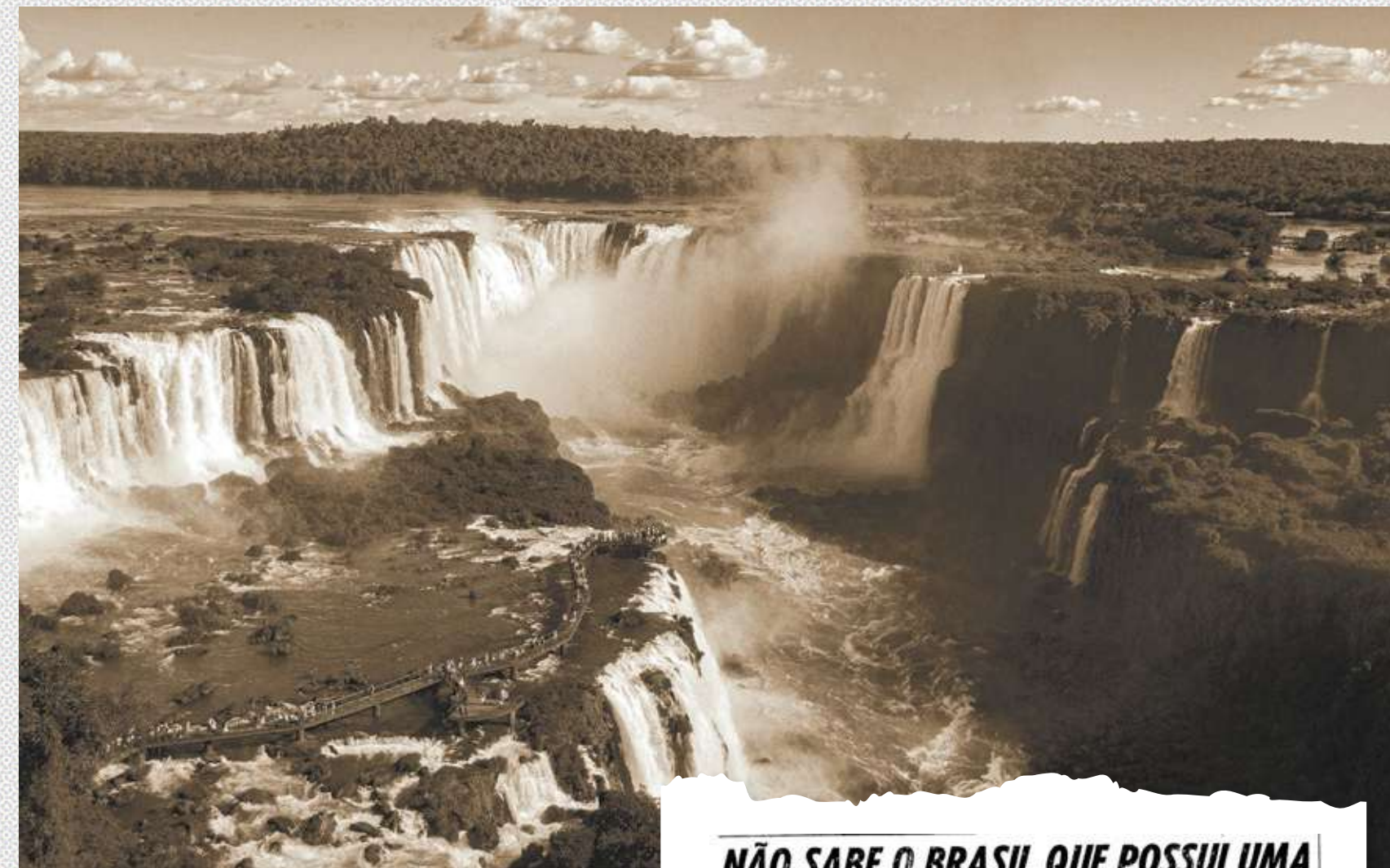


Florianópolis, SC, Brasil

União Nacional dos Convention & Visitors Bureux e Entidades de Destinos (Unedestinos)

Instituída em 2015, é uma organização não governamental de direito privado, constituída sob a forma de associação sem fins lucrativos e formada por entidades privadas, públicas e mistas, especializadas em promoção de destinos, pesquisas, geração de conteúdo, programas de capacitação, apoio e captação de eventos em geral. Compartilhamento, integração e relacionamento são os seus principais pilares. Tal organização trata de tendências, conceitos, movimentos do dia a dia do trabalho de captação e de eventos e promoção de destinos, participando dos debates e das pautas de interesse do setor de viagens, de eventos e de turismo com legitimidade. Possui em sua gestão a participação de consultores técnicos especializados nas mais diversas áreas do setor, com 45 entidades associadas, representando 300 destinos e cerca de 10.000 empresas associadas.

www.unedestinos.com.br



Cataratas do Iguazu

Matéria de 9 de junho de 1956 no jornal O Globo a respeito da reunião do Conselho de Turismo sobre "o abandono criminoso que vive hoje o Parque Nacional do Iguazu". Planejava-se tornar a região um centro turístico internacional. Até a data, no entanto, a concorrência para exploração do hotel-cassino de Foz do Iguazu não havia sido bem-sucedida

NÃO SABE O BRASIL QUE POSSUI UMA DAS "SETE MARAVILHAS DO MUNDO"!

Técnicos Americanos Atestam Ser Iguazu Mais Bela do Que Niágara — Reage a Consciência do País Contra o Abandono Criminoso em Que Vive o Parque Nacional de Iguazu — Quinze Anos Para Construir um Hotel Que Ainda Não Está Pronto

REALIZOU-SE, ontem, na Associação Comercial do Rio de Janeiro, promovida pelo Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio uma sessão dedicada ao estudo das possibilidades imediatas das Cataratas do Iguazu como grande centro turístico internacional. No momento em que o país resolve, definitivamente, fazer da rendosa indústria da "exportação invisível" um fator ponderável na sua balança de pagamentos, o aproveitamento da privilegiada região do Parque Nacional do Iguazu, como ponto de atração turística universal, se impõe de imediato. Considerada por idéicos e turistas americanos como a mais bela catarata do mundo, suplantando tanto longe o Niágara e a Vitória-Zambora, na África, Iguazu se projeta atualmente no cenário turístico mundial como uma das "sete maravilhas do mundo", como atesta recente série cinematográfica exibida em "cinerama", numa das maiores cenas de espetáculos de Nova York. Apenas Um Hotel Inacabado Enquanto sua fama corre mundo, do lado do Brasil que margem a catarata existe apenas um hotel inacabado. Sua história é longa, e foi tachada de "triste" pelo Sr. Umberto Starnaschini, que levou a questão a debate do Conselho de Turismo. Iniciado em 1941, até hoje não foi terminado. No Parque Nacional do Iguazu já se gastaram Cr\$ 48.750.000,00 sem que esse dinheiro servisse, até hoje, para sair ao pé de um só dólar. As proteções encarecem sobremaneira a obra, orçada na ocasião em 20 milhões e meio. A grã contra esse estado de coisas é intensa, mas, parece, já está chegando aos ouvidos do Governo Federal. O representante do Ministério da Agricultura, Sr. Dasi Pires de Lima, declarou ontem, na sessão do Conselho de Turismo, que o titular seguirá para Iguazu na próxima sexta-feira, para visitar "in loco" a região, e tomar as providências para que o hotel esteja terminado, no máximo até meados de 1957. Além das autoridades já citadas, estiveram presentes os Deputados Colombo de Sousa e Amarel Guizol, respectivamente presidente e relator-geral da Comissão Parlamentar de Inquérito sobre turismo; Vereador Levi Neves, Sr. Jesuê Pinto Freire, presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, e grande número de membros da entidade.

O ano de 1956 também fica marcado pela realização do primeiro Congresso Internacional do Turismo Social. O encontro, na cidade de Berna, na Suíça, vem na esteira de normas pós-guerra que, entre outros direitos, proporcionavam férias remuneradas para trabalhadores de diversos países - no Brasil, o direito já havia sido garantido desde 1º de maio de 1943, com a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), sancionada pelo presidente da República Getúlio Vargas. As férias remuneradas compreendiam o período de 15 dias em 1943, chegando a 20 dias em 1949 (Lei nº 816), e alcançariam os 30 dias em 1977 (Lei nº 1.535). A democratização do lazer, com a garantia de descanso remunerado, ajudou a alavancar o número de viagens pelo mundo.

Já em 1958, ano em que a CNC define em estatuto o turismo como uma de suas prioridades, surge o que pode ser considerada a primeira política pública do governo brasileiro a serviço da atividade turística. No dia 21 de novembro, o Decreto federal 44.863, assinado pelo presidente da República Juscelino Kubistchek (1902-1976), cria a Comissão Brasileira de Turismo (Combratur). O órgão, vinculado à presidência, nasce com a responsabilidade de coordenar as atividades destinadas ao desenvolvimento do turismo e a entrada de estrangeiros.

Entre os integrantes da comissão, além de membros de nove ministérios, são nomeados representantes de confederações do comércio, da indústria e da agricultura e de associações de imprensa e propaganda. Pelo estatuto do órgão, entre os quatro nomes da Confederação Nacional do Comércio, era preciso garantir um representante dos agentes de viagens, um das empresas de transportes e um da hotelaria.

Com o gradual e constante desenvolvimento do turismo no país, as agências de viagem, que já possuíam um decreto dispendo sobre seu funcionamento desde 1938, finalmente se organizam e criam suas próprias associações. Em 1959, entre os dias 25 e 28 de agosto, em São Paulo, o Conselho de Turismo da CNC e a Combratur patrocinam o primeiro congresso da Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav). Um dos temas do evento foi a elaboração do projeto de regulamentação da profissão dos agentes. Nesse mesmo ano, as companhias aéreas brasileiras Varig, Vasp e Cruzeiro firmam acordo para operar em conjunto o trecho Rio-São Paulo, dando origem à Ponte Aérea e tornando mais acessíveis as idas e vindas entre as duas importantes cidades.



Proposta de criação do Conselho Nacional do Turismo. O Conselho de Turismo da CNC já defendia a necessidade da criação do Conselho Nacional do Turismo em 03 de julho de 1956



Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav)

Criada em 1953 - antes da criação do Conselho de Turismo da CNC em 1955 -, a associação é uma das principais entidades de turismo no Brasil. Está presente em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal. Sua base é composta por 2,4 mil empresas associadas, entre agências de viagens, operadoras e consolidadoras, que respondem por cerca de 80% da movimentação de vendas. A Abav Nacional tem grande capilaridade e forte representação política. Promove cursos, palestras e convênios de cooperação e gestão.

www.abav.com.br



Rio de Janeiro

Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH)

Com sede em Brasília e mais de 80 anos de atuação, a ABIH Nacional é a entidade de classe mais antiga do turismo brasileiro, consolidando-se como importante agente na defesa dos interesses da indústria de hotéis do país. Por meio das ABIH's estaduais, sua representatividade se estende pelos 26 estados e pelo Distrito Federal. Seu principal objetivo é o fortalecimento das relações institucionais, garantindo a defesa dos interesses do setor e a valorização da atividade econômica da hotelaria. É uma entidade empresarial associativa sem fins lucrativos, que representa os meios de hospedagens associados.

www.abih.com.br



Entre os dias 18 e 24 de outubro de 1959, o Conselho de Turismo participa ativamente do XI Congresso Nacional Hoteleiro. Às vésperas da abertura do evento, o conselheiro Stramandinoli salienta que as maiores deficiências do equipamento turístico brasileiro “dizem respeito à hotelaria”. Quanto às medidas necessárias para o desenvolvimento hoteleiro, Stramandinoli cita as seguintes, em matéria publicada no jornal O Globo em 24 de setembro do mesmo ano:

- 1) organização de uma comissão técnica dedicada ao estudo dos problemas da hotelaria nacional;
- 2) campanha de esclarecimento e persuasão dos poderes públicos para que o turismo seja considerado um fator do desenvolvimento econômico do país;
- 3) legislação própria para o financiamento de construção de hotéis e reformas dos atuais;
- 4) isenção de impostos por período não inferior a 15 anos em caso de novos estabelecimentos e de 10 para os já existentes, desde que se ampliem suas instalações, e;
- 5) levantamento dos atrativos turísticos de todo o país para a formação do Patrimônio Turístico Nacional.

O Conselho de Turismo fecha a década de 1950 como referência maior do setor. Em seus primeiros anos de vida, a entidade adquire profundo conhecimento do processo que envolve a atividade. Os conselheiros, em reuniões frequentes, com debates sempre embasados, trabalham arduamente para despertar o entendimento, por parte dos poderes públicos e da sociedade, da importância econômica e social do turismo para o país. Aos poucos, viajar passa a fazer parte da agenda do brasileiro. O turismo ganha importância na sociedade e chega aos gabinetes políticos.

O turismo na década de 1950

1955

O presidente da Federação do Comércio de São Paulo, Luís Roberto Vidigal, defende o trabalho do Conselho de Turismo e Hospitalidade da entidade para facilitar o acesso de estrangeiros no país e o incentivo à criação do Departamento Nacional de Turismo.

O XXXVI Congresso Eucarístico Internacional é realizado no Rio de Janeiro. O encontro, "disputadíssimo em todo o mundo", motivou a realização de grandes obras viárias.

A CNC se mobiliza para dar mais amplitude à indústria do turismo. Conduzida por Umberto Stramandinoli, a CNC começa campanha para oficializar o turismo no país, iniciando com a organização dos congressos brasileiros de turismo, realizados nos anos seguintes.

Um esforço da iniciativa privada para profissionalizar o turismo aprova a isenção de vistos aos americanos (Lei nº 2.526).

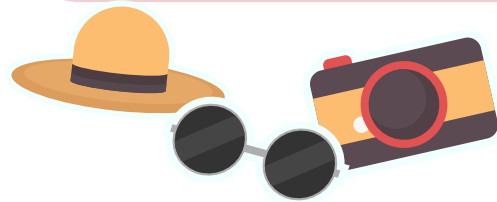
Criação do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio.

Fundação da Federação Nacional dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (FNHRBS).



No âmbito do Conselho de Turismo da CNC, começam os estudos para o desenvolvimento de um Plano Diretor de Turismo.

Criação do Conselho de Turismo do Estado de São Paulo.



O Conselho de Turismo promove reuniões para debater o turismo em Foz do Iguaçu, Campos do Jordão, Cabo Frio e Rio de Janeiro (Copacabana e Arpoador), destacando a potencialidade turística e sugerindo medidas para o seu desenvolvimento.

1956

Realizado em Berna o primeiro Congresso Internacional do Turismo Social, no qual países europeus aprovam férias remuneradas, medida que impulsiona a criação de agências e operadoras de viagem.

Publicado o primeiro número da revista "3 Américas", da Varig, em três idiomas, com o objetivo de divulgar o Brasil no exterior.



Com o voo inaugural do Super-Constellation, a Varig passa a fazer a linha Nova York - Rio de Janeiro - Buenos Aires.



O Conselho de Turismo da CNC é designado pelo governo federal para ficar responsável pelo projeto, batizado de Ponto IV, a ser criado pelos norte-americanos para incremento da atividade turística no Brasil.

1957

Criação da Organizações Turísticas da América Latina (Cotal), instituição pioneira no turismo na região.

1958

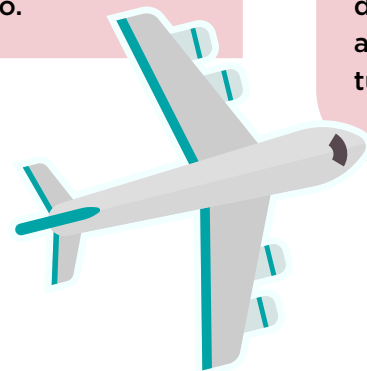
Criação da Comissão Brasileira de Turismo (Combratur), responsável pela coordenação das atividades destinadas ao desenvolvimento do turismo interno e ao afluxo do estrangeiro.

Novo estatuto da Confederação Nacional do Comércio define o turismo como uma de suas prioridades.

1959

Realizado em São Paulo o 1º Congresso Brasileiro das Agências de Viagens da Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav), com o patrocínio do Conselho de Turismo da CNC e da Combratur.

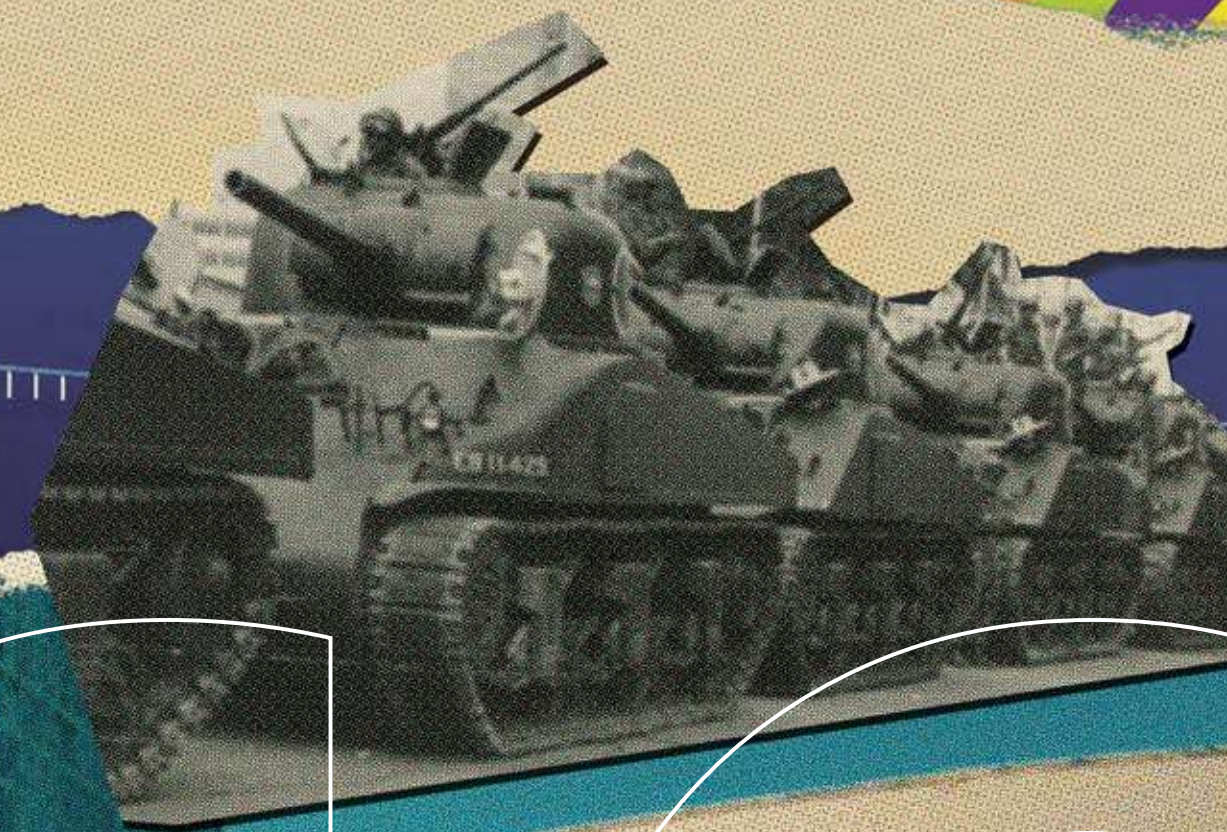
XI Congresso Nacional Hoteleiro - Conselho de Turismo defende a necessidade de um inventário da oferta turística nacional.





Anos 60

ASFALTO



E CHUMBO





Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp)

A entidade nasceu, em 2010, da fusão de 2 entidades: o Fórum das Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais (Favecc) e o Travel Management Companies (TMC), sempre visando ser uma referência em gestão de viagens e eventos corporativos, promovendo o seu contínuo desenvolvimento. O objetivo da Abracorp é disseminar, junto aos associados e demais *stakeholders*, as melhores práticas de governança corporativa e *compliance*, buscando o empoderamento de seus associados e a excelência do relacionamento nos negócios entre todos: clientes, fornecedores, colaboradores e governo.

www.abracorp.org.br



Corintho de Arruda Falcão, presidente do Conselho de Turismo

O planeta mostra as caras. Paisagens desconhecidas e povos ocultos são desvendados em revistas, expostos na televisão e exaltados no cinema. Roma é cultuada em La Dolce Vita. James Bond apronta nos Estados Unidos, na Rússia e na Jamaica. A presença de Brigitte Bardot no Rio de Janeiro revela Búzios para o mundo. A sangria do litoral espanhol atrai forasteiros de toda a Europa. Para os *hippies* da Califórnia, a Ásia é logo ali.

No Brasil, ao seu modo, o turismo cresce e aparece. Ao assumir de vez a opção pelo modal rodoviário, em uma espécie de parceria com a indústria automobilística, o presidente Juscelino Kubitschek (1902-1976) pavimenta o caminho para a classe média – ainda pequena, mas faminta – pegar a estrada. No começo da década, torna-se possível viajar de carro entre todas as capitais do país, exceto Belém e Manaus. Brasília, cidade planejada, moderna, de arquitetura de vanguarda, é inaugurada e ajuda a projetar o Brasil para o mundo.

O relativo barateamento das passagens aéreas e o fenômeno dos pacotes de viagem aceleram o processo de massificação do turismo.

No entanto, em reunião do Conselho de 21 de novembro de 1961, seu presidente, Corintho de Arruda Falcão, recém-empossado, chama a questão do turismo de “batalha patriótica” e não faz um bom retrospecto da atividade no Brasil.



Matéria no Diário de Notícias, de 21 de abril de 1968

“Apesar de toda esta salutar agitação da ideia, a nossa posição no quadro internacional dos países turísticos pode ser classificada, ainda, de ridícula. Continuamos com a balança do turismo deficitária. Em 1960 gastamos 65,06 milhões de dólares em viagens ao exterior e recebemos 16,68 de nossos visitantes. Enquanto isso, turismo é a primeira renda em países como a Inglaterra, a Itália e a França. Na Suíça, apenas a indústria relojoeira a supera, e no Canadá apenas a indústria do papel. Não conseguimos ainda, entretanto, mau grado a boa vontade e os esforços de alguns, desencantar o problema.”

“Os governantes deste país, via de regra, já afirmam que acreditam no turismo, mas se procedem como se não acreditassem. Aí está o caso da Combratur [Comissão Brasileira de Turismo]. Como se pode admitir a seriedade de um ato que cria o órgão governamental, mas não lhe dá meios para agir, isto é, não lhe dá verba nem para comprar o papel onde assinale sua existência.”

“(…) Que melancolia, sabermos que todos os apartamentos de classe turística no Brasil não atingem o número de 10 mil, enquanto a França possui 400 mil e a Espanha 280 mil.”

“(…) A verdade é que, no Brasil, gastam-se milhões para amparar e financiar várias indústrias ou produtos, seja o café, o petróleo, o açúcar, a siderurgia, a indústria automobilística etc. Mas com o turismo, muito mais rendosa e muito mais rapidamente recuperável do que qualquer outra, nada se gasta, praticamente nada. Por quê? Óbvia a resposta: falta de exata visão da verdadeira grandeza do problema por parte dos governantes.”

Além da Combratur, criada três anos antes e que até o momento, como transparece na fala do presidente do Conselho, não havia dado os frutos esperados, o governo ensaiou mais um passo para tirar o turismo do chão. Em 1961, ainda com timidez exagerada, cria a divisão de Turismo e Certames, subordinada ao Ministério da Indústria e do Comércio.



Rio de Janeiro, fevereiro de 1962

Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento (Anttur)

Fundada em 1978, constitui um sistema integrado, com diretorias regionais e parcerias nas principais regiões do país. Representa o setor como membro dos Conselhos de Turismo e Fretamento e como entidade presente nas diversas iniciativas do segmento, conquistando respeito e reconhecimento dos órgãos oficiais. Seus objetivos são representar, solidificar, zelar, valorizar, desenvolver, fortalecer, apoiar, promover, viabilizar e defender o segmento do transporte rodoviário de passageiros sob o Regime de Fretamento e Turismo.

www.anttur.org.br

Incansável, o Conselho segue sua sina. Debate o turismo, apresenta propostas, investe dinheiro, busca alternativas e faz estripulias para divulgar o nome do Brasil no exterior, como mostram as ações promovidas em parceria com a iniciativa privada. Em fevereiro de 1962, um acordo com o Instituto Brasileiro do Café (1952-1989) e com o Instituto Nacional do Mate (1938-1967) define a estratégia para lançar concursos em programas de rádio em emissoras europeias – os prêmios seriam viagens ao Brasil. A cartada seguinte, em maio do mesmo ano, é uma campanha em parceria com o Departamento de Correios e Telégrafos para a impressão de cerca de 100 milhões de envelopes e formulários de telegramas com “*slogans* de propaganda turística”. Um concurso se encarregaria de “elevar o padrão estético dos nossos selos postais”.

A aposta seguinte, dois meses depois, é a organização de uma exposição flutuante a bordo do navio-escola Custódio de Melo. Em viagem com escalas em Lisboa, Oslo, Estocolmo, Amsterdã, Havre, Nova York e Vera Cruz, a embarcação levaria “amostras de produtos manufaturados” de determinados estados brasileiros. Ainda em 1962, o Conselho de Turismo entra em campo para ajudar na obtenção de financiamento para duas obras de impacto turístico no Rio de Janeiro: a duplicação da linha Praia Vermelha-Urca do bondinho do Pão de Açúcar e a construção de uma praça diante da estação inicial da Estrada de Ferro do Corcovado, na rua Cosme Velho.

Abaixo, matéria de 09 de junho de 1966. O Conselho de Turismo sugere ação conjunta dos países sul-americanos, com um fundo comum de propaganda, para despertar o interesse de turistas de outros continentes

VAI CORRER MUNDO UMA EXPOSIÇÃO FLUTUANTE DE PRODUTOS BRASILEIROS

O NAVIO-ESCOLA “Custódio de Melo” levará a bordo uma exposição dos nossos produtos em sua viagem à Europa, ao México e aos Estados Unidos. E haverá um “stand” de turismo com vasto material de propaganda e detalhes sobre os pontos de atração para os que visitarem o Brasil.

Indústria e Comércio

Recentemente, em almoço a bordo do “Custódio de Melo”, presentes o Cônsul Mário de Azeredo, diretor-substituto da Direção de Turismo do MIC, o Sr. Corinto de Arruda, presidente do Conselho de Turismo da CNC, e representantes de entidades turísticas, assentou-se a participação da indústria e do comércio do País na Exposição flutuante. Como primeira providência, o Conselho de Turismo solicitou que os órgãos estaduais enviassem amostras de produtos manufaturados que deverão figurar na mostra.

O “Custódio de Melo” deverá deixar o Rio dia 15, em cruzeiro de instrução. Aportará em Lisboa, Oslo, Estocolmo, Amster-

dão, Havre, Nova York e Vera Cruz. A presidência da Confederação da Indústria e a do Comércio, prestigiando a iniciativa, pediram apoio às entidades estaduais, dando-lhes conta das facilidades que serão concedidas aos expositores.

Matéria de jornal de 4 de julho de 1962 sobre a exposição flutuante no navio-escola Custódio de Melo pela Europa e América do Norte

Stramandinoli Quer Ação Comum Pelo Turismo na América do Sul

O Sr. R. Umberto Stramandinoli, do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, preconizou ontem uma ação conjunta dos países sul-americanos, com um fundo comum de propaganda, para despertar o interesse de turistas de outros continentes, sem as dificuldades que um trabalho isolado apresentaria.

Como participante do II Simpósio Internacional de Turismo, realizado em Porto Alegre com a presença de representantes de 27 países, o Sr. Stramandinoli lamentou que o Brasil não tenha ainda um órgão superior especializado, nos moldes do pretendido IBRATUR, objeto de estudo, no momento, do Congresso Nacional.

Necessidade Para já

A criação do IBRATUR — afirmou — é uma necessidade urgente, devendo-se lamentar que, a esta altura, surjam boatos de que novo anteprojeto será apresentado ao Congresso para criar outro órgão de cúpula do turismo nacional, como aconteceu na gestão do Ministro Daniel Faraço.

O Sr. Umberto Stramandinoli lamentou também que a delegação brasileira à I Assembleia Hispano-Americana-Fili-

pina de Turismo, realizada em Madri, tenha comparecido por delegação do Ministério da Indústria e Comércio mas na condição apenas de espectador, quando o Brasil poderia ter levado uma mensagem substancial sobre um programa que tanto interessa à economia do mundo moderno. Estranhou, também, que o Sr. Carlos Mafra de Laet, da Secretaria de Turismo da Guanabara, “tenha descoberto, na mesma oportunidade, que o Brasil não pertence à América Latina.”

No fim de 1965, Umberto Stramandinoli, um dos membros mais ativos do Conselho, divulga um estudo sobre a expansão do turismo no mundo ocidental. Segundo o jornal O Globo, de 23 de dezembro, a conclusão do conselheiro é melancólica.

“Estamos mais atrasados que a maioria das Nações das Américas, Europa e mesmo África. Não que careçamos de condições e atrativos, que não tenhamos o incentivo da iniciativa privada, que não possuamos já uma infraestrutura hoteleira e de transportes para assegurar o mínimo de conforto aos visitantes. O que não existe aqui é a centralização do turismo em um órgão federal de alto nível.”

Conselheiro Umberto Stramandinoli

“[Stramandinoli] faz ver na sua exposição que sem o Ibratur [Instituto Brasileiro de Turismo], proposto no projeto em tramitação na Câmara dos Deputados desde 1957, o esforço dos governos estaduais — como o de São Paulo, Minas, Bahia, Guanabara e Rio de Janeiro — não produz resultados amplos que podem ser alcançados através de uma coordenação geral.”

Também nos últimos dias de 1965, o Conselho envia um telegrama ao presidente da República e ao ministro do planejamento solicitando a revisão urgente do decreto de criação da Comissão Especial de Estudos do Plano Decenal de Desenvolvimento Econômico. O objetivo é a inclusão do turismo entre as atividades que merecem tratamento prioritário e a participação das entidades especializadas do setor na elaboração do plano.

Na cruzada pela divulgação do Brasil além-mar, o conselheiro Stramandinoli usa a tribuna do II Simpósio Internacional de Turismo, em Porto Alegre, em 1966, para pedir uma ação conjunta das nações sul-americanas em prol da atividade na região. O conselheiro sugere “um fundo comum de propaganda para despertar o interesse de turistas de outros continentes, sem as dificuldades que um trabalho isolado representaria”. Diante de representantes de 27 países, Stramandinoli lamenta ainda a inexistência de um órgão superior especializado em turismo no Brasil.

A Combratur, criada em 1958, fora extinta menos de quatro anos depois. “Um verdadeiro fracasso, atestando a incapacidade do governo nesse setor”, nas palavras do conselheiro João Kessler Coelho de Souza, em reunião do dia 3 de julho de 1962. No mesmo encontro, seu par, Belfort de Oliveira, corrobora: “O governo não cuida sequer de seus próprios organismos, constituindo exemplo frisante a extinta Combratur, que nem chegara a ter verba nem funcionários”.

Por outro lado, em reunião com a presença de Haroldo Lisboa Graça, ex-presidente da finada comissão de turismo, o conselheiro Emílio Lourenço de Souza reconhece os esforços e os feitos do órgão, apesar da pouca verba aportada, conforme mostra a ata do encontro:

O Conselho de Turismo da CNC é Contra a Criação de Órgão Estatal Para Turismo

Matéria O Globo, de 22 de novembro de 1963. O Conselho de Turismo apoia a criação do Instituto Brasileiro de Turismo como entidade privada e não como órgão estatal no âmbito federal para dirigir a política de turismo

“Cumprе salientar que, de início, completamente desprovida de verbas, e sem qualquer apoio, a entidade, durante muito tempo, na gestão do doutor Graça Couto, funcionou em salas emprestadas, com material cedido por organizações como esta [o Conselho de Turismo]. Não obstante todas as dificuldades, realizou uma série de coisas. Mencionou-se o mapa turístico, muito bem feito, precisando os pontos turísticos da nossa terra. Sugeriu-se a criação de novos parques nacionais, o que constituiu realmente trabalho de tertúlia e esforço imenso, em viagens que sabíamos realizadas com muita dedicação. Foi feito também um esforço no sentido de se ter um calendário turístico. Apresentou-se, outrossim, magnífico trabalho sobre o folclore nacional, precisando as festas típicas em várias cidades e estados do Brasil, de norte a sul.”

Conselheiro Emílio Lourenço de Souza



Vista aérea de Brasília, tendo ao centro o Congresso Nacional, década de 1970

O fato é que, com o fim da Combratur, o Conselho de Turismo aumenta a pressão sobre o governo para a criação de um órgão oficial, como o desejado por Stramandinoli no supracitado simpósio de Porto Alegre. A ideia do Ibratur, gestada por mais de uma década pelos especialistas do Conselho, volta a ganhar força. O objetivo era desenvolver um órgão apoiado e com a participação do governo, mas gerido por empresários especialistas envolvidos com o tema, como mostra de forma incisiva matéria publicada no jornal O Globo de 22 de novembro de 1963.

Em 1966, após um trabalho firme dos conselheiros, o instituto é finalmente aprovado no Congresso Nacional e sobe para sanção do presidente da República, Humberto de Alencar Castelo Branco.

A essa altura, desde o golpe de 31 de março de 1964, o Brasil já vivia sob o jugo da ditadura militar. A informação que se tinha em reunião do Conselho em 5 de julho de 1966 era de que o projeto seria vetado pelo presidente da República, conforme lamenta Corinto de Arruda Falcão, presidente do Conselho:

“Todas as associações, sindicatos, federações e confederações de entidades ligadas ao turismo, e o próprio presidente da CNC [Confederação Nacional do Comércio], telegrafaram ao presidente da República encarecendo a necessidade de sancionar-se o projeto [do Ibratur]. Entretanto, como consta que a proposição vai ser totalmente vetada, solicito informações dos senhores conselheiros que as puderem oferecer.”

A ata prossegue:

“O conselheiro Reis Vidal, confirmando seu prognóstico na reunião passada, declara-se seguramente informado, por pessoa categorizada, de que o projeto está totalmente vetado e que em seu lugar o governo proporia imediatamente, através de mensagem ao Congresso, a criação da Embratur – Empresa Brasileira de Turismo – que em nada diferirá do Ibratur, senão na parte representativa no Conselho que será menos ampla. Ao cabo de outras considerações, o conselheiro faz sentir que o Conselho deve congratular-se com a iniciativa do governo, porquanto dessa forma, sem alterar em essência o que se preconizava no projeto do Ibratur, concretiza-se a velha aspiração de instituir-se o órgão federal de turismo para o Brasil.”



Norton Luiz Lenhart, atual membro consultivo do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur)

Na página ao lado, Praia de Boa Viagem, Recife (PE), 1966

De fato, o Ibratur foi vetado. Em 11 de outubro daquele ano, o secretário de Comércio do Ministério da Indústria e do Comércio, Joaquim Xavier da Silveira, foi convidado pelo Conselho a prestar esclarecimentos sobre a decisão do governo. Ele admite que o veto se deu por uma “convicção pessoal” e que a responsabilidade era “inteiramente” dele. Xavier disse ainda que o veto resultou do fato de a entidade, mesmo aprovada no Congresso Nacional, não estar “concebida em conformidade com a orientação que preside a reforma administrativa”.

No encontro, Xavier da Silveira confirma ainda a criação da Embratur. A empresa nasceria com capital inicial de 500 milhões de cruzeiros, seus funcionários seriam contratados conforme a Consolidação das Leis do Trabalho e convênios seriam realizados com entidades financeiras, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), para exame e financiamento dos projetos no setor. Disse também que, durante o desenvolvimento do projeto, seriam ouvidos especialistas no assunto, integrantes do Conselho, tais como agentes de viagem, hoteleiros e transportadores.

Para o gaúcho Norton Luiz Lenhart, atual membro consultivo do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur) e presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) de 2000 a 2010, a manobra foi a maneira de o governo militar tomar o controle de um órgão responsável pelo turismo e não deixar a iniciativa privada assumi-lo de maneira mais efetiva.

Em longo memorial batizado “Governo deve preservar a livre empresa na promoção do turismo”, dirigido nominalmente ao presidente Humberto de Alencar Castelo Branco e publicado na íntegra na edição de 20 de outubro de 1966 do jornal O Globo, o Conselho de Turismo expõe suas ideias e manifesta preocupação com o veto ao Ibratur. Assinado por Corinto de Arruda Falcão, o texto pede a preservação da livre empresa na promoção do turismo. Diz o texto:

“A intangibilidade da livre empresa na promoção do turismo no Brasil, o esforço conjunto e racional dos diferentes ministérios e a imediata criação de um órgão autônomo, diretamente subordinado à presidência da República, constituem os pontos fundamentais do memorial que o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, (...) dirigiu ao marechal Castelo Branco, com o objetivo de contribuir para o encaminhamento do problema, essencial à economia do país.”

Trecho do memorial “Governo deve preservar a livre empresa na promoção do turismo” – edição de 20 de outubro de 1966 do jornal O Globo



Depois de escrever, com todo o tato necessário, sobre a burocracia estatal, Arruda Falcão pede que o órgão criado se atenha às funções principais de:

“a) Atrair o turista com promoção e facilidades no exterior; b) remover as dificuldades que entrem o seu desenvolvimento e criar estímulos no interior.”

“Do resto, a livre empresa se encarregará, senhor Presidente, e o fará muito melhor do que o Estado. Onde houver uma probabilidade de um bom negócio, aí surgirá, imediata e milagrosamente, um empresário. Ágil, rápido, corajoso, eficiente, pioneiro. O contrário é o que acontece com o Estado.”



Joaquim Xavier da Silveira, presidente da Embratur, e José Tjurs

O governador Negrão de Lima e o secretário de turismo, Carlos de Laet, ouvem explicações de José Tjurs sobre a rede de modernos hotéis que seriam erguidos de norte a sul do país

MIC Quer Modificar Política do Turismo

Falando perante o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, reunido extraordinariamente sob a presidência do Sr. Corintio de Arruda Falcão, o Secretário de Comércio do MIC, Sr. José Eugênio de Macedo Soares, sugeriu modificações no sistema nacional de turismo. Explicou que o atual Governo tem como tôtica a participação da livre empresa, de maneira efetiva, no planejamento e execução do seu programa de desenvolvimento, inclusive do turismo.

Renda
O Sr. Macedo Soares lembrou que a EMBRATUR e o Conselho Nacional de Turismo

do MIC ainda não foram implantadas e, dependendo de maior exame, poderá ser modificada a legislação que criou aqueles dois órgãos federais. Acrescentou que, de qualquer modo, o propósito do Governo é fazer com que as exportações em geral atinjam dois bilhões de dólares no corrente ano, incluindo bens e serviços e sem descurar da indústria de turismo, que não será relegada a segundo plano.

Inclusão
Por sua vez, o Conselho de Turismo da CNC, através de parecer de seu consultor jurídico, Sr. Gurgel do Amaral Valente, sugeriu estabelecimento em lei da inclusão de

representantes das entidades privadas no sistema nacional de turismo. Garantiu-se-lhe a participação, no Conselho Nacional de Turismo, do Touring Clube do Brasil, do Automóvel Clube, da ABRAJET (Associação Brasileira de Jornalistas Especializados em Turismo), do Conselho de Turismo da CNC e de outras entidades do setor, bem como a de um representante do Ministério da Fazenda para tratar dos casos de desembaraço alfandegário, e outro do Ministério da Justiça para cuidar dos problemas de permanência de turistas no País, além do Itamarati, e do IPEA (Instituto de Pesquisas Econômica Aplicada).

Matéria no O Globo, de 20 de abril de 1967. Conselho de Turismo da CNC sugere inclusão das entidades privadas no sistema nacional de turismo

Sem considerar a insatisfação externada pela classe empresarial, em 18 de novembro de 1966, por meio do Decreto-Lei 55, Castelo Branco dá luz não apenas à Embratur, mas também ao Conselho Nacional de Turismo, e anuncia uma política nacional para o setor. Caberia ao novo órgão estatal: 1) fomentar e financiar diretamente iniciativas, planos, programas e projetos que visem ao desenvolvimento da indústria do turismo; 2) estudar de forma sistemática e permanente o mercado turístico, de maneira a obter os dados necessários para seu controle técnico; 3) organizar, promover e divulgar as atividades ligadas ao turismo; e 4) registrar e fiscalizar as empresas do setor.

A despeito das diretrizes estabelecidas, a Embratur, conforme foi evidenciando-se ao longo tempo, serviria como contraponto à ditadura que subjugava o país. Enquanto o país vivia anos de terror, censura e repressão, o órgão estatal do turismo tratava de organizar a contrapropaganda no exterior, exaltando as maravilhas do Brasil.

No livro *Embratur, da Euforia ao Esquecimento*, o autor João Santos Filho escreve:

“A estratégia consistiu em montar uma propaganda política oficial que seria veiculada por meio de um órgão de turismo, em que as belezas do Brasil serviriam para ocultar o que de fato estava ocorrendo no país. Com um apelo voltado à plástica da mulher brasileira, ao Carnaval e à hospitalidade do povo em bem receber o turista estrangeiro, criaram-se instrumentos que exploravam o lúdico das pessoas, transmitindo uma mensagem de otimismo e ufanismo nacionalistas.”

**ARRUDA FALCÃO
DECLINOU DE
INTEGRAR O CNT**

Em janeiro de 1967 o presidente do Conselho de Turismo da CNC, Arruda Falcão, declina do convite para integrar o Conselho Nacional de Turismo. Em abril do mesmo ano, no entanto, a CNC faz valer sua força e sugere, por meio de parecer, o estabelecimento em lei para a participação de representantes das entidades privadas no sistema nacional de turismo. Em resposta, o Ministério da Indústria e do Comércio reconhece a possibilidade de mudar a legislação referente à Embratur e ao Conselho Nacional de Turismo. A partir de então, passam a participar das ações entidades como Touring Clube do Brasil, Automóvel Clube e a Associação Brasileira dos Jornalistas Especializados em Turismo (Abrajet).

Sinal de que a atividade turística ganhava corpo evidencia-se quando a Organização das Nações Unidas (ONU) declara 1967 o Ano Internacional do Turismo. E sinal de que o Conselho de Turismo conquistara prestígio é a visita de Raul Trejos, diretor da Agência de Informações da ONU no Brasil, à sede da rua Candelária. Às 17h do dia 11 de abril daquele ano, Trejos fala para os conselheiros sobre os planos da organização de levar o turismo para países pobres. Diz a ata da reunião:

“Os países beneficiados pelo turismo não são aqueles que mais necessitam das rendas provenientes dessa atividade, e sim os mais industrializados, desenvolvidos e ricos, que absorvem quase 80 por cento do turismo mundial. (...) É preciso criar pré-condições para atrair o turista, pois 15 milhões deles movimentam-se no mundo em cada hora e gastam 11,6 bilhões de dólares por ano, o que corresponde a 6% de todas as exportações mundiais de mercadorias e bens de serviço. (...) As condições têm a ver com a iniciativa particular e muito com o governo, porque turismo pressupõe uma infraestrutura em meios de comunicação, facilidades e confortos para o turista, além de estímulos para hotelaria.”

Raul Trejos, diretor da Agência de Informações da ONU no Brasil



Foto de selo comemorativo do Ano Internacional do Turismo

Vista parcial do Centro do Rio de Janeiro (RJ), 1969

Ponte Rio-Niterói: o Conselho de Turismo da CNC destaca as vantagens do projeto em memorial enviado ao Marechal Castelo Branco.
Acervo O Globo, 23 de junho de 1965



Ainda em 1967, no mês de outubro, em uma de suas primeiras investidas, a Embratur organiza no Rio de Janeiro o I Encontro Oficial do Turismo Nacional. O evento conta com a participação de ministros, governadores, presidentes de entidades e empresas de vários estados do Brasil. O Conselho de Turismo da CNC é representado por seu presidente, Corinto de Arruda Falcão, que leva às mesas de discussões as demandas do setor. O objetivo maior do encontro era discutir as diretrizes para traçar finalmente um Plano Nacional de Turismo.

À disposição da Embratur, mas ciente de seu papel no trato com os empresários do turismo, o Conselho abraça também causas do dia a dia. Em 1964, por exemplo, diante da proibição pelo governo da troca de *traveler's checks* em casas de câmbio, os conselheiros fizeram-se ouvir. Com a nova norma, os cheques de viagem passaram a ser descontados somente em bancos, nos quais a transação invariavelmente levava mais tempo. “Isso obriga os comerciantes a recusar os *traveler's checks* dos turistas ou pedir-lhes que os troquem por cruzeiros nos bancos, o que prejudica as suas vendas”, reclama o Conselho em matéria publicada à época.

Em 1966, o braço de turismo da CNC manifestara-se contra a classificação dos hotéis por um órgão estatal. “Quem classifica hotel é turista. E o faz à vista do tratamento que lhe for dispensado. De nada valerão os índices concedidos a um estabelecimento se ele não contar com a preferência do hóspede, sempre encaminhado pela recomendação de outro”, diz ata de reunião do Conselho. Outra bandeira na área de hotelaria levantada pelo Conselho de Turismo viera após a nova regulamentação do funcionamento de hotéis. Os conselheiros declararam-se contrários ao prazo de uma hora exigido pelo governo para se processar o registro de hóspedes.

Em junho de 1968, ciente da importância da construção de uma passagem sobre a Baía de Guanabara, o Conselho destaca em memorial enviado ao presidente Humberto de Alencar Castelo Branco as vantagens do projeto da construção da Ponte Rio-Niterói, que se iniciaria no ano seguinte.

Ainda em 1968, durante reunião do Conselho em 1º de outubro, o presidente da Embratur, Joaquim Xavier da Silveira, revela que, dois anos após sua criação, o órgão estatal não recebeu nenhuma parcela dos 50 milhões de cruzeiros novos (antes 500 milhões de cruzeiros) prometidos pelo governo. Dias depois, Arruda Falcão redige um ofício ao ministro do planejamento Helio Beltrão solicitando a liberação do recurso. O governo, já sob o comando do general Artur da Costa e Silva, não responde ao pedido. Dois meses depois, em 13 de dezembro, é baixado o Ato Institucional número 5, o decreto definitivo da ditadura militar brasileira.

Focado no desenvolvimento do turismo, o Conselho insiste e faz uma proposição direta à Embratur. Matéria no jornal O Globo, em 10 de julho de 1969, mostra que a ideia dos conselheiros, exposta durante o II Encontro Regional de Turismo, na cidade de Ouro Preto (MG), é a criação do Fundo de Financiamento do Turismo. Para o Conselho, “a medida é importante não apenas para facilitar a prática do turismo pelas pessoas que não dispõem de muitos recursos, como também, para integrar as cidades históricas do País no movimento nacional”.

A atividade turística no Brasil termina a década com uma autarquia específica, a Embratur. A despeito de não ter sido gestada nos moldes ideais, traçados pelo Conselho, e de servir em grande medida para maquiagem a imagem da ditadura militar, o órgão ajuda os bons ventos a soprarem o turismo adiante. O Conselho cresce, ganha respeito, aumenta sua representatividade e torna-se fundamental para fazer do turismo uma atividade relevante para a economia nacional.



Comemorações do Dia de Tiradentes em Ouro Preto (MG). Em destaque, vemos o prédio da antiga Casa de Câmara e Cadeia, atual Museu da Inconfidência, abril de 1960



Parque do Flamengo, Rio de Janeiro, junho de 1968

Telegrama enviado ao presidente da República e ao ministro do planejamento, em 28 de dezembro de 1965, pede a revisão de decreto que cria o Plano de Desenvolvimento Econômico, a fim de incluir o turismo entre as atividades que merecem tratamento prioritário e pedir a inclusão das entidades especializadas do setor na elaboração do plano

O TURISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO

Ao Presidente da República e ao Ministro do Planejamento foi enviado, pelo Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, telegrama encarecendo a revisão urgente do decreto governamental que criou a Comissão Especial de Estudos do Plano Decenal de Desenvolvimento Econômico, a fim de incluir o turismo entre as atividades que merecem tratamento prioritário, bem como permitir a colaboração das entidades especializadas nesse setor na elaboração do referido plano.

O pedido do Conselho de Turismo da CNC tem como justificativa o fato desse órgão reunir a quase totalidade das entidades que operam no setor turístico, tais como os agentes de viagens, os transportadores e os hotéis, além de ter participado dos debates sobre turismo promovidos pelas Nações Unidas, em Roma, em 1963, de nove congressos interamericanos de turismo da OEA e do Primeiro Simpósio Internacional de Turismo, do Rio de Janeiro, em agosto deste ano, promovido pela Comissão Interparlamentar de Turismo, seção brasileira, nos quais procurou examinar os problemas nacionais daquela especialidade.

O turismo na década de 1960

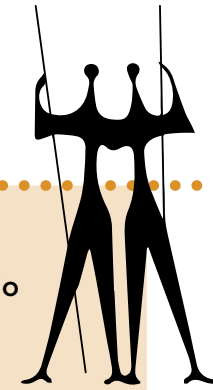
1960

O Conselho de Turismo da CNC apoia delegação brasileira do III Congresso da Conferência das Organizações de Turismo da América Latina (Cotal), em Cuba.



1961

Reorganizado o Ministério da Indústria e do Comércio, que ganha a Divisão de Turismo e Certames, cujas atribuições seriam regulamentadas em 1963.



1963

Apoio à duplicação da linha do bondinho do Pão de Açúcar e à ampliação do contrato de concessão.



1964

Ação para suspender a proibição do uso de *traveler's checks* no Brasil.



1965

Instalação da comissão organizadora do I Simpósio Internacional de Turismo e do III Simpósio Nacional de Turismo.



1968

Em memorial enviado ao presidente da República, Humberto de Alencar Castelo Branco, o Conselho de Turismo destaca as vantagens da construção da Ponte Rio-Niterói.

O Conselho de Turismo encaminha correspondência ao governo sobre a criação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur).



1966

O Decreto-Lei nº 55/1966 cria a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), autarquia federal voltada à atividade turística nacional. O decreto cria também o Conselho Nacional de Turismo (CNT).

Telegrama enviado ao presidente da República e ao ministro do planejamento pede a revisão de decreto que cria o Plano de Desenvolvimento Econômico, a fim de incluir o turismo entre as atividades que merecem tratamento prioritário e pedir a inclusão das entidades especializadas do setor na elaboração do plano.

Estudo do Conselho de Turismo destaca a importância da criação de um órgão federal para gerir o turismo.

Inaugurado o Hotel Senac Grogotó, em Barbacena (MG), o primeiro hotel-escola da América Latina.



O Conselho de Turismo examina nova regulamentação do funcionamento de hotéis e manifesta-se contrário ao prazo de uma hora exigido pelo governo para se processar o registro de hóspedes.

O Conselho de Turismo pede a liberação de verbas para a Embratur.



1969

Proposta do Conselho de Turismo para a criação de Fundo de Financiamento do Turismo.

O Senac São Paulo assume a gestão do Grande Hotel São Pedro, na estância de Águas de São Pedro.





Anos 70

TIJOLO

E GIZ

“O conselheiro Péricles Neiva desculpa-se pela sua ausência durante tanto tempo. É que estava em viagem a convite de autoridades portuguesas por Portugal e províncias ultramarinas. E de lá traz impressão de que em matéria de turismo ainda não vencemos a inércia. Estamos tão primários como quando começamos em reuniões aqui neste mesmo salão. Na sua opinião, só há uma solução: a criação do Ministério do Turismo, um órgão capaz de coordenar todos os departamentos estaduais e municipais. Para isto é necessário, porém, que o governo se capacite do que representa o turismo como fonte de divisas em países como Portugal e Espanha, que têm no turismo sua maior fonte de renda.”

O trecho anterior é da ata da reunião do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio (CNC) no dia 10 de novembro de 1970. Apoiado pelos conselheiros, Neiva defende que a criação de um ministério para cuidar da atividade turística é ponto de partida para uma “verdadeira política de turismo no Brasil”. A demanda, diga-se, é antiga nas reuniões do Conselho.

Após viagem por Portugal, Neiva traça um paralelo entre o tratamento dado à atividade turística aqui e no país europeu.



Péricles Neiva, conselheiro CNC, em almoço com executivos da Ford Motor do Brasil, Rio de Janeiro, 1963



Presidente da Embratur, Carlos Alberto de Andrade Pinto, e o conselheiro José Tjurs



Avenida São Luís, Consolação, São Paulo, março de 1970

Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (Abla)

A Abla é a representante nacional do setor de aluguel de veículos. Foi criada em 30/03/1977 e hoje tem sede em Brasília e em São Paulo. Mantém profissionais preparados e experientes para prestar diversos serviços às locadoras, estimulando empresas a participarem da vida associativa. A Abla atua para que a locação de veículos se torne significativa na economia, defendendo os direitos e a profissionalização das locadoras. Também proporciona às locadoras acesso a produtos e serviços, assim como cursos de qualificação para quem trabalha no setor.

www.abla.com.br

“Revelou o conselheiro que em Lisboa as obras do seu aeroporto começaram exatamente na mesma ocasião em que começaram aqui as obras do Galeão [Rio de Janeiro]. No entanto, as do aeroporto de Lisboa já terminaram e estão funcionando magnificamente, tudo eletronicamente. O passageiro gasta oito minutos para ser desembarçado. No Galeão, continuam reformas sobre reformas, o passageiro ainda tropeça em embaraços e demoras com bagagens. (...) O Rio de Janeiro é hoje uma cidade quase às escuras, sem segurança. E numa cidade onde não há iluminação e serviços públicos de segurança não pode haver turismo.”

Conselheiro Péricles Neiva

A despeito das dificuldades recorrentes, o Conselho de Turismo não abaixa a guarda. Na virada da década, seus membros mantêm cobranças ao governo e seguem propondo caminhos para o turismo alçar voo. O depoimento de Neiva repete roteiro comum desde as primeiras reuniões: se o Brasil quiser ser um polo turístico, precisa investir em infraestrutura.

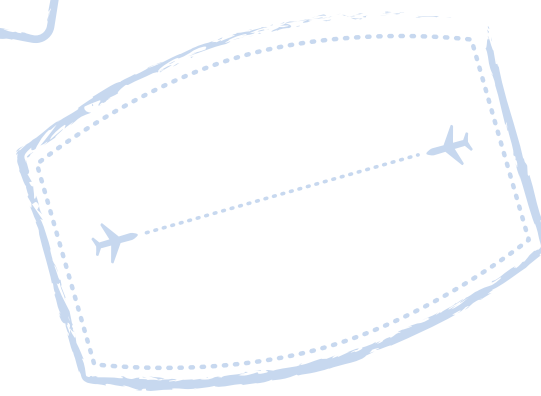
A mensagem fica explícita e embasada em reunião do Conselho em 25 de maio de 1971, com a presença do novo presidente da Embratur, o economista Carlos Alberto de Andrade Pinto. Apesar de recém-empossado, o dirigente, entre um breve resumo do primeiro quinquênio da empresa e um pedido de paciência aos empresários, faz uma espécie de mea-culpa diante dos membros do Conselho:

“O que tem sido a Embratur até então: curiosamente, uma empresa sem capital. Talvez seja único exemplo de empresa que tenha conseguido sobreviver quase cinco anos sem ter capital, sem recursos financeiros, porque a dotação que lhe fora anteriormente prevista não chegou a ser efetivamente consumada, uma série de problemas vive permanentemente atordoando a diretoria e os responsáveis pela Embratur.”

“A falta de recursos acarreta falta de pessoal. A falta de recursos proíbe que a Embratur tenha condições de operar ao nível de eficiência que seria desejável a uma empresa. A falta de recursos impede que se tenha a Embratur conduzido com eficiência uma política nacional de turismo.”



Matéria no jornal O Globo, de 14 de outubro de 1966, cita reunião em que o Conselho de Turismo da CNC pede verbas para a Embratur



Matéria de 24 de outubro de 1968

No mesmo encontro, no entanto, Andrade Pinto traz à mesa as conquistas da Embratur. Sintetiza-as citando a construção de novos hotéis, a despeito da falta de recursos, e agradece aos conselheiros pela incessante busca do desenvolvimento da atividade turística.

A indução do desenvolvimento da rede hoteleira no país, diga-se, era política contínua do Conselho. No início dos anos 1970, seus membros centram forças na busca por investimentos para preencher esse pilar estrutural da atividade turística. Não há turismo sem hotéis e, à época, poucos empresários mostravam disposição para empreender na área. Esse item da atividade turística mostrava-se ainda menos desenvolvido fora do Rio de Janeiro e de Salvador, destinos alicerçados em inegáveis belezas naturais. Atrações com potencial enorme, como as cidades históricas mineiras e as estações de água do Sudeste, desvendadas aos poucos por turistas brasileiros, mantinham-se longe dos olhos estrangeiros. Tesouros como a Amazônia e as praias do Nordeste pareciam outro planeta para as políticas turísticas brasileiras.



Rio Othon Palace

Incentivos do MIC ampliarão rede de hotéis de turismo

BRASÍLIA

Com a finalidade de incorporar todos os estabelecimentos de hospedagem à infraestrutura turística do País, o Ministro da Indústria e do Comércio, Severo Gomes, ampliou a utilização das deduções previstas no Decreto-lei 1.191, de 27 de outubro de 1971.

De acordo com a resolução 657, do Conselho Nacional de Turismo, aprovada pelo Ministro da Indústria e do Comércio, as deduções previstas no artigo 5º daquele Decreto poderão ser utilizadas para o pagamento de financiamentos contratados para a realização

de obras ou melhorias que visem à transformação dos hotéis já existentes em hotéis de turismo.

Esses recursos poderão ser aplicados, segundo o documento, até o máximo de 50 por cento do valor do financiamento aprovado pelo Conselho de Turismo. "Somente será incorporado ao capital o valor amortizado do principal do empréstimo".

A aprovação do financiamento ficará a cargo da EMBRATUR, que habilitará a entidade requerente a pleitear os recursos junto aos bancos oficiais de crédito ou seus agentes.

"Em 1971, 55,4% dos recursos foram usados pelos bancos para expandir a centralização na sua área preferencial (turismo, hotéis, outros serviços), contra 39% direcionados à indústria e 5,6% em atividades agropecuárias."

José Pedro Macarini em A política bancária do regime militar: o projeto de conglomerado (1967-1973).

Jornal de 7 de janeiro de 1975 fala sobre a liberação de financiamentos para construção e reformas em hotéis

Eram necessários estímulos estatais para erguer hotéis. Sob as benesses do chamado milagre econômico, tocado pela ditadura, o governo passa a oferecer financiamentos generosos via Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE). Aos militares no poder, o turismo interessa não apenas como atividade econômica fundamental ao desenvolvimento, mas também como maneira de divulgar outra imagem do país, camuflando a censura e a repressão. Sem meias palavras, a propaganda oficial levada adiante pela Embratur explicita como símbolos pátrios o tripé mulher-Carnaval-futebol - Pelé e companhia acabavam de conquistar com pompa e magia o tricampeonato na Copa do Mundo de 1970 no México.

Em 27 outubro de 1971, o governo cria, por meio da Embratur, o Fundo Geral do Turismo (Fungetur), que oferece linhas de crédito e incentivos fiscais para impulsionar a construção de novos hotéis e a vinda de redes internacionais ao Brasil. Segundo dados do IBGE divulgados no jornal Gazeta Mercantil em abril de 1999, entre 1968 e 1981, o número de meios de hospedagem no país aumentou de 12,66 mil estabelecimentos para 17,68 mil. No mesmo período, o total de aposentos subiu 66%: de 211,8 mil para 351,7 mil. No Rio de Janeiro, o número de leitos dobrou. Redes nacionais, como a Othon, expandiram sua atuação e bandeiras internacionais, como Hilton (a primeira em São Paulo), Meridien, Caesar Park, Sheraton e Intercontinental, desembarcaram no Brasil.



À esquerda, Carlos Alberto de Andrade Pinto, presidente da Embratur, no lançamento do Hotel Sheraton-Rio, 1971



Sede da Accor em Issy-les-Moulineaux, França

Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (Fohb)

A entidade associativa fundada em 2002 reúne as mais importantes redes hoteleiras no Brasil. Conta com 20 redes associadas (667 hotéis, totalizando mais de 104 mil quartos) em 201 municípios nas cinco regiões do Brasil. Tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento do setor, representando-o diante do setor público. Suas ações têm sido fundamentais para modernizar os processos, promover conhecimento e estimular a atividade hoteleira.

www.fohb.com.br



Parque São Vicente,
Petrópolis, RJ

Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta)

Desde 2004 a associação atua ativamente na defesa dos interesses de seus associados perante o mercado e os poderes público e privado. Possui associados em 22 estados e no Distrito Federal. Representar, qualificar e promover seus associados são os objetivos maiores da Abeta, que, por meio de ações e parcerias, busca tornar essas empresas mais competitivas e referências mundiais na qualidade da prestação de serviços. Entre as conquistas da associação estão a consolidação do mercado da vida ao ar livre no Brasil e a disseminação da oferta mais segura das atividades de aventura.

www.abeta.tur.br



Newton Carneiro, presidente do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal

Enquanto nas cidades a rede hoteleira cresce, o Conselho de Turismo passa a levantar a bandeira do uso dos parques nacionais como forma de alavancar a atividade – à época, o Brasil contava com 14 unidades protegidas com esse *status*, hoje são 73. Em reunião na sede da rua Candelária, no dia 4 de agosto de 1970, o presidente do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal, Newton Carneiro, fala sobre ações predatórias contra o patrimônio natural e, sem deixar de fazer uma forte defesa da demarcação de novos parques para garantir a defesa da natureza, reconhece que é preciso avançar na infraestrutura turística.

O Globo de 05 de agosto de 1970. A utilização dos parques nacionais como pontos de atração para o turismo já tinha o apoio do Conselho de Turismo da CNC em 1970

“Basta que os conselheiros tenham em conta que a presença ao Parque Nacional do Iguaçu [criado em 1939], no ano passado [1969], foi de mais de 600 mil pessoas. No Parque da Serra dos Órgãos [criado em 1939], em Teresópolis, a visitação foi de mais de 700 mil pessoas. Mais de 100 mil veículos entraram nos portões do Parque Nacional do Iguaçu. Cerca de 300 mil visitantes afluíram para o Parque de Itatiaia [criado em 1937]. Portanto, a afluência de visitantes aos parques nacionais confirma, rigorosamente, que eles suprem uma necessidade indiscutível da atualidade. Agora, para que possam exercer na vida turística brasileira todo aquele poder de atração que devem e podem ter, uma série de medidas básicas precisa ser tomada.”



Curso para garçons na primeira escola de hotelaria no Senac Lauro Cardoso de Almeida, em São Paulo, nos anos 1960



Outra frente liderada pelo Conselho de Turismo no começo da década de 1970 é a formação de uma mão de obra mais qualificada para trabalhar na atividade turística. O trabalho desencadearia o desenvolvimento do primeiro curso superior de turismo, já em 1971. Muito antes disso, no entanto, a Confederação Nacional do Comércio, por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), entidade criada em 1946, já promovia cursos técnicos que abasteciam as empresas com profissionais da área.

Em 1951, por exemplo, o Senac São Paulo havia lançado o primeiro curso de especialização para garçons, que incluía aulas de conversação em português, francês e inglês. Seis anos mais tarde, surgiram os primeiros cursos de treinamento e habilitação profissional para profissionais de hotelaria, ministrados pelo professor Eugênio Svab nas escolas Senac em Ribeirão Preto e São José do Rio Preto, no interior de São Paulo. Em 1960, o Hotel Senac Grogotó, em Barbacena (MG), transformou-se no primeiro hotel-escola da América Latina. O Senac também assumiria a gestão do histórico Grande Hotel São Pedro, no interior de São Paulo, em 1968, transformando-o em um hotel-escola.



Curso de Gastronomia, Senac, Ceará

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac)

Criado em 10 de janeiro de 1946, o Senac nasce do compromisso dos empresários do comércio de bens, serviços e turismo de financiar uma educação profissional de qualidade para garantir aos trabalhadores do setor não apenas empregabilidade, mas inserção produtiva e cidadania. Ao longo de sua história, a instituição preparou mais de 71,3 milhões de profissionais e é a principal formadora de profissionais para as atividades vinculadas à cadeia produtiva do turismo.

www.dn.senac.br e www.senac.com.br

O ensino do turismo dá um salto importante em 1971, quando, sempre com a indução do Conselho, ganha um curso superior. O pioneirismo coube à Faculdade Morumbi, atual Universidade Anhembi-Morumbi, em São Paulo. Cerca de 400 candidatos, a maioria mulheres, disputam as 240 vagas disponíveis. Ao abrir a reunião do Conselho no dia 30 de janeiro de 1973, o presidente Pedro Affonso Mibielli de Carvalho anuncia a presença de Gabriel Mário Rodrigues, diretor da Faculdade Morumbi, ressalta a participação do Conselho no processo de desenvolvimento do ensino de turismo para formação de técnicos de nível universitário e diz que o empresariado deve ajudar na elaboração das disciplinas. “[O ensino superior] representa significativa colaboração para com o empresariado, cujas necessidades no setor estão sendo investigadas para planejamento do currículo”.

Quando convidado a tomar a palavra, Rodrigues discorre sobre o tema para justificar a criação do curso superior.

“Turismo é uma atividade específica, fator de desenvolvimento nacional, porque contribui com a entrada de divisas e propicia trabalho a milhões de pessoas. Transformou-se nestes 20 últimos anos de uma atividade secundária, que compreendia um número pequeno de pessoas, que eram produtores ou consumidores, em uma verdadeira indústria, que tem grande efeito na balança de pagamentos, sobre o desenvolvimento regional, na hospedagem, nos investimentos, nos equipamentos locais, contribuindo na melhoria dos transportes e no aumento do nível de vida.”



Primeira faculdade de turismo Morumbi, campus Real Parque, 1971



“O turismo exige uma planificação de locais, ordenação de ideias, medidas de proteção à natureza, do solo urbano, bem como formação de dirigentes e pessoal para orientar e trabalhar nos diversos setores da empresa e dos organismos públicos e privados. As necessidades desta indústria exigem técnicas apropriadas, que não permitem utilização simplesmente de métodos que foram eficazes em outras indústrias, na esperança de que aconteça o mesmo no turismo.”

Gabriel Mário Rodrigues, diretor da Faculdade Morumbi

Rodrigues, diretor da Faculdade Morumbi, fala ainda sobre a importância das férias e traz um embasamento para a previsão de crescimento do turismo no mundo para as três décadas seguintes, feita por órgãos mundiais especializados.

Rio terá em 73 curso de turismo em universidade

Jornal do Brasil, de 16 de julho de 1972



Gabriel Mario Rodrigues, diretor da Faculdade Morumbi

“É fácil prever a intensificação do movimento turístico à medida que as rendas superem o nível crítico abaixo do qual os meios disponíveis destinam-se à satisfação das exigências primárias de consumo, como alimentação, vestuário e habitação. (...) Já as férias, atualmente, são consideradas uma necessidade social, tendendo a promover uma reserva possível que compense a tensão existente nas sociedades industriais e a deterioração psíquica e mental produzida pelo trabalho.”

“(…) No conjunto, as despesas turísticas devem elevar-se a 63 bilhões de dólares em 1970; 83, em 1975; 109, em 1980 e, 143, em 1985. (...) No ano 2000, com a taxa média anual de 10% de investimento, nós teremos cerca de 3,5 bilhões de pessoas em movimentação pelos caminhos do mundo efetuando gastos que se aproximarão dos 400 bilhões de dólares.”

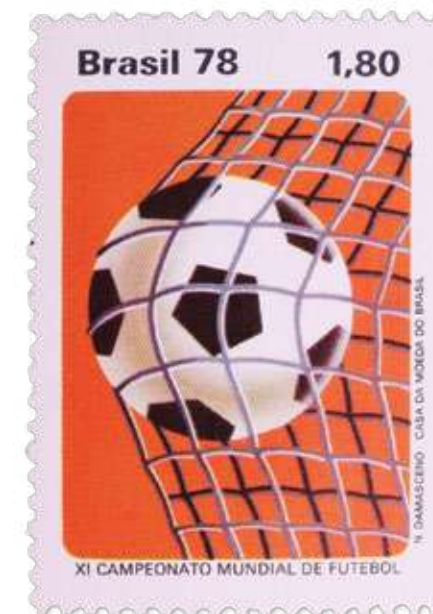
Depois do exemplo da Faculdade Morumbi, outras escolas lançaram cursos superiores de turismo. Em 1972, a Universidade de São Paulo (USP), a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e a Universidade Católica de Petrópolis colocaram a graduação em sua lista. No ano seguinte, foi a vez da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), que teve apoio direto do Conselho de Turismo, como mostra matéria do Jornal do Brasil.



Associação Latino-Americana de Gestão de Viagens e Eventos Corporativos (Alagev)

Fundada em 2003, a Alagev é uma Associação sem fins lucrativos que atua no segmento de Viagens e Eventos Corporativos, posicionando-se como um *hub* de integração focado na evolução da indústria por meio da cooperação entre todos os *players* e da especialização em geração de conteúdo qualificado. É a única associação multissetorial do segmento, tendo como associados os clientes finais e os respectivos fornecedores da indústria. O propósito da Alagev é conectar o mercado de eventos a viagens corporativas na América Latina, desenvolvendo e defendendo os seus interesses, com o objetivo futuro de liderar e acelerar o desenvolvimento desse mercado. Representa e apoia os interesses de todos os *players* da indústria por meio da união com associações e entidades congêneres, ou promovendo discussões para a pronta resolução de todas as questões éticas e profissionais da indústria.

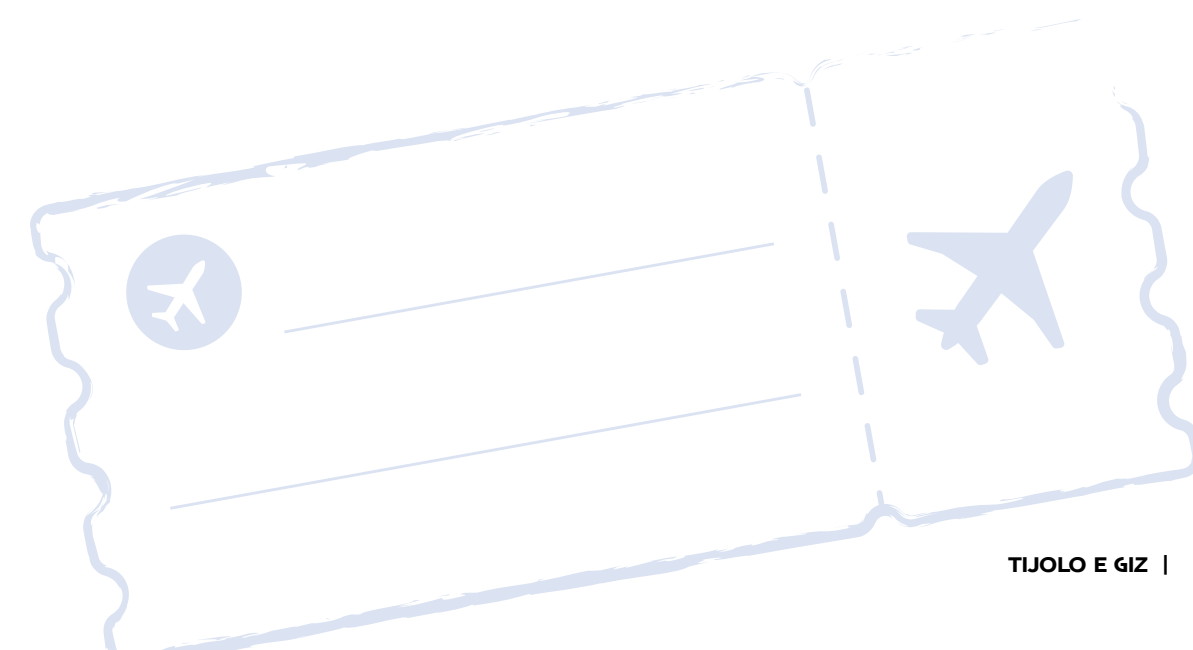
www.alagev.org



Mostrando diversidade em suas ações e um olhar ambiental sobre a atividade turística, em 31 de julho de 1973, o Conselho de Turismo propôs o tombamento de três ícones da cidade do Rio de Janeiro: a Baía de Guanabara, a Lagoa Rodrigo de Freitas e o Morro Dona Marta. Meses antes, o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico havia tombado o Pão de Açúcar e os Morros da Urca e da Babilônia. Disse o conselheiro Almir de Sousa Martins em reunião naquele dia:

“Temos que preservar a beleza natural da cidade, protegendo o interesse ecológico e fugindo à especulação imobiliária. As sugestões de aterros e da construção de um centro de modas na lagoa são simples pretextos para lançar aquela parte da Guanabara numa concorrência comercial desleal. São ideias de engenheiros e urbanistas que não têm visão global da cidade.”

Conselheiro Almir de Souza Martins



O incremento sem precedentes do turismo no Brasil na primeira metade da década de 1970 traz a reboque problemas no tráfego aéreo. Para debater o assunto, o Conselho de Turismo convida para sua reunião do dia 22 de maio de 1974 o brigadeiro Waldir Vasconcelos, chefe do subdepartamento de planejamento do Departamento de Aviação Civil (DAC). Em encontros anteriores, chegou-se a cogitar entre os conselheiros o encaminhamento de um ofício ao ministro da aeronáutica solicitando “providências enérgicas e imediatas” junto às empresas aéreas para melhoria do atendimento aos passageiros da Ponte Aérea. Diz a ata da reunião:

“Observa-se grandes atrasos nos horários, frequentes cancelamentos, troca de equipamentos sem prévio conhecimento dos passageiros, voos lotados em número reduzido e manutenção precária de aeronaves.”

Em nome do governo, o brigadeiro Vasconcelos toma a palavra e explica que o aumento do movimento de turistas pelo espaço aéreo brasileiro tem causado problemas dessa natureza não apenas na Ponte Aérea, mas pondera que no trecho Rio-São Paulo a situação se agrava pelo fato de o aeroporto Santos Dumont receber apenas aviões turboélice.

“Temos o Electra, com 89 lugares, o Wiscount, com 71, e o Avro, com 44. De tal maneira que, quando ocorre uma substituição do equipamento, nem sempre o substituto tem a mesma capacidade do avião defeituoso.”

O brigadeiro acredita que a situação estará solucionada até o fim de 1974, quando apenas o Electra passará a operar na Ponte Aérea. Outro problema que aflige os passageiros da linha, esse levantado pelo próprio brigadeiro, é o embarque no aeroporto de Congonhas. Inaugurado em 1930, o aeroporto paulistano começa a ficar pequeno.

“Está super congestionado, como sabem todos. Os passageiros da Ponte Aérea são muitas vezes atendidos ao relento. Então, o Excelentíssimo Senhor Ministro da Aeronáutica já autorizou despesas de grande vulto para ser edificada uma sala de pré-embarque, com grande capacidade e destinada exclusivamente aos passageiros da Ponte Aérea Rio-São Paulo.”

Brigadeiro Waldir Vasconcelos, chefe do subdepartamento de planejamento do DAC

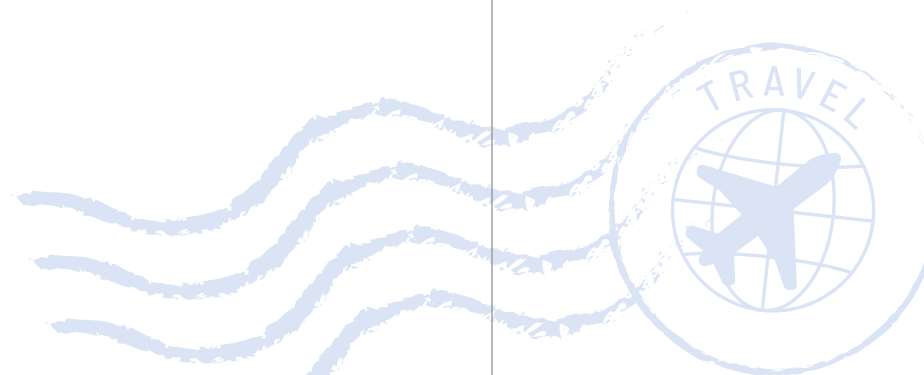


*Aeroporto de Congonhas,
São Paulo, 1966*

Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear)

Criada em agosto de 2012, a Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear) tem a missão de estimular o hábito de voar no Brasil. Suas estratégias de atuação compreendem planejar, implementar e apoiar ações e programas que promovam o crescimento da aviação civil no país de forma consistente e sustentável, seja no transporte de passageiros, seja no transporte de cargas. Atualmente, a Abear tem entre as suas associadas a Gol, a Latam Brasil e a Voepass/Map, representando cerca de 80% do mercado brasileiro de aviação doméstica.

www.abear.com.br

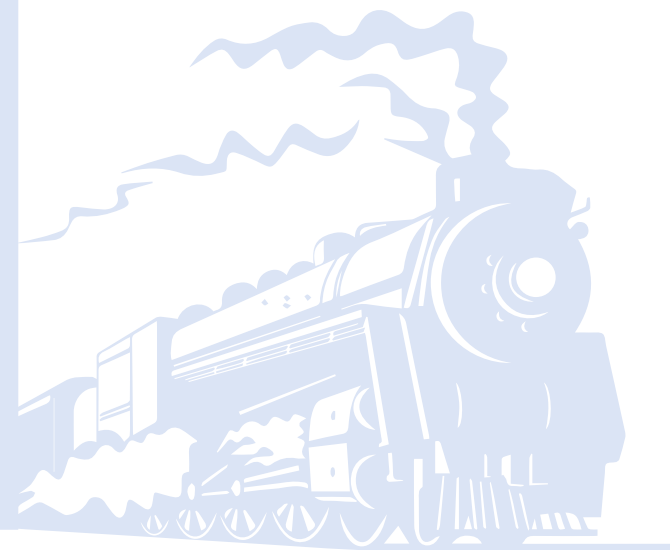


Ainda em 1974, o Conselho de Turismo inicia com mais veemência sua defesa do turismo ferroviário. Porta-voz da ideia, o conselheiro Belfort de Oliveira afirma, em reunião do dia 5 de fevereiro, que o então ministro dos transportes, Mario Andreazza (1918-1988), havia se manifestado favorável à utilização das ferrovias para a atividade turística. Oliveira lembra-se que, quando Washington Luís (1869-1957) era governador de São Paulo, de 1920 a 1924, sua célebre frase – “governar é abrir estradas” – incluía as estradas de ferro.

“Alguns trechos são bem convidativos, por exemplo, Curitiba-Paranaguá. Mas viajar em ferrovia pelo interior de Mato Grosso e mesmo daqui para o Rio Grande do Sul é sacrifício que nenhum turista quererá se aventurar, porque as estradas de ferro não oferecem nenhum conforto. Apenas entre Rio e São Paulo e no interior paulista, a Mogiana e a Paulista, com algumas composições, oferecem um mínimo de conforto. Em outras não: o desconforto é total.”

Trens turísticos e culturais do Brasil

Espírito Santo	Trem das Montanhas Capixabas Maria-Fumaça de Rio Acima
Minas Gerais	Trem da Serra da Mantiqueira Trem das Águas
Paraná	Trem da Serra do Mar Paranaense Trem de União da Vitória
Pernambuco	Trem do Forró
Rio de Janeiro	Trem do Corcovado
Rio Grande do Norte	Trem dos Engenhos
Rio Grande do Sul	Trem do Vinho Trem do Vale do Taquari
Santa Catarina	Estrada de Ferro Santa Catarina Trem da Serra do Mar Trem das Termas
São Paulo	Trem Caipira Trem Cultural dos Imigrantes Trem Cultural dos Ingleses Trem da Moita Bonita Trem de Guararema Maria-Fumaça Campinas Jaguariúna



Um plano detalhado para vitaminar o turismo ferroviário é redigido pelo Conselho, entregue ao Ministério dos Transportes e apresentado durante o 2º Congresso Brasileiro de Agências de Viagem, em outubro de 1974. Entre os pontos essenciais do plano, está o planejamento efetivo do turismo ferroviário mediante adequação dos vagões e dos horários. O Conselho propõe ainda a promoção das viagens ferroviárias nos meios de comunicação, a implantação nas estações de um perfeito serviço informativo, a criação de um bilhete único para permitir escalas, a articulação permanente com as agências de viagem para mantê-las rigorosamente informadas e, finalmente, a elaboração de uma estratégia rodoferrviária.



Maria-Fumaça em Guararema, São Paulo

Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais (Abottc)

Fundada em 2000 e sediada no Rio de Janeiro, representa os interesses das operadoras de trens turístico-culturais em âmbito nacional e internacional. Com 18 trens associados, busca promover o crescimento e o desenvolvimento do setor, bem como incrementar a atividade turística nacional por meio do estímulo do uso dos trens em operação. Suas ações consistem em divulgar e promover o turismo ferroviário no Brasil e exterior, zelando pela preservação do patrimônio e incentivando a revitalização ferroviária.

www.abottc.com.br



Meses depois, o Conselho de Turismo, por meio de seu presidente, Corinho de Arruda Falcão, propõe, durante o 17º Congresso da Confederação das Organizações Turísticas da América Latina (Cotal), em Buenos Aires, na Argentina, uma resolução para facilitar a vida do viajante aéreo e promover a integração continental. Conforme matéria no *Jornal do Brasil*, de 9 de maio de 1974, os turistas que viajassem pela região poderiam percorrer vários países com um único bilhete, válido para qualquer companhia aérea e com abatimento de 25 a 50%. A resolução é aprovada por unanimidade.

Fato importante para a atividade turística acontece em 1º de novembro do mesmo ano, quando a Organização Mundial do Turismo (OMT), criada em 1925, é transformada em um órgão intergovernamental. Com a mudança, ficam mais evidentes as diretrizes da organização: fazer do turismo um mecanismo de crescimento econômico, desenvolvimento inclusivo e sustentabilidade ambiental. No Brasil, o tema também ganha relevância com a aprovação, pela primeira vez, de duas leis para regulamentar os serviços turísticos, ambas em dezembro de 1977. A Lei 6.505 regula as atividades do setor e estabelece normas de fiscalização e padrões de qualidade. Já a 6.513, aprovada como resposta aos compromissos firmados na Convenção do Patrimônio Mundial da Unesco (também conhecida como Recomendação de Paris), em novembro de 1972, traz critérios para a conservação dos patrimônios natural e cultural do país.

Em outubro de 1975, após muita luta do governo e dos empresários da atividade turística, o Brasil abre as portas para a 45ª edição do congresso da Asta, a Associação Americana de Agentes de Viagem. A candidatura do Rio de Janeiro superou cidades muito mais habituadas ao turismo na época: Berlim, Paris, Hong Kong e Tel Aviv. Segundo o jornal *Opinião*, o evento, que serviria para a Asta avaliar “se nossa casa está à altura de receber seus clientes”, receberia 3.500 inscritos e custaria 8 milhões de dólares, sendo 37% desse valor empenhado pelo governo federal, 12% pela prefeitura do Rio de Janeiro e o restante dividido entre governos estaduais e a iniciativa privada.



Corinho de Arruda Falcão debatendo em reunião sobre o turismo no Brasil

“Os esforços do Brasil, louváveis em qualquer concurso de hospitalidade, não param por aí. Nós seremos o primeiro país a reembolsar os 25% restantes do preço da passagem a cada representante oficial das agências de viagens inscritas no congresso (que já gozam normalmente do desconto dos 75% restantes). Para justificar tamanha caridade, os organizadores explicam que, em troca do reembolso, os *travel agents* assumem a obrigação de sair dos Estados Unidos para entrar diretamente no Brasil através da América Latina. Assim, não farão volta ao mundo no trajeto para cá e não terão chance de fazer negócios com outros países.”

“E a casa? Para quem a tem sempre arrumada, não há com que se preocupar. Mas no Rio, a desarrumação é tanta que milhões de cruzeiros desembolsados pela prefeitura chegaram apenas para restaurar e enfeitar salas de visita (praças, estação do bondinho do Corcovado, Cristo Redentor) e pagar 40 mil a cada uma das dez escolas de samba que desfilarão para os visitantes.”

“O objetivo do congresso é simples: vender o Brasil a partir de uma política agressiva de oferecimento do produto. Atrair turistas estrangeiros. Para isso não podemos perder tempo. Devemos aproveitar até mesmo a hora do cafezinho e assim poderemos equilibrar o déficit anual de 500 milhões de dólares da conta do turismo.”

Jornal Opinião, de 24 de outubro de 1975

Em reunião do Conselho no dia 7 de outubro, o palestrante convidado, Marcel Hasslocher, secretário de Estado de Indústria, Comércio e Turismo, faz uma ponderação sobre a importância do evento.

“Há um grupo que acha que a Asta será uma panaceia para todos os males do turismo brasileiro. Outro grupo entende que não vale nada. Mas são milhares de agentes que devemos ter em vista. Nós nos colocamos no centro dessas duas hostes inimigas. Na realidade, o congresso é importante para o estado do Rio. Não vai solucionar problemas turísticos, a falta de roteiros integrados, as dificuldades de propaganda externa, problemas de transportes e de hotéis, mas vai trazer um conhecimento melhor da realidade brasileira e do Estado para os agentes de viagem que passarão a conhecer de perto o que é o Brasil.”

Marcel Hasslocher, secretário de Estado da Indústria, Comércio e Turismo

Além do florescimento das agências de viagem e dos primórdios da preocupação ambiental, o fim da década de 1970 traz também um olhar social para a atividade turística. O Serviço Social do Comércio (Sesc), entidade ligada à Confederação Nacional do Comércio e já nessa época amparada pelo Conselho, desenvolvia atividades de turismo social desde 1948, com a inauguração da Colônia de Férias Ruy Fonseca, atual Centro de Férias Sesc Bertioga, no litoral norte de São Paulo. Em 1978 e 1979, no entanto, devido à necessidade de ampliação da oferta e da diversificação das atividades, seu corpo técnico elabora um programa de viagens e excursões baseado conceitualmente na definição de turismo social e nos princípios da Carta de Viena, adotada em 1972 pelo Bureau Internacional de Turismo Social (BITS).



*Histórias do Brasil,
Sesc Ipiranga, São Paulo*

Serviço Social do Comércio (Sesc)

Fundado em 1946, o Sesc surgiu do compromisso de empresários em proporcionar melhores condições de vida aos trabalhadores, suas famílias e a população em geral. Tem no turismo social uma de suas estratégias prioritárias de atuação – possui 38 meios de hospedagem e uma programação de passeios e excursões por todo o país. Fomenta o turismo como fator de desenvolvimento, com base nos princípios da acessibilidade e solidariedade. Suas ações buscam valorizar o ser humano, sua cultura e meio ambiente, a partir de experiências em um novo espaço geográfico cultural, no qual sua clientela se sinta livre dos condicionamentos do seu cotidiano.

www.sesc.com.br

O turismo na década de 1970

1970

A utilização dos parques nacionais como pontos de atração turística ganha o apoio do Conselho de Turismo.



O Conselho sedia a eleição do presidente da comissão organizadora do VII Congresso Brasileiro de Turismo, no Ano Interamericano de Turismo.

1971

Por meio da Embratur, o governo cria o Fundo Geral de Turismo (Fungetur) e o Fundo de Investimentos Setoriais (Fiset) para estimular a construção, a ampliação e a reforma de hotéis.



O Conselho de Turismo propõe a criação de um ministério exclusivo para a atividade.

A Faculdade Morumbi cria o primeiro curso de graduação em turismo.

Fundação da Federação Brasileira de Albergues da Juventude.



Aprovada por unanimidade a resolução do Conselho para promoção da integração continental. Turistas poderiam percorrer vários países com um único bilhete, válido para qualquer companhia aérea e com abatimento de 25 a 50% para atividade turística no Brasil.



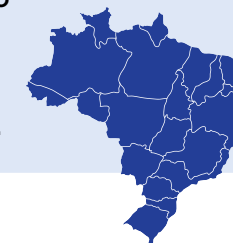
1974

O Conselho apresenta no II Congresso Brasileiro de Agências de Viagens proposta para desenvolver o turismo interno por meio das ferrovias.

O Conselho de Turismo propõe o tombamento da Baía de Guanabara e da Lagoa Rodrigo de Freias e defende a transformação de áreas militares da orla em pontos turísticos.

1973

O Ministério da Indústria e do Comércio institui o Ano Nacional do Turismo.



Fundação da Academia Brasileira de Eventos e Turismo, realizada em reunião do Conselho de Turismo.



1972

Realização do Salão da Moda e da Habitação, patrocinado pelo Conselho de Turismo.



Seguindo uma resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas, a Organização Mundial do Turismo (OMT) foi transformada em um órgão intergovernamental.



1975

Instala-se em São Paulo a primeira cadeia hoteleira internacional, a Hilton, com 400 apartamentos, nova filosofia hoteleira e modernos sistemas de gestão. Ao longo da década, instalam-se também as redes Sheraton (1974), Holiday Inn (1975), Meridien (1975), Novotel (1976) e Club Méditerranée (1977).

O Rio de Janeiro recebe a 45ª edição do congresso da Asta, a Associação Americana de Agentes de Viagem.



1976

O Conselho propõe a criação do primeiro curso superior de turismo no Rio de Janeiro.

1977

Duas leis marcam o avanço do turismo brasileiro. A 6.505 trata da regulamentação das atividades e dos serviços turísticos e estabelece as condições para seu funcionamento e sua fiscalização. A 6.513 estabelece critérios para a conservação do patrimônio natural e cultural como valor histórico.

1978

O Sesc São Paulo expande seu braço de turismo social na oferta turística nacional.





Anos 80

CONSTITUIÇÃO

E ROLETA

De olho na escalada da atividade turística e nas movimentações políticas, mas centrado em fazer do turismo a vanguarda do desenvolvimento econômico e social do país, o Conselho traça seu caminho. Uma das primeiras resoluções dos empresários nessa virada de década é o planejamento de uma estratégia para reabrir os cassinos, demanda antiga do setor, devido ao evidente impacto positivo que causaria na atividade. Desde o dia 30 de abril de 1946, após o Decreto-Lei 9.215, do recém-empossado presidente Eurico Gaspar Dutra (1889-1974), os jogos de azar estavam proibidos no país. À época, o general alegara que “a tradição jurídica, moral e religiosa do povo brasileiro era contrária à prática e à exploração de jogos”.

O inesperado decreto interrompeu de forma brusca o rentável e bem-sucedido casamento entre o cassino e a atividade turística. Nos anos 1920, 1930 e 1940, hotéis de luxo e estâncias hidrominerais contavam com imponentes salões para viajantes endinheirados apostarem e assistirem a espetáculos musicais com os artistas mais cultuados da época. No ato da proibição do jogo, o Brasil somava 71 cassinos, que empregavam 60 mil trabalhadores.



Em 1980, Antonio Oliveira Santos assume a presidência da CNC. Foi na sua gestão que a Confederação incorporou “Turismo” ao nome

“Os ‘anos dourados’ do turismo brasileiro surgiram a partir de 1920, com os cassinos incorporados aos hotéis de luxo e às estâncias termais, hidrominerais ou climáticas. Aproveitando os recursos naturais, de forma a produzir efeitos terapêuticos, surgiram edificações de porte, locais magníficos de realização de jogos e espetáculos, dignos de atender à alta classe e à elite acostumada à moda e à vida europeia.”

Dario Luiz Dias Paixão, doutor em Gestão e Desenvolvimento do Turismo Sustentável pela Universidade de Málaga (Espanha)

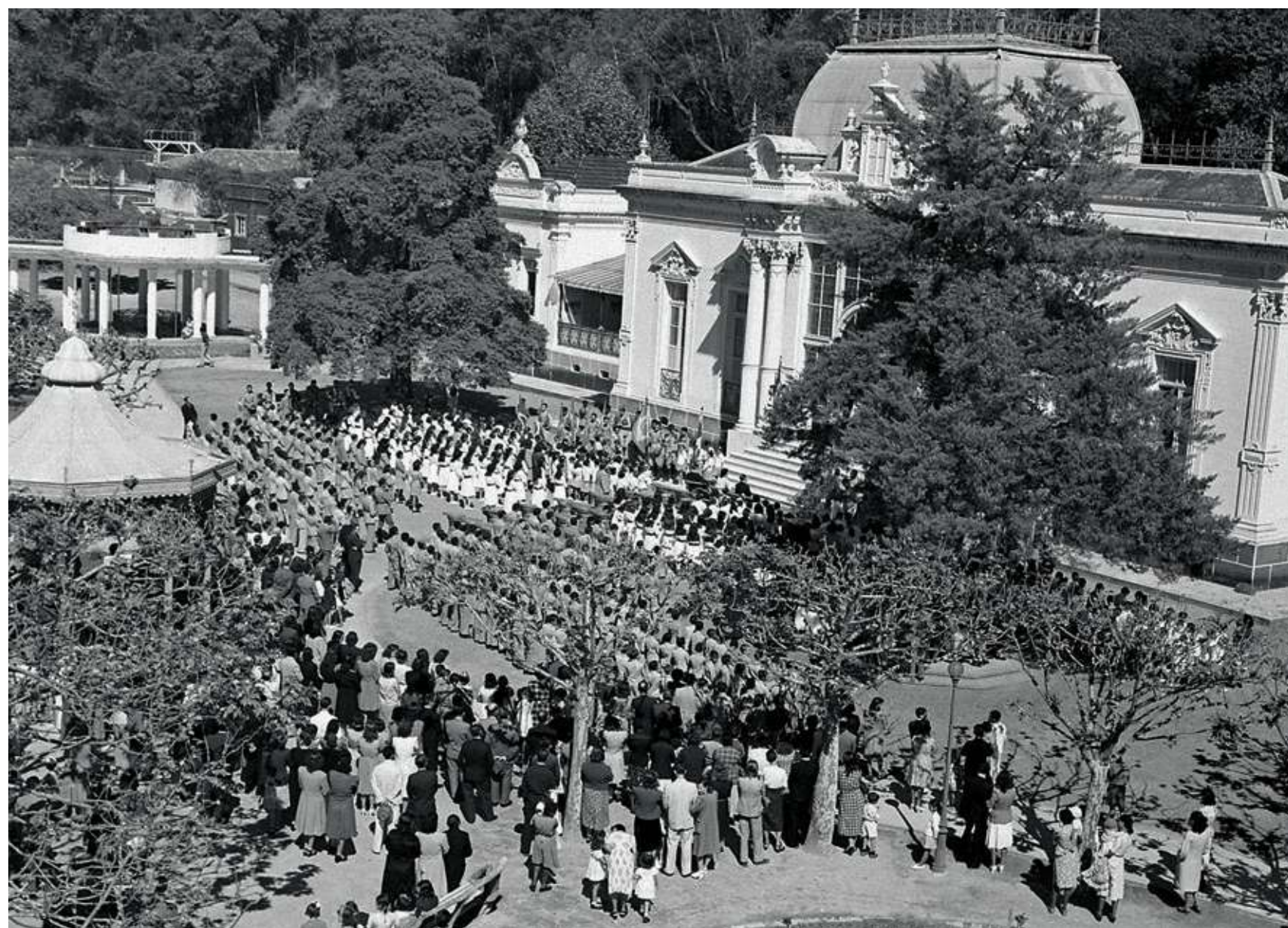


Associação Nacional de Restaurantes (ANR)

Criada em 1990 como Associação Paulista de Restaurantes, a ANR passou a ser nacional a partir de 2007, com as crescentes demandas de empresas de outros estados por temas em comum, como legislação, tributos e negociações sindicais. É hoje referência na representação dos empresários do setor. A ANR representa empresas do setor de *food service* em suas relações com os poderes públicos, as entidades de classe e a sociedade, contribuindo para os negócios e auxiliando na capacitação de profissionais. São 9 mil pontos comerciais no Brasil, entre grandes redes de alimentação, franquias e independentes.

www.anrbrasil.org.br

A alta sociedade da então capital federal hospedava-se, apostava e dançava nos cassinos do Copacabana Palace, do Atlântico e da Urca, onde Carmen Miranda era a estrela maior. Em Minas Gerais, a sorte era lançada nos faustos hotéis das estâncias hidrominerais do estado. Cidades como Caxambu, São Lourenço, Lambari, Poços de Caldas e Araxá deixavam o anonimato ao oferecer às oligarquias do Sudeste uma combinação de luxo, saúde e entretenimento. Durante o dia, os hóspedes buscavam cura nas águas com propriedades medicinais. Ao entardecer e noite adentro, as roletas giravam a todo vapor.



Caxambu, Minas Gerais, 1973



Hotel Glória, Caxambu



Salão de Refeições, Caxambu



Casino Glória, Caxambu



Grill Room Casino, Caxambu

Nos palcos dos hotéis-cassinos soltaram a voz astros como Grande Otelo, Emilinha Borba, Heleninha Costa e as irmãs Linda e Dirce Batista. Entre atrações internacionais, a seleção contou com a francesa Edith Piaf, o norte-americano Bing Crosby, a portuguesa Amália Rodrigues, o mexicano Pedro Vargas, o cubano Isidoro Benitez, o francês Jean Sablon e a húngara Martha Eggerth.

Na reunião do Conselho de Turismo de 1º de abril de 1980, na qual se discutiu os passos para retomar a história interrompida em 1946, o conselheiro Milton de Carvalho, do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Rio de Janeiro, ponderou: “Hoje, vem ao Brasil o senhor Frank Sinatra e parece um acontecimento louco”. O cantor norte-americano havia se apresentado no Brasil em janeiro. Carvalho faz, portanto, uma comparação do atual momento com as décadas em que nos cassinos brasileiros eram habituais apresentações de grandes nomes da música nacional e internacional.

Fato é que, 24 anos depois da canetada de Dutra, o Conselho volta suas atenções para o tema. Na reunião, o conselheiro João Firmiano da Silva faz um apanhado da situação dos cassinos no mundo e defende a Proposição 62 sobre a regulamentação e o funcionamento dos jogos de azar.

“A Europa está se amarrando no jogo. O cassino, outrora uma espécie de reserva de caça particular para a classe privilegiada, transformou-se num parque público de dimensão continental. Na Alemanha, o número de cassinos duplicou em quatro anos e o total do movimento anual ultrapassou 400 milhões de marcos alemães. Na Espanha, o jogo foi finalmente legalizado e concederam-se licenças para 18 novos cassinos desde 1977. No Reino Unido, 14 milhões de pessoas jogam – só em Londres, há 23 cassinos.”

Conselheiro João Firmiano da Silva

“Portugal tem oito cassinos: o maior no Estoril, e o mais novo no Funchal, na Ilha da Madeira. É, porém, a França que possui a mais longa experiência de jogo. Dos seus cerca de 150 cassinos, o que está obtendo maior êxito fica em Divonne-les-Bains, uma calma cidadezinha a apenas 15 minutos de Genebra [Suíça]. Em 1978, seus lucros totalizaram 81 milhões de francos, um espantoso aumento de 45% em relação ao ano anterior. Como pano de fundo desse imenso sucesso, existe uma elaborada e rigorosamente controlada organização, que poucos olhares estranhos conhecem.”

Firmiano sugere aos conselheiros a criação de uma Comissão de Estudos e Elaboração de Projetos (CEP) da qual participariam representantes da Confederação Nacional do Comércio (CNC), do Conselho de Turismo, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), da Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav), da Embratur, da Flumitur, da Riotur, além de um representante da imprensa, pela Agência Nacional. O conselheiro estima que o projeto estará pronto em 60 dias e conclui seu discurso com o pedido de que se decida “de imediato” a reabertura dos cassinos nos moldes da legislação francesa, “a mais adiantada no mundo”.

Meses depois, em paralelo à luta pela legalização dos cassinos, o Conselho anuncia 1980 como o Ano do Turismo Latino-Americano. A campanha, lançada em 23 de junho em parceria com o Conselho Nacional de Turismo do México, visa difundir a ideia de viajar pelas Américas. No discurso para noticiar a decisão, o presidente do Conselho, Corinto de Arruda Falcão, lamenta as delongas do governo com a causa turística.

“Durante anos, enquanto outras nações faziam do turismo uma das suas mais importantes, senão a principal, fonte de divisas, esperamos que ele se desenvolvesse de forma espontânea, talvez acreditando que nossas belezas naturais bastassem para atrair milhões de viajantes.”

Corinto de Arruda Falcão, presidente do Conselho de Turismo

Sem deixar de lembrar-se da importância econômica da atividade, Arruda Falcão exalta o papel social da causa turística, levado adiante pelo Conselho, principalmente por meio do Serviço Social do Comércio (Sesc).



Sesc Bertioga, São Paulo

“A filosofia que orienta o tratamento diferenciado do turismo, nos últimos anos, insere-se no contexto das relações de intercâmbios social, cultural e econômico entre as populações humanas. O estímulo à intensificação desse intercâmbio através do turismo é uma exigência, quer por seus efeitos econômicos sobre as áreas receptoras, quer como meio de racionalizar a difusão e recepção de elementos culturais, incorporando-os às diversas comunidades que se beneficiam do fluxo turístico.”

“Essa concepção do turismo, com uma função mais ampla e abrangente do que a conotação original – de simples atividade ligada às diversões e à recreação para o lazer –, envolve uma gama de setores e atividades econômicas, sociais e culturais, direta e indiretamente. Assim, tornou-se imperativa a integração desses setores de atividades, através de uma ação coordenada, com vistas à maximização dos resultados e à minimização dos efeitos decorrentes da utilização intensiva e inadequada dos bens naturais, documentais e culturais.”

Ao encerrar o discurso – proferido na sede do Conselho, diante do professor René Martinez, diretor-geral para a América Latina do Conselho Nacional de Turismo do México, uma das maiores autoridades no assunto –, Arruda Falcão cita o lema definido para a campanha de lançamento do Ano do Turismo Latino-Americano: toma a minha mão de irmão.

Lançado no Rio o ano do turismo latino-americano

● Com a presença de René Martínez, diretor-geral para a América Latina do Conselho Nacional de Turismo do México, foi lançado no Rio o Ano do Turismo Latino-americano, promovido anualmente numa cidade latino-americana. Este ano, coube ao Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio abrigar a promoção que teve apoio do Conselho de Turismo do México e consulado do México no Rio. Na ocasião, o presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, Corinto de Arruda Falcão, disse que “a orientação do governo brasileiro é compatibilizar a expansão do turismo com os problemas oriundos da situação do balanço de pagamentos da crise energética”. Acrescentou que os frutos esforço já podem desse apreciados no campo do turismo internacional e citou estatísticas, sobre o número de turistas que visitaram o Brasil: em 1976, foi de 555.967; de 954.021 em 1979, esperando-se que em 1980 a cifra se aproxime de 1.200.000.

O professor René Martínez defendeu a integração turística entre os países latino-americanos, como uma das formas de maior intercâmbio cultural e falou sobre as potencialidades turísticas de seu país. Informou que uma caravana do Conselho Nacional de Turismo do México, chefiada pelo presidente da entidade, Miguel Alemán, visitará São Paulo, Lima, Guayaquil e Quito, tendo como objetivo incrementar o turismo.

Matéria de 3 de julho de 1980, acervo O Globo

Os braços do Conselho alongam-se e vão além das Américas. Para incentivar o turismo e estreitar laços com empresas alemãs, o Conselho promove em abril o 5º Encontro Econômico Teuto-Brasileiro. A surpresa do evento é a presença de Pelé, apresentado pelo presidente da Embratur, Miguel Colasuonno, como “a figura capaz de despertar o Brasil na imaginação do alemão médio”. Questionado pela imprensa, o dirigente nega haver conversas para o ex-jogador ocupar um cargo na Embratur. “A presença dele foi espontânea”, diz Colasuonno.



Trajano Ribeiro, da Riotur, Sergio Nogueira, da Abav RJ, e Pelé

Ainda em 1980, as belezas e vergonhas do Brasil são mostradas ao mundo durante a visita do Papa João Paulo II. De 30 de junho a 11 de julho, em sua primeira peregrinação pelo país, o pontífice da Igreja Católica move milhões de fiéis em 13 cidades. No Rio, visitou a favela do Vidigal. Em Teresina, leu uma faixa no meio da multidão: “Santo Padre, o povo passa fome”. Em Manaus, ponto final da jornada, o líder religioso liderou a bordo de um navio da marinha uma procissão fluvial ao encontro das águas dos rios Negro e Solimões, um dos pontos turísticos mais famosos do país.



Visita do Papa João Paulo II, Aparecida, São Paulo

Um novo programa turístico nasce em 2 de setembro de 1981. Anunciado pelo presidente da Embratur, Miguel Colasuonno, o pacote elaborado em parceria com a iniciativa privada busca reduzir o custo do turismo para visitantes estrangeiros e fomentar o turismo interno. É criado, por exemplo, o Brazil Airpass, uma passagem especial de US\$ 330 que permite ao turista estrangeiro viajar por 21 dias em qualquer voo doméstico sem limite de quilometragem. O plano também inclui redução do preço de voos dos Estados Unidos, passagens com descontos para a Argentina, tarifas domésticas especiais para menores de 21 e maiores de 65 anos, voos noturnos econômicos e a revitalização do programa Brasil Turístico, com excursões de São Paulo para 55 cidades, conjugando avião, ônibus e trem.

Com o avanço da crise econômica, em 25 de novembro de 1982, o Conselho convida Luiz Mendonça Freitas, diretor da Embratur, para debater o programa de investimentos da estatal. Antes de falar sobre as verbas destinadas doravante ao turismo, revela dados interessantes a respeito da relação entre trabalho e lazer e como isso impacta a atividade turística e o controle das tensões sociais.



Reunião do Conselho de Turismo

“Apesar das crises e do problema energético, sabemos que a tendência do trabalho é de criar condições para o lazer, condições cada vez maiores para a necessidade de descanso. Tivemos, de 1900 para 1980, praticamente as horas de trabalho reduzidas à metade. Se no começo do século podíamos imaginar que cada pessoa trabalhava pelo menos 60 a 70 horas por semana, sabemos que, mesmo nos países onde não se atingiu um determinado nível de desenvolvimento tecnológico – por exemplo, no Brasil –, dificilmente o trabalhador médio trabalha mais de 40 horas por semana. Em alguns países isto está reduzido a 35 horas.”

“Na medida em que diminuem as horas de trabalho, aumentam as horas de lazer. E também aumentam problemas de outra natureza, as tensões sociais, o que está exigindo o desenvolvimento do setor turístico, que é a válvula de escape, a fórmula pela qual o cidadão hoje pode encontrar distração e caminhar no sentido de reduzir as suas tensões e, em consequência, as tensões sociais.”

Novo programa mantém meta da Embratur: US\$ 1,5 bilhão em 1981

O presidente da Embratur, Miguel Colasuonno, afirmou, ontem, que o novo programa turístico lançado em coordenação com diversos órgãos do Governo permitirá à empresa manter as previsões para o faturamento da atividade em 1981 (receita esperada de US\$ 1,5 bilhão — Cr\$ 120 bilhões). Ele explicou que as facilidades criadas visam aproveitar situações específicas nas economias dos países de fluxo tradicional para o Brasil, tais como o alta do dólar e a desvalorização do peso.

Com o novo programa turístico, que será implantado a partir deste mês, serão criadas 40.000 novas empresas diretas e 224 mil indústrias nos próximos 12 meses, elevando de 1,1 milhão para 1,4 milhão o total de pessoas que trabalham no setor turístico brasileiro. Isto foi resultado, no lançamento do programa, pelo ministro da Indústria e Comércio, Camilo Passa, que citou também os esforços da Embratur para gerar dívidas e facilitar o trabalho do Ministério da Aeronáutica, através do Departamento de Aviação Civil — DAC, estabelecendo tarifas diferenciadas nas linhas domésticas e internacionais, bem como a atuação do Ministério da Fazenda na promoção do Brasil no exterior, através da Cacec.

O programa conta com a participação da iniciativa privada — empresas aéreas Varig, Vasp e Transbrasil e rede hoteleira, além de recursos de Cr\$ 40 milhões das bancas Bradesco, Real e Hapag para financiamento de promoções publicitárias na área do turismo internacional.

Segundo Miguel Colasuonno, o “pacote” assinado em Brasília tem por objetivo reduzir o custo do turismo no Brasil para os visitantes estrangeiros, de forma a manter o País independentemente das flutuações das moedas internacionais, em condições de competir com os demais mercados turísticos, além de incrementar o turismo interno. Afirmou que a preocupação da Embratur foi a de adaptar os programas específicos de suas áreas às facilidades criadas pelas autoridades aeronáuticas. São os seguintes os itens que compõem o novo programa turístico:

1 — Vises charter semanais vindos de Frankfurt e Zurique com destino a Recife e São Paulo, com opções para se combater outros países do norte e do Nordeste, tal como taxa de concessão média de 50 por cento. A larguete deve ser utilizada a partir de São de outubro.

2 — Novas regras sobre promoção de viagens para o Brasil, com tarifas de grupo que ofereçam reduções de aproximadamente 40 por cento sobre as tarifas individuais, em vãos regulares, abrangendo Nova York, Miami e Los Angeles aos portos de Manaus, Salvador e Rio de Janeiro.

3 — Brazil Airpass adaptado fora da América do Sul, permitindo o reembolso de todas as tarifas brasileiras, em rotas com destino imediato, pelo prazo de 21 dias. Preço: US\$ 330 (cerca de Cr\$ 34 mil).

4 — Tarifas com descontos especiais para a Argentina: 20 por cento em viagens internacionais e 25 por cento para grupos de turistas.

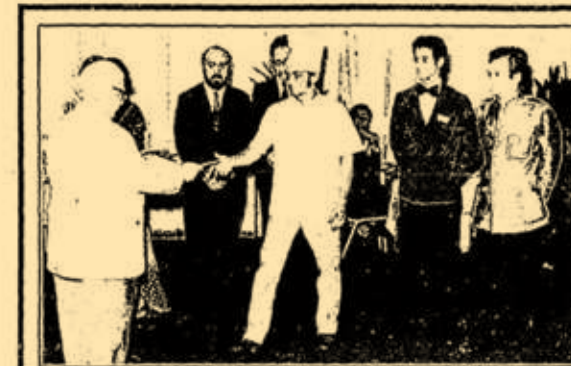
5 — Aproximamento do setor turístico doméstico para o turismo internacional mediante a simplificação e desburocratização de seus aspectos operacionais, facilitando o controle dos vãos provenientes do exterior com os descontos e oferecendo descontos de 20 por cento no “pacote” turístico.

6 — Novas tarifas promocionais de indústrias favorecendo o turismo familiar e segmentos específicos da população, com descontos de 20 por cento para os grupos com mais de 10 pessoas de 21 anos e uma tarifa familiar com preço integral para o chefe do casal e desconto de 20 por cento para os filhos.

7 — Condições de vãos econômicos noturnos, contribuindo para que o fluxo dos principais centros turísticos (Rio e São Paulo) se dirija a pontos mais próximos como Salvador, Recife, Fortaleza, Manaus, Brasília e Porto Alegre.

8 — Revitalização do programa Brasil Turístico, com excursões de São Paulo para 55 cidades do País, conjugando avião e transporte terrestre.

O Globo de 03 de setembro de 1981



José Tjurs (à esquerda, em foto de 1974), no Hotel Nacional

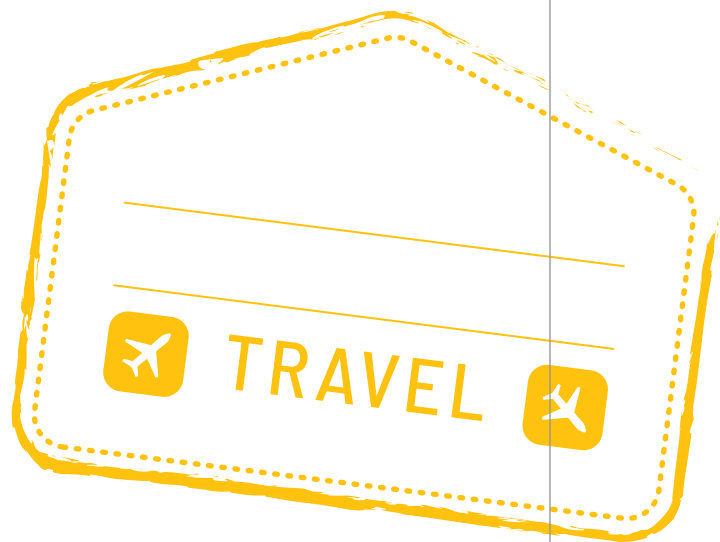
ESTE MÊS, NO RIO Senac promove concurso para alunos de hotelaria

Com o objetivo de valorizar as funções de cozinheiro, garçons e barmen, o Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) promoverá de 7 a 10 deste mês, no Hotel Nacional Rio, o X Concurso Nacional de Alunos de Hotelaria. Participantes de vários Estados serão julgados por uma comissão da área hoteleira, que apreciará pratos, coquetis e serviço de mesa. Os vencedores receberão prêmios oferecidos por diversas empresas, sendo o mais importante o José Tjurs — homenagem a uma das mais importantes figuras da indústria turística-hoteleira no Brasil.

Formando profissionais há 35 anos para o setor de comércio e serviços, o Senac atua através de cinco modalidades operativas: Centros de Formação Profissional; Unidades Móveis, para formar pessoal no interior do País; Teleeducação, que dá cursos por correspondência e pelos meios de comunicação; Capacitação na Empresa que treina o profissional no próprio local de trabalho; e Empresas Pedagógicas, que são estabelecidas para atender diretamente ao público, funcionando assim como empresa e escola.

Atualmente o Senac dispõe de vários hotéis, restaurantes, lojas, supermercados, postos de gasolina e salões de beleza espalhados pelo País, para treinar pessoal, que muitas vezes é absorvido pelo mercado antes do término do curso. Entre os programas da entidade estão os cursos de administração e gerência, compras, vendas, secretariado, propaganda, armazenagem, embalagem e expedição de mercadorias, aferição e classificação de produtos, comunicação, hospitalidade, turismo, saúde, higiene e beleza, conservação, manutenção e serventia.

O Globo de 03 de dezembro de 1981



“Depois da Segunda Guerra Mundial, esses problemas se aceleraram e sabemos que o número de turistas aumentou no mundo todo de maneira espantosa. Tivemos, só nos últimos 13 anos, baseados nas estatísticas da Organização Mundial de Turismo, uma expansão de 100%. Em 1967, possuíamos 131 milhões de turistas em todo o mundo. Em 1978, esse volume atingiu 260 milhões de pessoas. Se essa taxa se mantiver, o que dependerá obviamente de investimentos no setor e de condições econômicas capazes de sustentar uma expansão desta natureza, poderemos ter 1 bilhão de pessoas como turistas em todo mundo nos próximos anos.”

As atividades triviais do setor mantêm-se no radar dos conselheiros. A par de que o supracitado crescimento do turismo torna fundamental a formação de profissionais especializados, o Conselho, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), organiza, entre os dias 7 e 10 de dezembro de 1981, um concurso nacional para alunos de hotelaria. O evento acontece no Hotel Nacional, inaugurado em 1972 com a assinatura de Oscar Niemeyer e Burle Marx. Os melhores cozinheiros, *barmen* e garçons são premiados. “Não se pode mais trabalhar na base do improviso na atividade turística”, diz matéria sobre o concurso em O Globo.

Ao longo dos anos 1980, o Conselho passa a abrir suas portas para palestrantes especialistas na atividade turística. O objetivo é capacitar ainda mais os membros da entidade, atualizá-los com informações precisas e debater ideias. Foram motivo de debate temas como *marketing*, transporte turístico de superfície, Carnaval, museus, imprensa, câmbio e tarifas aéreas. Para discutir esse último tema, o Conselho convida, em 30 de março de 1982, o diplomata e deputado Álvaro Valle. Depois de explicar que, em geral, as tarifas são decididas em reuniões da International Air Transportation Association (IATA), principal associação do mercado de aviação, Valle polemiza ao dizer que ninguém no governo é entendido no assunto e defende mudança de postura da Varig, até então a única companhia aérea brasileira com voos internacionais. Segundo o diplomata, o modelo atual permite saúde e lucro à companhia, mas não serve ao país.

“De pouco adianta aumentar a capacidade hoteleira, desenvolver capacidade receptiva, com melhores agentes, dizer ao mundo que o nosso Pão de Açúcar é bonito, espalhar fotografias do Corcovado e fazer filmes para os americanos quando o importante é explicar que, para vir ao Brasil, ele [o turista] terá que deixar de ir três vezes à Europa. Por que vir ao nosso Rio de Janeiro se a decisão significa deixar de ir duas ou três vezes à Grécia? Por que trocar uma viagem a Londres, Paris, Roma, Lisboa etc. por uma viagem ao Rio, que custaria o dobro? Aí está o problema: nas tarifas aéreas.”

A reclamação vem em um momento no qual a Varig, devido a uma parceria com o governo, possuía o monopólio das rotas internacionais. Valle defende a livre concorrência.

“As rotas de que dispomos não são rotas entregues a uma companhia, mas ao governo brasileiro. A competição é saudável em todos os setores. Então por que estabelecer monopólio, mesmo que não estatal? Eu não defendo de forma alguma o monopólio estatal, a ingerência estatal em qualquer setor. Se definirmos a livre concorrência, a livre empresa, se existe concorrência, existe mais de uma empresa. No momento em que entregamos todo o transporte internacional brasileiro a uma só empresa, podem surgir facilmente contradições. (...) Isso é muito bom para a Varig. Mas pergunto: é bom para o Brasil?”

Deputado Álvaro Valle, em palestra no Conselho de Turismo da CNC.

Para reduzir os prejuízos causados pelos feriados à economia e estimular o turismo, em maio de 1982, Antonio de Oliveira Santos, presidente da Confederação Nacional do Comércio, propõe, em encontro com o presidente da República João Baptista de Oliveira Figueiredo (1918-1999), a alteração dos feriados do meio de semana para as segundas-feiras.



Antonio Oliveira Santos, em conversa com jornalistas em 1980

Quase 1,5 milhão de turistas no Brasil

O Globo de 26 de abril de 1984

Empresário pede plano especial para o turismo

Em palestra na sede da Abav-Rio, o diretor do Boletim Cambial, João Alberto Leite Barbosa, falou sobre “Turismo, prioridade para o desenvolvimento”, quando afirmou ser o turismo um dos mais dinâmicos e importantes segmentos da economia, sendo de vital importância, no próximo governo, a indicação de um profissional do setor para a presidência da Embratur.

Segundo João Alberto Leite Barbosa, a indústria do turismo está entre as que devem contar com programa especial, através de incentivos fiscais, já concedidos a outros setores de atividade. Estiveram presentes o presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, Corinto de Arruda Faício; o vice-presidente da Abav-Rio, Luiz Correa Meyer e agentes de viagens.

Publicação de 13 de setembro de 1984: empresário pede que turismo seja prioridade para o desenvolvimento

O Conselho também compra a briga da abertura do comércio nos fins de semana em cidades turísticas. A recomendação nasce em julho de 1983 durante uma convenção nacional promovida pela Embratur e pelo Conselho para debater a geração de empregos no turismo.

Os resultados das novas políticas implementadas pela Embratur com o suporte do Conselho, principalmente após o supracitado novo programa turístico de setembro de 1981, começam a aparecer com números importantes. O fluxo de turistas estrangeiros no país e o faturamento dos hotéis disparam, conforme mostram matérias nos jornais O Globo em 26 de abril e 5 de julho de 1984.

A verve do Conselho para impulsionar o turismo segue trazendo nomes relevantes para discutir a atividade. Em 28 de agosto de 1984, o convidado é João Alberto Leite Barbosa, presidente do Boletim Cambial, um dos mais respeitados jornais de economia da época. O jornalista afirma em sua palestra ser o turismo um dos mais dinâmicos e importantes segmentos da economia, sendo de vital importância, no próximo governo, a indicação de um profissional do setor para a presidência da Embratur. Barbosa faz um discurso de forte cunho social sob o tema “turismo, prioridade para o desenvolvimento”.

“Desejaria colocar na mente dos senhores alguns pontos básicos: a inflação, a recessão, o desemprego, os desequilíbrios sociais que se acentuam, a fome, o desespero e a violência. A inviabilidade de sobrevivência de todos os que trabalham até o nível de dez salários mínimos e que tenham responsabilidade de família.”

“(…) O cruzeiro vale hoje somente 0,005 centavos de dólar. Jamais se registrou na história nacional forma tão violenta de espoliação do povo do que as provocadas pela correção e a desvalorização da moeda.”

“(…) O turismo é dos setores econômicos com capacidade de absorver o mais rapidamente possível um grande contingente de mão de obra qualificada ou fácil de ser educada desde que já disponha de vocação.”

País dos feriados

Em encontro que teve na semana passada, em Brasília, com o presidente Figueiredo, o presidente da Confederação Nacional do Comércio, Antônio Oliveira Santos, aproveitou e deu mais uma pincelada no anteprojeto de Lei que a CNC enviou ao Governo, a fim de transferir os feriados de meio de semana para as segundas-feiras. Explicou a Figueiredo que um dia estrangulado acarreta um prejuízo ao país de pelo menos US\$ 100 milhões. “Só o setor comércio tem queda nos negócios de 50%”, argumentou. O presidente Figueiredo depois de acompanhar o cálculo feito por Oliveira Santos manifestou entusiasmo em relação à idéia. Boa Branca! País falido, país dos feriados.

Acervo O Globo, nota de 11 de maio de 1982. Notícia sobre proposta para alteração dos feriados no Brasil feita por presidente da CNC ao presidente Figueiredo

“(…) Turismo é atividade geradora de recursos e de empregos. É necessário um conjunto de serviços para atrair aqueles que fazem turismo e dispensar-lhes atendimento por meio de provisão de itinerários, guias, acomodações, transporte e muitos outros.”

João Alberto Leite Barbosa, presidente do Boletim Cambial, em palestra no Conselho de Turismo da CNC

A flexibilização da emissão de vistos para estrangeiros volta à tona em novembro de 1984. Os empresários do setor sabem da importância da medida para expandir a entrada de viajantes de grandes polos como Estados Unidos, Japão e França. Para apressar a medida, Arruda Falcão, presidente do Conselho de Turismo da CNC e representante da hotelaria no Conselho Nacional de Turismo, envia ao ministro da Indústria e Comércio, Murilo Badaró, uma proposta para atenuar a exigência de visto consular.



“O Brasil dispensa o visto para naturais de países sem expressão turística econômica, como Andorra, Bahamas, Barbados, Equador, El Salvador, Islândia e Granada, e exige o visto de turistas procedentes de países de efetivo potencial para exportar turistas, como Estados Unidos, Japão, Austrália e Nova Zelândia.”

Corintho de Arruda Falcão, presidente do Conselho de Turismo da CNC

Dispensa de visto em pauta

O representante da hotelaria no Conselho Nacional de Turismo (CNTUR), Corintho de Arruda Falcão, enviou ao Ministro da Indústria e Comércio, Murilo Badaró, uma proposta para atenuar a exigência de visto consular para os turistas estrangeiros que visitam o Brasil. Esta proposição foi apresentada na reunião do CNTUR de outubro, em Brasília, presidida pelo subsecretário geral do MIC, Nelson Cunha. Pela proposta, caberá à Embratur decidir sobre quais os países cujos turistas serão dispensados da exigência, assim como sobre os períodos de sua vigência. A Embratur poderá ainda restabelecer a exigência a qualquer tempo. A proposição objetiva criar facilidades para o turismo internacional

alterando o artigo 10 da Lei 6.815, de 1980, que criou o Conselho Nacional de Imigração. Este artigo limita a dispensa de visto ao turista de país que oferece reciprocidade de tratamento aos turistas brasileiros. Segundo o representante da hotelaria do CNTUR, esta limitação dificulta a vinda ao Brasil de turistas dos grandes polos emissores mundiais, como EUA, Japão e França. Ele observa que o Brasil dispensa o visto para naturais de países sem expressão turística econômica, como Andorra, Bahamas, Barbados, Equador, El Salvador, Islândia e Granada. E exige o visto de turistas procedentes de países de efetivo potencial para exportar turistas, como EUA, Japão, Austrália e Nova Zelândia.

Proposta do presidente do Conselho de Turismo, Corintho de Arruda Falcão, ao ministro da Indústria e Comércio, Murilo Badaró. O Globo de 8 de novembro de 1984



Rock in Rio, Rio de Janeiro, 1985

A primeira edição do Rock in Rio, entre os dias 11 e 20 de janeiro de 1985, torna-se uma oportunidade para o carioca desempenhar o papel de bom anfitrião. Milhares de fãs desembarcam na cidade para ficar cara a cara com bandas nunca vistas na América do Sul. Queen, Iron Maiden, AC/DC e Scorpions dividem a programação com nomes nacionais, como Gilberto Gil, Moraes Moreira, Cazuza e Lulu Santos.

A trilha musical de 1985, no entanto, coube a Milton Nascimento. Na voz do cantor carioca, Coração de Estudante vira hino nacional durante as homenagens ao mineiro Tancredo de Almeida Neves, morto em 21 de abril, véspera da posse. O primeiro civil eleito presidente, ainda de forma indireta, após o regime militar é substituído pelo maranhense José Sarney. Três anos depois, em 5 de outubro de 1988, a primeira Constituição pós-ditadura é promulgada e cita o turismo com respeito.

A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.

Art. 180 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988

O ano de 1986 começa com importantes conquistas reivindicadas pelo Conselho de Turismo. A primeira delas foi a alteração dos feriados do meio de semana para as segundas-feiras. Os empresários também comemoram a transferência para a Embratur da responsabilidade no acompanhamento dos reajustes das diárias de hotéis de uma a três estrelas – para o Conselho, a decisão estimula a competitividade de preços e incentiva a livre iniciativa. Ainda em janeiro, acontece a I Conferência Nacional de Turismo, promovida pela Embratur. O evento, realizado no Hotel Glória, na praia do Flamengo, é considerado o primeiro no qual representantes de todos os segmentos do setor se envolveram diretamente para pensar a política de turismo. Em entrevista ao jornal O Globo de 16 de janeiro de 1986, Mac Dowell Leite de Castro, presidente da Embratur, diz: “A grande finalidade desse mutirão de ideias será convencer o governo federal de que o turismo deve ser encarado como prioridade”.

O movimento do Conselho pela regulamentação dos cassinos segue década adentro. Na reunião de 11 de abril de 1989, Trajano Ribeiro, o presidente da Riotur, empresa de turismo do Rio de Janeiro, dá um depoimento contundente a favor da proposição.

“Às vezes eu penso que estou em Chicago, em 1920. Estamos passando pelos problemas que as cidades americanas passaram na década de 20. Aquelas gangues controlando o tráfico de narcóticos, a bebida que era proibida, o jogo clandestino, o jogo de número, aquela coisa toda. No Brasil, se joga de tudo. O governo patrocina vários tipos de jogo de azar, loterias e tal. Por que acabaram com os cassinos?”

“Seria realmente uma pressão irresistível do poder de Roma, do poder eclesiástico, ou será que o desenvolvimento dos cassinos no Rio de Janeiro não atrapalharia o surgimento e o desenvolvimento de outros polos turísticos que têm a base no jogo? Esse é um papo que eu gostaria de levar com esse Donald Trump [o ex-presidente dos Estados Unidos era então um dos maiores empreendedores no setor]. Eu acho que proibiram o cassino no Brasil pelo mesmo motivo que se afirmava na época que nós não tínhamos petróleo aqui. Se nós começássemos a descobrir petróleo aqui, prejudicaríamos os interesses lá fora.”

“Todo mundo sabe que o cassino no Rio de Janeiro funcionava, dava certo, gerava empregos, ocupava os músicos e os artistas dessa cidade, permitia o surgimento de tantos artistas. Que mal fazia? Que mal faz? Nenhum mal. Se cassino fizesse mal, uma boa parte do mundo tinha sucumbido diante da desgraça do jogo. Não é isso que acontece, o Uruguai tem jogo, é uma maravilha, a Argentina tem jogo, é uma maravilha, a França tem jogo, a Itália tem jogo, os Estados Unidos têm jogo.”



“O jogo gera fluxo de turismo. Foi proibido no Brasil com a capa da moralidade cristã, que não foi suficiente para encobrir as coisas mais imorais que existem nesse país, que são essas crianças andando nas ruas maltrapilhas, famintas e não raro assaltando advogados na porta do fórum. Isso é a grande imoralidade que esse manto cristão na década de 40 não foi capaz de encobrir e nos escancara agora com a imensa ferida na sociedade brasileira. Eu sou favorável ao jogo, não faz mal nenhum, pelo contrário. Se fosse instituído no Brasil, contribuiria muito para resolver os grandes problemas do Rio de Janeiro, porque ser-lhes-ia certamente aplicado um imposto correspondente à rentabilidade do setor que haveria de contribuir muito para investimento na área social.”

Também na segunda metade da década, a atividade turística brasileira recebe um forte investimento em publicidade. Pelé, que havia abandonado os gramados em 1977, torna-se Embaixador do Turismo Brasileiro. A imagem do Rei do Futebol é utilizada pela Embratur em campanhas publicitárias ao redor do mundo. Se, por um lado, permanece um olhar raso e preconceituoso do órgão oficial sobre a imagem do País – com a continuidade do tripé mulher-Carnaval-futebol –, por outro lado, começam a aparecer peças mais elegantes sobre as belezas naturais, o turismo ecológico e as viagens de aventura. A vanguarda trazida à atividade pelo Conselho ajuda o turismo a ampliar seus horizontes.

Na reunião de fechamento das atividades, em 13 de dezembro de 1988, o presidente Arruda Falcão fala das conquistas do Conselho naquele ano:

“É momento de proclamarmos que este foi um exercício profícuo para o Conselho. Debatesmos ideias, suscitamos debates, propusemos medidas e participamos em organismos e congressos do setor de várias providências e diversas propostas em benefício de nossa área de atuação. Podemos dizer que estamos realizados. E gratificados.”

Corintho de Arruda Falcão, presidente do Conselho de Turismo da CNC

“Festejando o advento do dólar de viagem ou de turismo, uma longa e penosa batalha de todos nós. Celebrando a extinção da ficha de hospedagem como instrumento compulsório e remunerado. Comemorando a elevação do turismo a mandamento constitucional, com a sua preceituação no artigo 180 da Carta Magna. E, sobretudo, tendo a alegria de constatar, diante dessas ocorrências, que, finalmente, o turismo passa a ter a sua realidade compreendida e corretamente avaliada no contexto econômico e social deste país.”



Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, Barreirinhas, Maranhão

Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa)

A entidade sem fins lucrativos reúne operadoras de turismo, colaboradoras e empresas de representação de produtos e destinos, além de convidados. Responde por 90% das viagens organizadas de lazer comercializadas pela cadeia produtiva. Criada em 1989, promove ações e parcerias para valorizar as atividades empresariais. Antes da pandemia, em 2019, suas operadoras faturaram R\$ 15,1 bilhões, embarcaram 6,5 milhões de passageiros e geraram um impacto econômico de R\$ 14,9 bilhões para a economia nacional.

www.braztoa.com.br



Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel)

Representante de um setor que congrega cerca de 1 milhão de negócios e gera 6 milhões de empregos, a associação, desde a sua criação em 1986, trabalha e logra importantes avanços em prol do segmento de alimentação fora do lar, contribuindo para a construção de um Brasil mais simples para se empreender e melhor para se viver.

www.abrasel.com.br

O turismo na década de 1980

1980

A OMT institui o Dia Mundial do Turismo.



Antonio Oliveira Santos é eleito presidente da CNC.

Surge um novo segmento: o turismo rural.



Papa João Paulo II visita o Brasil.



O Conselho de Turismo debate o turismo ferroviário.

1982

Fundação do Grande Hotel Senac Campos do Jordão.



1985

Morre Tancredo Neves. Em seu lugar assume o vice-presidente, José Sarney.



O Rio de Janeiro recebe o *Rock in Rio* e o Festival Internacional de Cinema.

O XII Congresso Brasileiro de Agências de Viagens (ABAV) recebe o presidente João Figueiredo.

1984

A campanha por eleições diretas para presidente da República toma as ruas.



1983

Com apoio do Conselho de Turismo, são realizadas a Convenção Nacional para Geração de Mais Empregos nas Cidades Turísticas e a Campanha Comércio Aberto.

1986

O Decreto-Lei nº 2.294 coloca fim ao registro e torna a atividade turística livre no Brasil.



O Sesc São Paulo é nomeado membro do Bureau International du Tourisme Social (Bits).



1988

A nova Constituição Federal do Brasil, em seu art. 180, reconhece o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.



Fundação da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade (Contratuh).



1989

Implantado o curso de Tecnologia em Hotelaria, marcando o ingresso do Senac São Paulo no ensino superior.



Anos 90

ECOLOGIA

E MUNICIPIALIZAÇÃO



“O Brasil traz consigo a vocação turística. Predestinado, está caminhando para vencer etapas e transformar-se num destino turístico inigualável. Aptidão que está em compasso de espera, marcando tempo para explodir. Explosão que trará a este país o reconhecimento internacional através de sua imagem de destino marcante, gerando receita multiplicadora tão necessária ao nosso desenvolvimento e fixando de uma vez a posição privilegiada da nossa paisagem, da nossa cultura, da nossa gastronomia, do nosso folclore, da nossa história, dos nossos costumes, da nossa tradição.”

“O turismo, objetivo institucional deste Conselho, é fato de desenvolvimento social e econômico, segundo o mandamento constitucional, artigo 180 da nossa Carta Magna. É um negócio que movimentou, segundo números já fechados pela Organização Mundial de Turismo, 429 milhões de chegadas internacionais e 249 bilhões de dólares como receita internacional em 1990.”

“Essa estatística mostra a importância do turismo, a sua influência na economia e o peso da sua participação nas políticas de atuação sociocultural dos povos. Daí a responsabilidade deste Conselho. A sua necessidade como instrumento coadjuvante no esforço nacional pela atividade turística e sua essencialidade como fórum aberto para criação de alternativas e critérios de atuação no cenário nacional, aprofundando-o nas novas configurações internacionais e repensando a retomada de nossos investimentos.”

Oswaldo Trigueiros Jr., presidente do Conselho de Turismo da CNC

O discurso de posse de Oswaldo Trigueiros Jr., em 13 de agosto de 1991, exalta o potencial turístico do Brasil e serve como necessária injeção de ânimo nos conselheiros. Três meses antes, Corinho de Arruda Falcão, mais longo e atuante presidente do órgão, havia partido. Ao passar a faixa para Trigueiros, o conselheiro José Paulo de Castro Siqueira, que assumira a presidência interina, revelou ter recebido um telefonema de Arruda Falcão uma semana antes de seu falecimento. “Quero que você me faça um grande favor. Não deixe o Conselho morrer”. Foi o último pedido do “doutor Corinho”.



Maragogi, Alagoas

Brazilian Incoming Travel Organization (Bito)

Foi criada em 1981, com apenas 7 membros. Posteriormente, decidiu-se que os negócios das agências de viagens receptivas tinham amadurecido e que os outros operadores terrestres e as DMC's deveriam ser convidados a juntar-se ao grupo original. A primeira ata constitutiva como associação foi em 1985 e nasceu como consequência da necessidade de se obter maior representatividade perante os diversos órgãos federal, estadual e municipal. Tem como objetivo promover a troca de experiências e ideias; promover um melhor entendimento entre as agências receptivas e as necessidades de negócio e requisitos entre os fornecedores e parceiros comerciais; estabelecer os mais altos padrões éticos de negócios e serviços, com alta qualidade entre os seus membros; e representar oficialmente o mercado brasileiro da indústria de viagens receptivas.

www.bito.com.br

Dois meses antes, a reunião de 28 de maio de 1991 já havia sido dedicada à memória de Arruda Falcão. Quem tomou a palavra para prestar as primeiras homenagens foi o próprio Castro Siqueira.

“Não pretendemos que este seja um evento triste. Lembremos que a presença do doutor Corinho nesta casa será eterna, espantando a tristeza de sua ausência e a nostalgia de sua companhia e das suas palavras. Façamos com que em nossa lembrança estejam sempre vivos o seu espírito lúcido e a sua oratória brilhante, o estilo cordial, mas firme, de conduzir os nossos trabalhos.”

“Sua presença espiritual reviverá sempre a alegria de sua companhia, o prazer de sua conversa, a dedicação do seu companheirismo, a honra da sua amizade. E, sobretudo, o fulgor da sua inteligência e o brilho da sua cultura. Se é certo que perdemos a presença física do chefe, do companheiro e do amigo, não menos certo é que cultuando a sua memória estaremos homenageando a inteireza moral e intelectual com que liderou este Conselho, construindo neste cenáculo um instrumento essencial ao processo de desenvolvimento do turismo nacional, ao qual incorporou o esforço profissional em suas empresas, a tenacidade nortista dos seus melhores sentimentos de realização e o esplendor dos atributos morais e intelectuais que lhe eram próprios.”



Oswaldo Trigueiros Jr., presidente do Conselho de Turismo da CNC de 1991 a 2011



A Terra vista pela tripulação da Apollo 17 em viagem à Lua

A escolha de Trigueiros para presidir o Conselho coincide com uma virada de década turbulenta e com o início de um novo capítulo na história do mundo. A queda do muro de Berlim e o consequente desenlace da Guerra Fria mudam os ventos dos anos 1990. A globalização aproxima mercados e intensifica a integração econômica, política e cultural entre países outrora tão distantes quanto a Terra e a Lua. É o início da era dos computadores. A gênese - mansa, mas atrevida - da internet começa a enterrar parâmetros lapidários das relações comerciais e pessoais.

Na atividade turística, o aumento do rendimento das famílias torna as viagens mais acessíveis. Companhias aéreas, hotéis e agências passam a se comunicar quase instantaneamente com o outro lado do globo. A palavra ecologia salta dos dicionários e entra no vocabulário da humanidade - a Terra corre perigo, alertam cientistas. A Rio-92, conferência promovida pela Organização das Nações Unidas para tentar iniciar o processo de salvamento da Terra, enche os terráqueos de curiosidade e preocupação. Uma sede para desbravar o planeta em transe faz brotar o ecoturismo.

O processo, no entanto, é lento, conforme adverte Trigueiros em reunião do Conselho de 28 de setembro de 1993:

“Com relação à ecologia, eu estou decepcionado. Nós participamos da feitura dos programas ecológicos para a Rio-92, que foram entregues à ONU e distribuídos para todos os participantes. Imaginávamos que nosso turismo ecológico explodiria a partir deste ano ou do ano que vem – pois isso tem um período de maturação de um ou dois anos. Mas isso não aconteceu.”

Trigueiros pondera:

“Nós, na realidade, somos um destino diferente, somos um destino que pode se comparar com o Haváí e, ao mesmo tempo, com a Tailândia. Porque temos tudo o que se possa imaginar. Somos um destino completamente anormal. É certo que temos componentes negativos na estrutura do nosso turismo. A notória imagem da violência urbana, que macula nossas principais cidades, por exemplo, já nos tem apontado, por ordem de risco, como segundo lugar entre as regiões perigosas para o turista, só perdendo para o Líbano ou a Bósnia-Herzegovina.”



Almoço no Hotel Glória no Dia Nacional do Turismo. José Batista de Oliveira, Embratur-Rio, Trajano Ribeiro, presidente da Riotur, Oswaldo Trigueiros Jr., da Confederação Nacional do Comércio, Jorge Imres, presidente do Sindicato das Empresas de Turismo e Dirceu Ezequiel, do Hotel Glória. Manchete, 1992

O turismo segue sua viagem. O crescimento sólido e a constante profissionalização da atividade em todos os continentes levam a Organização Mundial do Turismo (OMT) a elaborar um método para dimensionar os impactos que o vaivém de seres humanos pelo planeta causam na economia. O objetivo é padronizar com fórmulas os resultados alcançados, para um melhor entendimento do fenômeno turístico, que, a essa altura, em 1993, computava 500 milhões de viagens por ano (ante 5 milhões em 1950) e gerava uma receita de 324 bilhões de dólares (ante 2 bilhões de quatro décadas atrás). Conhecido como Conta Satélite do Turismo, o sistema nasce em 1991 durante a Conferência sobre Estatística do Turismo e Viagens, em Ottawa, no Canadá.

Com a profissionalização, cresce a sindicalização. Em março de 1990, 11 sindicatos que reuniam 6 mil empresas de diversos estados brasileiros fundam a Federação Nacional de Turismo (Fenactur).

Sob o tema “Amadurecimento sindical das empresas de turismo”, o presidente da nova federação, George Imres, fala aos conselheiros em 16 de abril do ano seguinte. A união dos sindicatos, segundo o dirigente, encurtou o caminho das reivindicações até a Embratur. Inclusive, a estatal tinha pela primeira vez em sua presidência um agente de viagem.



Morro Branco, Beberibe, Ceará

Federação Nacional do Turismo (Fenactur)

Fundada em 1990, reunindo 11 sindicatos de empresas de turismo de diversos estados, tornou-se um centro de estudos e desenvolvimento da atividade turística brasileira. Realiza reuniões periódicas com participação de autoridades, dirigentes e personalidades do setor para tratar de assuntos de interesse da categoria, apresentar soluções e apoiar projetos para o turismo receptivo e para fora do país. Além da missão constitucional de participar dos acordos coletivos de trabalho, atua pelo desenvolvimento do turismo brasileiro. Conta com 21 sindicatos, que representam aproximadamente 25 mil empresas, entre elas 23 mil agências de viagens, em 19 estados e no Distrito Federal.

Vem da Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav) outro sinal do crescente associativismo empresarial. Em 18 de setembro de 1991, Michel Tuma Ness, conselheiro da associação e presidente do Sindicato das Empresas de Turismo no Estado de São Paulo (Sindetur), revela que no período de um ano o número de associados subiu de 317 para 1.200. Em sua palestra, “Agente de viagem, alavanca do desenvolvimento turístico”, Tuma Ness fala sobre a força do sindicato e da relação entre agentes, companhias aéreas e hotéis.

“Somos um sindicato praticamente independente e não precisamos mais da contribuição sindical. Temos nossos recursos próprios. Nosso sindicato é o mais forte dentre os sindicatos de agências de viagens do Brasil em número de associados. Não significaria nada esse número e sua correspondente arrecadação se não fizessemos alguma coisa em benefício de nossos associados. Assim que assumimos, procuramos, de imediato, fazer painéis com o objetivo de trazer as companhias aéreas ao encontro dos agentes de viagens, mostrando quem são as pessoas dentro de uma companhia aérea.”

“Fizemos isso porque, há 15 ou 20 anos, quando íamos aos coquetéis, éramos poucos e éramos conhecidos. Hoje somos seis mil agentes de viagens em todo o Brasil.”



Michel Tuma Ness, presidente do Sindetur-SP

“(…) As companhias aéreas também cresceram tanto que não têm tempo de conhecer o agente de viagem, que também não tem acesso à diretoria de uma empresa aérea, como Varig, Vasp, Transbrasil e Pan Am. Também têm dificuldade para conversar com as grandes redes hoteleiras, como Othon e Meridien. Os painéis que promovemos deram grande resultado. O primeiro foi com a Varig. Toda a diretoria da Varig compareceu à sede do sindicato dos hotéis, no largo do Arouche (centro de São Paulo), que cedeu seu auditório, onde colocamos 250 agentes – um recorde. Nunca se tinha feito isso: aproximar as companhias áreas dos agentes de viagens.”

Michel Tuma Ness, presidente do Sindetur-SP



Acervo O Globo de 18 de março de 1957. Recomendação para a criação de cursos de educação turística nas escolas do Senac e a regulamentação da profissão de guia de turismo

Tuma Ness também lança os primeiros indícios da importância dos computadores na atividade turística:

“Algumas agências são superagências vendedoras de bilhetes, atendem a grandes corporações e empresas nacionais e internacionais. Eu cito com satisfação a agência Bel-Air, do companheiro Mayer Ambar, e outras que têm o mais sofisticado equipamento de informática, ligando a agência às companhias aéreas do Brasil e do exterior e às redes de hotelaria. O processo de emissão de um bilhete, de uma reserva de hotel ou de carro é toda processada por computadores.”

O ano de 1993 dá visibilidade política à atividade turística. Ao assumir a presidência do Brasil, após o *impeachment* de Fernando Collor de Mello, Itamar Franco (1930-2011) acata, parcialmente, uma das mais veementes demandas do Conselho: a criação de um ministério para cuidar do turismo. A atividade não ganha uma pasta exclusiva, agrupa-se com a da Indústria e Comércio. Parece um grande passo. Outro intento antigo do Conselho, esse pleiteado desde 1957 – conforme mostra matéria em O Globo daquele ano –, também é alcançado em 1993: a regulamentação da profissão de guia de turismo (Lei 8.623/93).



Presidente da Embratur discursa acompanhado dos presidentes da Fenactur e dos sindicatos estaduais

O Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio (CNC) lança, em 1994, sua primeira Coletânea Turística, um mosaico de ideias, opiniões e estudos que viraria uma publicação bienal da entidade. As questões sociais e ambientais ganham destaque já na primeira edição. Na apresentação do trabalho, Antonio Oliveira Santos, então presidente da CNC, elenca quatro pilares de uma política viável: 1) prática do turismo pela população de baixa renda (turismo social), 2) desenvolvimento de recursos humanos para o turismo (formação profissional), 3) promoção do produto turístico nacional (propaganda e conhecimento do mercado) e 4) preservação ambiental e estímulo à educação ecológica.

A questão do conhecimento do mercado, citada no item 3, é minuciosamente debatida na reunião de 12 de abril de 1994. Números e análises afloram na palestra do economista Rodolfo Alberto Rizzotto: “Tendências do Turismo Mundial até o ano 2000”. Empossado conselheiro naquele dia, o mestre pela Escola Internacional de Ciências Turísticas de Roma traz uma série de dados sobre o passado, o presente e o futuro da atividade:

“Não estamos aqui fazendo um exercício de futurologia, nem isso é pretensão da OMT [Organização Mundial do Turismo] ou do WTTC [World Travel & Tourism Council]. O interesse dessas previsões é permitir que tanto as empresas como o próprio setor público e a sociedade possam situar-se dentro dessa atividade que está crescendo a uma velocidade muito maior do que a da maioria das atividades econômicas e que tem outros impactos, além do econômico, pelo volume de pessoas que movimenta.”

“Tem impacto cultural, ambiental e político. Os senhores podem imaginar o que representa, do ponto de vista político e até militar, o fato de países como França e Alemanha, que há 50 anos eram inimigos mortais, hoje investirem fortunas - os franceses, na Alemanha, pedindo para os alemães invadirem a França, e vice-versa. Há uma transformação de conceitos que está por trás da atividade turística e que transcende, portanto, o lado econômico.”



Lançamento
Coletânea
Turística



Tasso Gadzanis, presidente ABAV Nacional, Caio Luiz de Carvalho, então secretário nacional de Turismo, e Fernando Henrique Cardoso, ministro da Fazenda



Em 1994, o então ministro de Indústria e Comércio, o mineiro Élcio Álvares, e o presidente da Embratur, Flávio de Almeida Coelho — homem de comunicação que já havia presidido a Santur (SC)

“(...) O crescimento do turismo, principalmente entre os anos 50 e 60, chegou a ser até 18% ao ano, o que é uma média de crescimento surpreendente para qualquer atividade econômica. A partir dos anos 70, a atividade começou a reduzir o seu ritmo de crescimento. O primeiro momento em que isso se percebeu foi na crise do petróleo, no início dos anos 70. Apesar disso, naquele momento a atividade turística continuou crescendo numa média de 4% ao ano, enquanto a maioria das atividades econômicas retrocedia.”

“No início dos anos 80 houve efetivamente uma queda e quase uma estagnação, novamente em virtude da crise do petróleo; em 1981 e 1982 o crescimento foi insignificante. Foi na Guerra do Golfo, em 1991, que o turismo assumiu um pouco o andar do caranguejo: andou para trás, em função do terrorismo que se instaurou e que ameaçava as empresas aéreas. Essa guerra aterrorizou as viagens internacionais. Isso teve um impacto violentíssimo na região do Oriente Médio, mas também em várias outras regiões. As empresas americanas sofreram muito com isso.”

“Foi o primeiro momento de grande crise da atividade turística, o que demonstra a sensibilidade do setor às questões políticas. Ou seja: paz é fundamental para a atividade turística. Daí o velho slogan de que o turismo é o passaporte para a paz. O turismo precisa de estabilidade política, e a democracia é fundamental. Atualmente, apesar de alguns episódios, como o da antiga Iugoslávia, a tendência é haver um processo de democratização em todos os países, reduzindo-se os riscos de conflitos armados.”

A seguir, separadas por tema, algumas das análises e previsões feitas por Rizzotto naquela reunião de 12 de abril de 1994. Muitas se confirmaram. Outras tantas, não.

Informatização

“Sistemas como o Galileo, o Amadeus e outros não só auxiliam os profissionais como estão chegando às mãos das pessoas comuns, que estão tendo acesso a esse arcabouço de informações que o avanço tecnológico proporciona. Na sua própria casa, usando seus próprios computadores, as pessoas vão poder checar todas as opções de viagens que existem, podendo definir exatamente o que querem. Em alguns casos, vão poder emitir o bilhete em casa, deduzindo a despesa no seu cartão de crédito.”

“Vai mudar a relação com as empresas de turismo, em particular com as agências de viagens. A tendência é elas se tornarem consultores de viagens. Vão cobrar pelo conhecimento, muito mais do que pelos serviços tradicionais.”

“Quem não se preparar para essa nova era vai ser excluído do mercado. E não é uma coisa futurista. Nos Estados Unidos, isso já vem ocorrendo na prática. Grandes empresas, inclusive no Brasil, já estão recorrendo a sistemas como o Galileo, o Amadeus e outros, para planejar viagens dentro do departamento de viagens da própria empresa.”

Novos nichos

“O envelhecimento da população vem ocorrendo, até mesmo no Brasil, o que abre o mercado importantíssimo das viagens para pessoas da terceira idade e da média idade. Também é importante o mercado representado pelas mulheres executivas, pois aumentou significativamente o número de mulheres que estão viajando sozinhas, a trabalho ou lazer. Outros segmentos muito importantes são o do ecoturismo e o cultural.”



“A previsão da OMT é de que o segmento do ecoturismo deverá ter crescimento médio de 30% ao ano até 2010. Esse número é impressionante, mas temos que ter presente que há limitações para essa atividade específica. Dou como exemplo a região do Pantanal. Podemos querer aumentar tremendamente os fluxos turísticos nessa região, mas temos que respeitar os limites da natureza. Não temos condições de expandir a rede hoteleira acima de determinada quantidade, para não correremos o risco de agredir o meio ambiente, destruindo as condições que geraram esse fluxo turístico.”

Conselheiro Rodolfo Alberto Rizzotto, economista, em reunião do Conselho em 1994



Rodolfo Alberto Rizzotto em palestra na CNC

Transporte

“As empresas de transporte aéreo estão sofrendo concorrência do setor ferroviário. Já existem trens capazes de fazer 500km/h, podendo substituir o transporte aéreo em percursos menores. Há um congestionamento do tráfego aéreo. As avenidas do céu estão bastante saturadas, de modo que, sob certo aspecto, é bom esse desenvolvimento ou renascimento do transporte ferroviário.”

“Verifica-se também a construção de autoestradas que permitem velocidades maiores, com segurança, e a fabricação de veículos com capacidade de resistência para deslocamentos de longos percursos em alta velocidade. (...) Podemos imaginar o que irá acontecer com a privatização das rodovias, ou melhor, com a concessão das rodovias ao setor privado. Vai aumentar o movimento turístico entre as cidades brasileiras.”

China

“Os cidadãos do Leste Europeu – da Hungria, da Polônia, da República Tcheca... – estão viajando cada vez mais. Sua economia está se desenvolvendo numa velocidade muito significativa e eles têm muitos anos de reprimida vontade de viajar ao Ocidente. Os russos já estão vindo ao Brasil. Foi feito um estudo na Alemanha, em que se apurou que os alemães orientais incorporados à nova Alemanha têm um gasto *per capita*, em viagens, maior do que o dos alemães ocidentais. Eles apreciam muito mais as viagens e gastam muito mais, principalmente nos percursos longos.”

“Um mercado extraordinário, que seguramente vai se abrir como consumidor até o ano 2010, é a China. Se nós pensarmos que a China tem aproximadamente um quinto da população mundial, podemos imaginar que revolução vai haver no mercado turístico quando os chineses passarem a viajar internacionalmente. A recuperação e o desenvolvimento da economia chinesa nos últimos anos, além de um processo de liberalização do ponto de vista político, indicam que os chineses, ainda neste século, venham a entrar no mercado com um número significativo de viajantes.”

Operadores

“Na medida em que os consumidores se tornam mais exigentes e os operadores estandardizam seus produtos, ou seja, oferecem pacotes quase todos iguais em todas as empresas, com diferenças mínimas, isso gera uma guerra de preços. As empresas que buscarem outros segmentos e oferecerem produtos diferenciados terão muito mais condições de competir no mercado. Produtos estandardizados criam uma concorrência violentíssima.”

Mão de obra

“O crescimento do turismo internacional deverá dobrar nos próximos 16 anos. Esse volume vai exigir, naturalmente, mão de obra bem preparada. A Organização Mundial do Turismo e outros estudiosos estão percebendo uma lacuna: não está havendo tanto empenho de parte da indústria de turismo em preparar mão de obra na velocidade necessária.”

Meio ambiente e comunidade

“O chamado ecoturismo vai pressionar as autoridades para que todo o processo de desenvolvimento turístico respeite o meio ambiente e que a comunidade participe do processo e se beneficie dele. Hoje há uma consciência de que não têm futuro os projetos implantados por grupos que vêm de fora, beneficiando apenas esse reduzido grupo. Ao longo do tempo, esses projetos começam a encontrar resistência da comunidade. Se a comunidade não percebe que o desenvolvimento turístico é para beneficiá-la em primeiro lugar, ela rejeita.”

Vistos

“Um aspecto que vai auxiliar o desenvolvimento da atividade turística é o empenho dos países em reduzir os controles em fronteiras. Ajudou muito na região do Cone Sul a possibilidade de uma pessoa viajar para Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai usando simplesmente a carteira de identidade. Esse tipo de desburocratização é fundamental. Já discutimos se vale a pena exigirmos o visto dos americanos. É uma reciprocidade que se entende do ponto de vista político, mas do ponto de vista econômico não é muito inteligente de parte do governo brasileiro.”

Itacaré, Bahia



Semana de quatro dias

“Acredito ser muito importante para o futuro da atividade turística discutir a semana de quatro dias, já discutida na Europa e implantada em várias empresas. Em termos de turismo, isso é revolucionário. Essa discussão teve um momento mais polêmico na França, onde chegou a ser discutida no parlamento e não foi aprovada. O objetivo, teoricamente, é evitar o desemprego, na medida em que, reduzindo-se os dias de trabalho, seria possível empregar outras pessoas ou evitar demissões.”

“Isso motivou a Volkswagen, na Alemanha, a criar a semana de quatro dias. A BMW também. Já os trabalhadores franceses resistiram a qualquer redução da sua remuneração. Na Alemanha, as pessoas estão interessadas em dispor de tempo livre para lazer e particularmente para viajar. (...) Toda a indústria de lazer seria beneficiada. O setor de comércio, de casas noturnas, de restaurantes...”

“Hoje, a maior parte das pessoas trabalha no setor de serviços, não mais na indústria. Desde 1956 o número de trabalhadores do setor de serviços, ou setor terciário, supera o número dos que trabalham no setor industrial. Entretanto, nós ainda olhamos para os Estados Unidos como uma potência industrial. Na verdade, os Estados Unidos são uma potência de serviços.”

“No caso do Brasil, a semana de quatro dias é inviável politicamente e economicamente, embora eu acredite que do ponto de vista empresarial seria uma surpresa positiva.”

“(…) Uma das coisas que acontecem nos países mais desenvolvidos é a falta de tempo para consumir. O sujeito que trabalha de segunda a sexta-feira só tem o sábado e o domingo para consumir. A semana de quatro dias vai abrir esse espaço, não só para consumir como também para as pessoas se reciclarem como profissionais. Haverá tempo hábil para colocar as leituras em dia, para realizar cursos – enfim, aprimorar-se como profissional.”

“Na medida em que forem tomando consciência da importância do turismo na renovação do que chamo de capital humano, as empresas vão investir mais nas viagens dos seus funcionários. Então, senhores, nós estamos nos encaminhando efetivamente para a sociedade do lazer. Vamos passar de uma sociedade centrada no ter para uma sociedade do ser. Muito obrigado.”

No mesmo ano, o Conselho acompanha ativamente a discussão sobre a nova Política Nacional de Turismo, chamada em reunião do dia 11 de outubro de 1994 simplesmente de Lei do Turismo. Convidado a participar do encontro, Joandre Antônio Ferraz, consultor da Organização Mundial de Turismo (OMT), professor de Direito e autor de obras jurídicas voltadas para a atividade turística, diz que a nova política deve traduzir as ideias trabalhadas pela Secretaria Nacional de Turismo, “tais como estímulo à municipalização, a consolidação de polos turísticos, a melhora da qualidade dos serviços e o apoio à micro, pequena e média empresa”. Ao analisar o projeto, no entanto, Ferraz pontua que ele “reproduz e adapta uma estrutura concebida e instituída no longínquo 1966”.

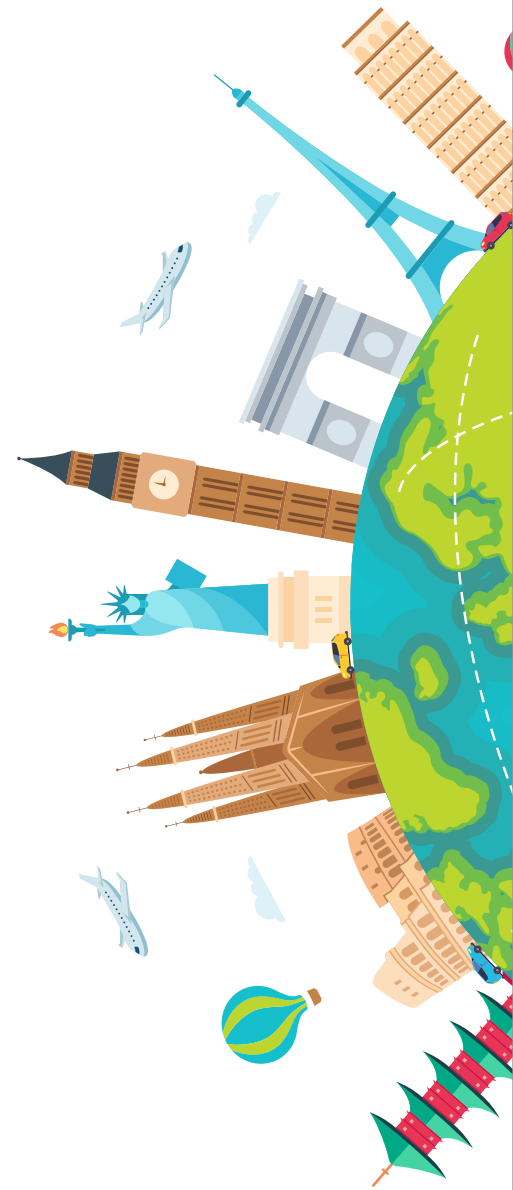
A opinião de Fernando Luiz Vieira Ferreira, da Academia Internacional de Turismo, é ainda mais atroz:

“Quando pensávamos que estávamos evoluindo, quando até a Mãe Rússia de Todas as Rússias se abre a uma economia de mercado, quando ventos novos sopram com a vitória de Fernando Henrique Cardoso nas eleições para a presidência da República, quando a gente imaginava que este país fosse dar um salto à frente, aparece essa coisa policialesca. (...) Parece feito com a melhor das intenções, mas está cheio de coisas que merecem ser contestadas. Inclusive comete a monstruosidade de pensar novamente em cadastramento. Eu sou absolutamente contrário. Já disse aqui que não sou anarquista, mas sou avesso à presença do Estado como instituição, me apertando a cabeça. Prefiro que me deixe trabalhar. A exigência de um cadastramento é sempre odiosa.”

O conselheiro Orlando Machado Sobrinho lembra-se de que o texto apresentado omitiu uma questão de grande importância para o turismo àquela altura:

“Neste instante em que se acaba de discutir toda uma finalização de regulamentos para a política de abertura aos países do Cone Sul, que já estão redigidas as normas para que em 1º de janeiro os governos assinem o acordo, é um absurdo que um projeto desses não faça menção ao Mercosul. Pela representatividade que têm a Confederação Nacional do Comércio e este Conselho, poderiam tranquilamente propor ao presidente da República a retirada do projeto, para que ele seja aperfeiçoado de acordo com a óptica dos que trabalham pelo turismo brasileiro.”

Conselheiro Orlando Machado Sobrinho



Matéria de O Globo, de 10 de julho de 1969. A proposta de criação de Fundo de Turismo foi uma proposição do Conselho de Turismo



Conselheiro George Irmes

Já George Irmes, do Sindicato das Empresas de Turismo do Rio de Janeiro, sugere que seja acrescentado ao projeto o incentivo do governo à compra e à construção de navios de cruzeiros.

“O Brasil não tem navios próprios. O Fungetur, a Embratur ou o BNDES deveriam financiar a compra de navios próprios para nossa costa brasileira. Hoje, nós simplesmente entregamos a costa brasileira, na alta temporada, que vai de dezembro a março, para navios estrangeiros. O que já é maravilhoso e muito bom, porque senão não teríamos absolutamente nada. Então, o incentivo à construção de barcos deveria ser mais abrangente na Política Nacional de Turismo. Temos 7.500 quilômetros de costa, por isso devemos pensar num transporte marítimo para turistas, como todos os lugares do mundo têm.”

Há, no entanto, pontos do anteprojeto da Política Nacional de Turismo elogiados pelos conselheiros, como as diretrizes para uma política nacional de ecoturismo e a proposta de municipalização da atividade turística. Vale lembrar dois passos firmes dados sob incentivo do Conselho de Turismo nas trilhas do ecoturismo. Em 1996, nasce o Sesc Pantanal, centro turístico no Mato Grosso, focado no estímulo ao desenvolvimento sustentável, à preservação, à educação ambiental, à pesquisa científica e ao ecoturismo social. Três anos depois, o Senac desenvolve o Programa Educativo de Desenvolvimento do Ecoturismo na Estrada Real, um dos mais importantes roteiros turísticos brasileiros, com a participação de 177 cidades. Além de ajudar na elaboração do projeto, o Senac disponibilizou seus programas para qualificar o mercado e a mão de obra local.

Entre as idas e vindas de propostas para a elaboração da Política Nacional de Turismo, a municipalização, conforme previsto pelos conselheiros, deslança. “Não é só o governo federal que deve tratar do turismo, porque tudo começa pelos municípios. Se a gente tiver prefeitos que entendam de turismo, certamente o turismo vai se desenvolver”, diz Irmes. Com o nome de Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) e articulado por Caio Luiz de Carvalho, membro do Conselho e então secretário nacional de Turismo e Serviços do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, o projeto leva a discussão aos municípios e busca a participação da população no desenvolvimento da atividade.

Na reunião do encerramento do ano de 1994, no dia 13 de dezembro, o presidente do Conselho, Oswaldo Trigueiros Jr., elogia o PNMT, mas dá o seu recado:

“Turismo é isso: é luta, é continuidade. Eu sempre digo que o erro do Brasil, ao fazer promoções de turismo no exterior, é a falta de continuidade: há um momento de euforia, meia dúzia de autoridades passam uma semana fora do país, voltam entusiasmadas, e depois de quinze dias não se fala mais no assunto. Não há sentido de continuidade. (...) Nós temos que elaborar programas de governo que tenham continuidade quando os governantes forem mudados. Isso talvez seja um sonho da minha parte, mas é isso que se tem que fazer.”

Oswaldo Trigueiros Jr., presidente do Conselho de Turismo

Em 7 de março de 1996, pouco mais de um ano após tomar posse, o presidente Fernando Henrique Cardoso anuncia a implantação da Política Nacional de Turismo (PNT) com diversas mudanças em relação àquela discutida no Conselho em outubro de 1994. Entre as macroestratégias do plano, estavam: 1) ordenamento, desenvolvimento e promoção pela articulação entre governo e iniciativa privada, 2) implantação de infraestrutura básica e infraestrutura turística adequadas às potencialidades regionais, 3) qualificação profissional dos recursos humanos e 4) descentralização da gestão turística por intermédio do fortalecimento dos órgãos delegados estaduais, da municipalização e terceirização de atividades para o setor privado.

Conforme matéria publicada no jornal Folha de S.Paulo no dia seguinte, o objetivo dos incentivos é quase dobrar – de 2 milhões para 3,8 milhões – o número de turistas estrangeiros no Brasil em 1999, mesma quantidade recebida pela Argentina já em 1995. Entre outras ações, o plano prevê uma campanha de *marketing*, ao custo de R\$ 1 milhão, para atrair os visitantes e conscientizar os brasileiros a tratá-los da forma adequada. Rio de Janeiro, Nordeste, Amazônia e Foz do Iguaçu são definidos como as estrelas da campanha, além do turismo histórico, a pesca, o ecoturismo, o sol e a praia.



Associação Brasileira de Resorts (Resorts Brasil)

A Resorts Brasil foi fundada em 18/12/2001 pela iniciativa dos líderes dos principais resorts do país. Na primeira década de sua atuação, as ações de promoção dos resorts no Brasil e no exterior foram o eixo condutor. Já na década presente, dois eixos ganharam importância: a representação governamental e a disseminação de conhecimento e apoio na formação dos profissionais. Presente nas cinco regiões do país, com mais de 50 resorts associados, a Resorts Brasil tem como objetivo a promoção do segmento de resorts e, por meio desse, o fomento do desenvolvimento econômico e social no país.

www.resortsbrasil.com.br

“Poucas atividades geram emprego como o turismo”, resume o presidente Fernando Henrique Cardoso durante o lançamento do PNT no Palácio do Planalto, com a presença de 500 prefeitos. O escolhido para representar o Conselho é Orlando Machado Sobrinho, que, no dia 9 de abril, relatou sua experiência em reunião:

“O governo pretende dispor de uma verba, aliás já tem essa verba pelo BNDES [Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social], da ordem de 1 bilhão de dólares para um plano de três anos. (...) Os nobres conselheiros verão que correções terão que ser feitas no percurso desse plano, porque é um plano de gabinete, no qual as forças do turismo não tiveram oportunidade de opinar e falar para contribuir com o seu conhecimento, com a sua prática, para que o plano realmente fosse até mais abrangente do que já é.”

“Norteia essa política o estabelecimento de uma nova equação para promoção do desenvolvimento da economia brasileira, em que, a exemplo do cenário internacional, o setor de serviços assumirá maior participação relativa na renda nacional. Ao mesmo tempo, por suas características, o turismo contribuirá para promover a diminuição das desigualdades regionais, a geração de empregos e renda, a integração ao mercado de trabalho de um contingente populacional de baixa qualificação profissional através da execução de atividades correlatas. O desenvolvimento sustentável de áreas com destacado patrimônio ambiental servirá de instrumento para inserção competitiva do país no panorama global através do estabelecimento de uma imagem externa positiva.”

Machado dedica parte de sua exposição ao Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), parte integrante da nova política nacional.

“Fiquei entusiasmado de ver como os prefeitos de cidade que têm algo a oferecer, que querem desenvolver as suas potencialidades turísticas, acorreram a Brasília para participar desta reunião, e o entusiasmo com que eles saíram de lá, no sentido realmente de arregaçar as mangas e trabalhar pelas suas cidades para o desenvolvimento local do turismo dos municípios. Se nós realmente tivermos municípios atuantes, trabalhando, realmente a Política Nacional será muito boa, porque toda a administração do país, as bases, os alicerces, está no processo municipal. A municipalização é a grande ideia administrativa de um país, sobretudo como o Brasil.”



Sesc Pantanal



Olinda, PE, Brasil



Ministra da Indústria, do Comércio e do Turismo, Dorothea Werneck

Para a então ministra da Indústria, do Comércio e do Turismo, Dorothea Werneck, “é o prefeito e a sociedade local que têm de estar comprometidos com a política do turismo”. Segundo anunciado na época, a ideia era agregar técnicos do poder público, da iniciativa privada e das instituições de ensino técnico e superior para, em parceria com moradores dos mais distantes rincões do Brasil, identificar potencialidades e desenvolver atividades turísticas locais. O programa transforma-se em um movimento nacional com grande capilaridade, capaz de mobilizar pessoas, atrair instituições, estruturar novos destinos, gerar emprego e contribuir com o desenvolvimento socioeconômico de cidades com potencial turístico.

Se a municipalização vinga e amplia o horizonte do turismo, o Mercosul, bloco comercial criado em 1991 com Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, não se mostra, até então, eficaz para promover a atividade turística. Em 21 de maio de 1996, o conselho se reúne para discutir a integração do Brasil no Mercosul por intermédio do turismo.

O convidado é o chefe da Divisão do Pessoal do Ministério das Relações Exteriores, Manoel Gomes Pereira, conselheiro que, entre 1988 e 1991, lotado na embaixada brasileira em Madrid, foi representante do país na Organização Mundial de Turismo.

Depois de revelar que o Tratado de Assunção, certidão de nascimento do Mercosul, dava pouca bola ao turismo, Gomes Pereira defende que o bloco seja uma “destinação turística única” e sugere a construção de uma agenda comum entre os países para a formação do “Mercotur”.

“Tomado como uma destinação única, o Mercosul parece ser uma área receptora bastante interessante. Nós temos uma posição geográfica com climas que vão desde o equatorial até o quase polar ou subártico, com os mais diferentes tipos de vegetação. Temos possibilidade de explorar diversos tipos de turismo: de praia, de montanha, de aventura etc. Temos diversidade de culturas e de folclores. Não nos falta aquilo que em linguagem de turismo se chama de oferta primária. Não obstante – a não ser no Uruguai, onde o turismo foi desenvolvido de forma bastante intensa –, o turismo receptivo do Mercosul é cada vez menos representativo dentro do turismo mundial.”

Conselheiro Manoel Gomes Pereira

“(…) Eu fiz uma leitura do Tratado de Assunção à luz do turismo. Quando se fala em inserção mais competitiva da sub-região no mercado internacional, eu apontaria que isso significa a consideração do Mercosul como uma destinação turística única, melhorando sua posição diante de outros países ou regiões receptoras. Essa consideração torná-lo-ia mais atraente para o turista internacional, às vezes menos inclinado a viajar longas distâncias para visitar apenas um país. Aí se poderia abrir uma discussão sobre a política de vistos. Uma política uniforme de vistos, com facilitação fronteiriça, ajudaria para que o turista ficasse mais tempo na região, passando de um país para outro, sem falar naquelas considerações sobre circuitos intrarregionais, como o das Missões Jesuíticas.”

“(…) Estímulo à economia de escala é outro objetivo do Tratado de Assunção. A formação de um espaço comum poderá favorecer as empresas turísticas nacionais, especialmente operadoras e agências de viagens. Aqui se trata de cooperação, não de fusão, entre operadores e agentes de viagens. Nós sabemos que na área do Mercosul os operadores e agentes de viagens são normalmente empresas muito pequenas. As estatísticas da Embratur indicam claramente isso. A maioria dos operadores funcionam normalmente dentro de um Estado ou pouco mais. Uma cooperação ajudaria que o produto do turismo, isto é, que o gasto dos turistas aumentasse na região.”

“(…) O estímulo ao fluxo turístico receptivo não decorrerá apenas dos esforços de criação da percepção de uma destinação única do Mercosul ou de uma crescente agressividade empresarial nos mercados exteriores, mas da abertura gradual das quatro economias. Para o turismo, a primeira abertura é a das fronteiras, permitindo a livre circulação das pessoas e dos serviços. (...) A construção de uma agenda comum [entre os países] permitirá à iniciativa privada aprofundar a cooperação e, com isso, construir o chamado Mercotur, o Mercado Comum Turístico.”



Reunião no Conselho sobre municipalização do turismo



Caio Luiz de Carvalho e Trigueiros



Cristo Redentor, Rio de Janeiro



Pão de Açúcar, Rio de Janeiro

Ao longo dos anos 1990, o Brasil também vê um incremento do turismo rural, um braço da atividade turística anterior ao ecoturismo, mas que cresce com o advento desse turismo ecológico. Em palestra durante reunião do Conselho no dia 29 de setembro de 1998, Milton Teixeira, arquiteto e guia de turismo especializado no assunto, revela que “as fazendas de café do Vale do Paraíba [entre o Rio de Janeiro e São Paulo] têm tido um movimento extraordinário, contrastando com o que acontece com alguns setores do turismo”. Teixeira, no entanto, elenca “problemas estruturais básicos e primários” que impedem o desenvolvimento mais sustentável do turismo rural:

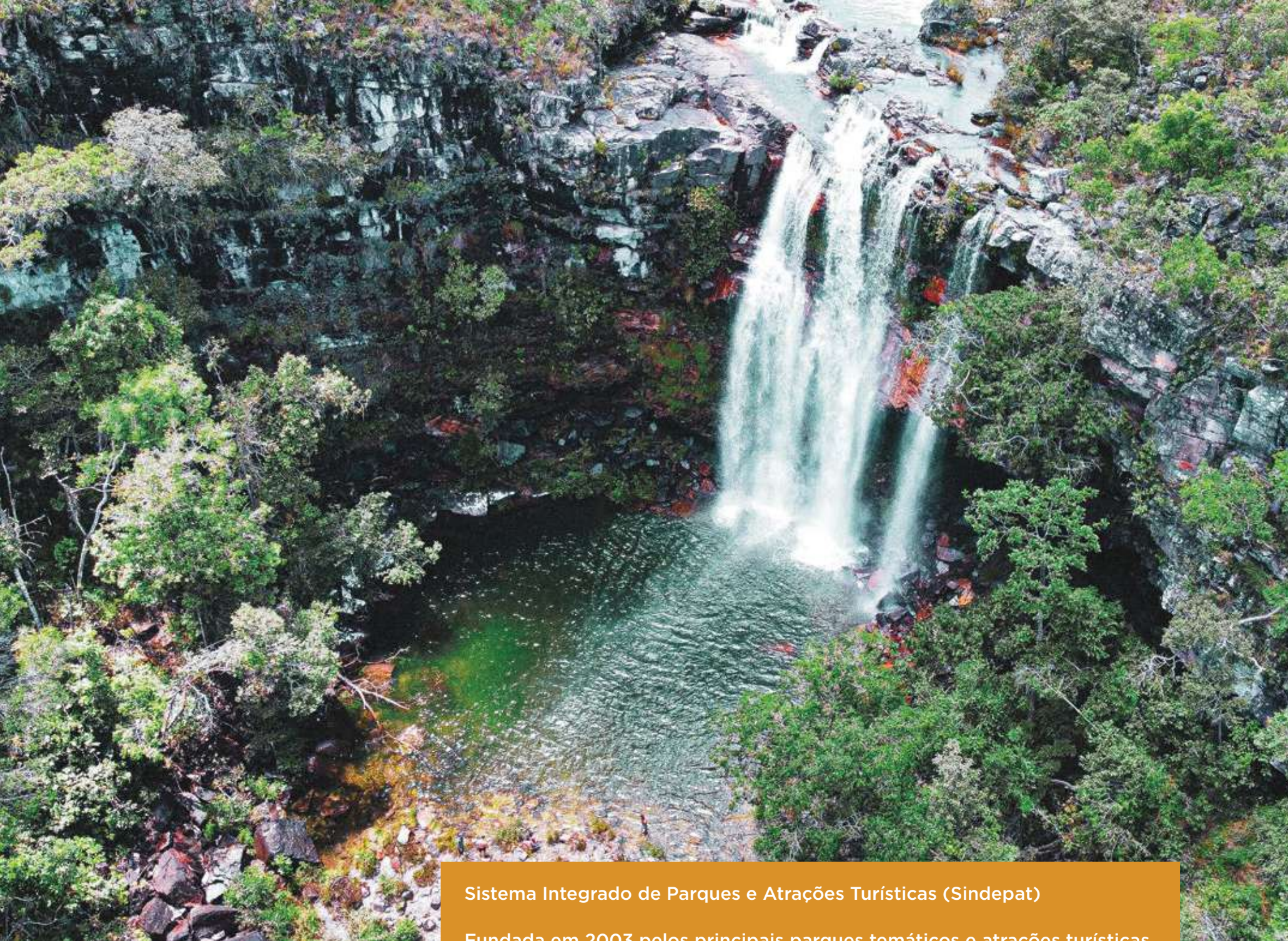
“Primeiro, a inexistência de grandes hotéis nas cidades onde existe afluxo de turistas. Alguns hotéis podem ser, no máximo, classificados de pensões. Vassouras tem dois hotéis médios. Valença tem promessas. Em Barra do Pirai, nada que se assemelha a um hotel de porte. Mendes possui hotéis-fazendas muito bons. Mas são exemplos esporádicos. Outro problema grave são as estradas. As estradas federais são passáveis; as estaduais, suportáveis; as municipais são caminhos na roça. E sem estradas não se pode fazer esse tipo de turismo. Vários pontos ficam isolados, várias cidades ficam fora da oferta turística por não haver estradas.”

O palestrante lembra que a TurisRio iniciou uma campanha para valorização do Vale do Paraíba com o objetivo de fomentar o turismo rural:

“Essa campanha ainda está nos seus primórdios, ainda não surtiu um efeito prático visível. Em Vassouras e Valença principalmente, já foram feitos alguns cursos, palestras e conferências, com a publicação de folhetos. Mas essa folhetaria mal chega às agências e o turista estrangeiro não tem acesso a ela. Evidentemente, não se vai jamais desprezar os pontos atrativos principais, que chamam o turista lá fora. As fazendas seriam, justamente, algo a mais para prender o turista aqui mais tempo.”

Milton Teixeira, palestrante na reunião de 29 de setembro de 1998

A crise econômica mundial desencadeada nos mercados asiáticos segura a onda turística no mundo durante a reta final da década. Conforme escrevem os economistas Hildemar Silva Brasil e Priscila Bastos Planello, a desvalorização do real no início de 1999 causa retenção do turismo emissor internacional e o conseqüente fechamento de agências, mas o mercado doméstico e o turismo receptivo respiram. Apesar do inesperado percalço, o turismo deixa de ser uma atividade meramente complementar e termina os anos 1990 como vetor fundamental para o desenvolvimento do país.



Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, Alto Paraíso, Brasil

Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (Sindepap)

Fundada em 2003 pelos principais parques temáticos e atrações turísticas do Brasil, o Sindepap defende, sem fins lucrativos, os interesses do setor perante os Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário, bem como junto ao *trade* de turismo, o mercado e a imprensa. Seus associados são operadores de parques de diversão, temáticos, aquáticos e atrações turísticas diversas, além de fornecedores. Atua na busca para o estabelecimento de bases sólidas para um contínuo e saudável crescimento dos negócios no país.

www.sindepap.com.br



Associação Brasileira de Promotores de Eventos (Abrape)

A Associação Brasileira dos Promotores de Eventos – Abrape – é uma entidade nacional fundada em Brasília em 1992 que, fundamentada nos princípios sociais de cooperação, integração e ética, tem por objetivo representar as empresas produtoras e promotoras de eventos culturais e de entretenimento no Brasil, preservar seus interesses e direitos e promover o desenvolvimento e a valorização do setor, que é hoje um dos maiores expoentes nacionais na oferta de empregos diretos e indiretos e na geração de renda, movimentando bilhões de reais anualmente.

www.abrape.com.br

O turismo na década de 1990

1990

Fundação da Federação Nacional de Turismo (Fenactur).



1991

Oswaldo Trigueiros Jr. assume a presidência do Conselho de Turismo da CNC.



A Lei nº 8.181 aprova nova denominação para EMBRATUR, atual Instituto Brasileiro de Turismo.



Os presidentes da Argentina, do Brasil, do Paraguai e do Uruguai assinam o Tratado de Assunção, que determina a criação do bloco econômico Mercosul.



Proposição do sistema de Conta Satélite do Turismo na Conferência sobre Estatística do Turismo e Viagens, em Ottawa, Canadá.

1992

Turismo adquire *status* ministerial, em parceria com a Indústria e Comércio.



1995

O Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) lança o Programa Nacional de Financiamento do Turismo.

Lançamento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).



1994

O Conselho de Turismo da CNC lança a Coletânea Turística, mosaico de ideias, opiniões e estudos sobre o mundo do turismo.



1993

Regularização do profissional guia de turismo, pela Lei nº 8.623/93.



Primeira Reunião Especializada em Turismo (RET), em Montevideu, no âmbito do Mercosul.



Realização da ECO 92.



Fernando Henrique Cardoso assume a presidência do Brasil.



1996

Sesc e Senac completam 50 anos de atividades e tem início o Projeto Sesc Pantanal, que visa estimular o desenvolvimento sustentável, a preservação e a conservação, a educação ambiental, a pesquisa científica e o ecoturismo social.



1998

Criação do Ministério do Esporte e Turismo.



Nascem os primeiros Convention & Visitors Bureau brasileiros. No estado do Paraná as iniciativas surgiram, em 1998, com o Iguassu Convention & Visitors Bureau e o Londrina Convention & Visitors Bureau.



1999

Fernando Henrique Cardoso é reeleito presidente da República.



A Organização Mundial do Turismo (OMT) publica o Código Mundial de Ética para o Turismo.



Anos 2000

MINISTÉRIO

E INTERNET



União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (Ubrafe)

Fundada em 1986, é uma associação sem fins lucrativos, constituída por empresas promotoras e organizadoras de feiras de negócios, centros de convenções, exposições e eventos congêneres e por prestadores de serviços na área de eventos. A entidade tem como objetivo atuar na defesa de seus associados, bem como congregar essas empresas; promover o desenvolvimento e a prosperidade das atividades de promoção de feiras de negócios, exposições e eventos congêneres; realizar estudos em nível regional, nacional e internacional, visando ao aprimoramento do setor.

www.ubrafe.org.br



Conselheiro Bayard Boiteux

“Como é que as pessoas entravam e saíam da cabine do piloto, como se fosse uma espécie de *city tour* no avião? O World Trade Center mostrou que o mundo não era tão seguro como pensávamos. Houve uma mudança drástica nos rumos da atividade turística. Nos demos conta de que o sistema de segurança aeroportuário estava falho e deveria ser revisado. Um país que se dizia potente, poderoso, teve atacados os seus dois maiores ícones – o World Trade Center e o Pentágono – e viu toda a sua estrutura de segurança abalada. A partir de 11 de setembro, o turismo mudou para nós e para todos os países.”



World Trade Center, Nova York

“Em 2001 houve, pela primeira vez, um decréscimo da atividade turística. Um decréscimo da ordem de 1,3%. No ano de 2000, recebemos [no mundo] 697 milhões de turistas; em 2001, recebemos apenas 688 milhões. O que aconteceu? Qual a causa? Sobretudo os atentados do World Trade Center. Outros motivos também levaram a esse decréscimo. Por exemplo, os conflitos no Oriente Médio, entre árabes e judeus, e outros conflitos na Europa. Basicamente, esse decréscimo aconteceu nos quatro últimos meses do ano. De janeiro a agosto, houve crescimento. Foram esses quatro meses que pesaram nesse número final.”

Os dois trechos da palestra do conselheiro Bayard Boiteux na reunião do dia 10 de abril de 2002 mostram as avarias provocadas na atividade turística pelo atentado terrorista de 11 de setembro do ano anterior. O milênio começara devastador. As cenas das duas torres gêmeas de quase meio quilômetro de altura alvejadas por Boeings 767 sequestrados por terroristas do grupo Al Qaeda assombraram o mundo. Além de combustível para uma pane na economia global, o episódio gerou um apagão de confiança na humanidade. Depois daquela manhã em Nova York, a atividade turística nunca mais foi a mesma.

No Brasil, após 10 anos consecutivos de crescimento, o número de turistas estrangeiros caiu de 5,3 milhões em 2000 para 4,8 milhões em 2001, segundo dados da Embratur. Por outro lado, como prova de uma relativa vitória sobre essa suspeição generalizada, Boiteux lembra-se em sua palestra da entrada em vigor do euro. Em meio aos ecos do atentado, a moeda comum europeia nasce em 1º de janeiro de 2002:

“O euro gerou estabilidade econômica; fez com que a Europa se apresentasse para o mundo como um continente potente. (...) Hoje, existe quase uma paridade entre o euro e o dólar e isso fortaleceu a economia europeia. (...) Para nós que trabalhamos com atividade turística, o que o euro produziu? Padronização dos tarifários confidenciais dos prestadores de serviços. Embora, anteriormente, tivéssemos tarifários padronizados em dólar, muitas vezes os países queriam trabalhar com franco francês, com marco alemão... Hoje, quando você trabalha com Espanha, França, Bélgica, Grécia, Portugal, todos têm um tarifário confidencial padronizado.”

Em sua exposição, Boiteux também menciona os impactos da interminável recessão econômica argentina no turismo brasileiro:

“A crise da Argentina abalou o Mercosul, sobretudo o Brasil, já que o principal país emissor para nós é a Argentina. Nos vimos com problemas seríssimos. Eu ouvi, ontem, o prefeito de Búzios, município que normalmente recebe turistas argentinos, dizendo que foram obrigados a dispensar mil funcionários das pousadas desde janeiro. Os restaurantes da rua principal, alguns só funcionam no fim de semana, outros só para o jantar. Ou seja, esses problemas da crise, dos conflitos, vieram trazer problemas muito graves para o mercado como um todo e sobretudo para os países receptores.”

Conselheiro Bayard Boiteux



A crise atinge em cheio a Varig. A companhia começara a apresentar problemas financeiros no começo dos anos 1990, após a abertura do mercado para empresas estrangeiras, mas é nesse início de milênio que as máscaras de emergência começam a cair. O turismo brasileiro, ao seu modo, sobrevive a tormenta com certa elegância. Medidas tomadas nos anos anteriores com o impulso do Conselho de Turismo ajudam a reduzir os escombros pós-11/09 e a amenizar os impactos do contratempo argentino.

Exemplo importante de tomada de decisão é a realização dos Congressos Brasileiros da Atividade Turística. Conhecidos como Cbratur, os eventos esboçaram uma agenda única para os diversos segmentos do setor. Em sua primeira edição, em Caldas Novas (GO), ainda sem o apoio oficial da CNC, foi redigida a Carta das Águas Quentes.



Caldas Novas, Goiás

Ao longo dos anos 2000, a CNC passou a apoiar os congressos devido à sua evidente importância para o desenvolvimento da atividade turística. Os eventos reuniam representantes da iniciativa privada, do governo federal e do Congresso Nacional para debater os gargalos do setor. Entre as demandas sempre presentes, a importância da elaboração de uma lei geral do turismo e a necessidade da criação de um ministério exclusivo para a atividade.



Em 2002, encontro coordenado pelo deputado Paulo Octávio (centro) discutiu com os presidênciaveis investimento no turismo para os anos seguintes

Projeto 'Meu Negócio é Turismo' promove qualificação profissional

Programa capacitará orientadores de turismo



Carlos Melles, ministro do turismo e esporte

Em novembro de 2000, outra mesa de discussão foi aberta com a criação do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, que passa a se reunir para deliberar sobre temas relevantes da atividade.

A solidificação das bases da atividade turística, fundamental para o Brasil transpor os percalços supracitados, também contou com o trabalho da conselheira Nely Wyse Abaurre, especialista ouvida pelo Ministério do Trabalho e pela Fundação Roberto Marinho na elaboração de um material didático chamado de Meu Negócio é Turismo. Composto por um livro e 20 vídeos apresentados em formato de telecurso, busca envolver, assim como o ainda vigente Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), os municípios na atividade turística. Nely contou sobre o projeto em reunião do dia 18 de abril de 2001:

“O programa anuncia a possibilidade de uma ampla conscientização de quase todos os municípios do Brasil para o turismo como estratégia de desenvolvimento social. (...) Tem como finalidade a identificação do turismo como um negócio gerador de trabalho e de renda. Ao mesmo tempo, deverá facilitar a melhor qualidade no atendimento e fomentar as atividades turísticas.”

“Seu público-alvo é, principalmente, o contingente de pessoas que presta serviços gerais, mas que amplia seus serviços e ganhos quando associados ao turismo. São taxistas, barraqueiros, pescadores, artesãos, técnicos de som, desenhistas, faxineiros, guardas de trânsito, guardadores de carro, motoristas, vendedores ambulantes, engraxates, pipoqueiros, fotógrafos, marceneiros, decoradores, frentistas, policiais, jornalheiros, músicos, artistas, costureiras, pintores etc.”

“Todos os moradores da comunidade se beneficiam, à medida que o princípio que rege essa prática é: ‘A cidade só é boa para o turista quando é boa para o morador local’. Todos sabem que não existe plano de desenvolvimento em turismo que dê certo se a comunidade não estiver envolvida, comprometida e desejosa do turismo como opção para seu desenvolvimento.”

“(…) O material didático busca atingir 4.000 municípios ou 2,5 milhões de trabalhadores com educação pela televisão, no modelo Telecurso, da Fundação Roberto Marinho. Tive a felicidade de participar do projeto como consultora técnica da área de turismo. (...) Esses vídeos estão sendo apresentados pela TV Futura, aos sábados, numa hora em que até os que sofrem de insônia estão dormindo, às 5 horas da manhã.”

Conselheira Nely Wyse

A vocação do Conselho para liderar a discussão das políticas nacionais de turismo segue alta às vésperas das eleições presidenciais de 2002. Em maio, a sede da Confederação Nacional do Comércio, em Brasília, recebe o primeiro de uma série de fóruns regionais para debater propostas que seriam apresentadas aos candidatos. Entre as sugestões formalizadas no encontro, quatro destaques: maior treinamento para a polícia lidar com viajantes, *marketing* mais ativo, melhoria da infraestrutura turística e, novamente, a criação de um ministério exclusivo para o turismo.

Em 2003, o turismo alça voo inédito no Brasil – ao menos na esfera política. Em 1º de janeiro, no anúncio dos 23 ministérios do recém-empossado presidente Luís Inácio Lula da Silva, o turismo se separa do esporte e ganha pasta própria. A elevação do turismo a ministério exclusivo se dá após décadas de lutas, sempre embasadas em argumentos e lideradas por profissionais especialistas, como os integrantes do Conselho. O órgão nasce com a missão de abrir caminho para a expansão sustentável de uma atividade cada vez mais relevante para a sociedade e para a economia do país.

A Medida Provisória que dá vida ao novo ministério separa em quatro suas áreas de competência: 1) política nacional de desenvolvimento do turismo, 2) promoção e divulgação no exterior, 3) estímulo às iniciativas públicas e privadas e 4) planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo. Menos de quatro meses depois, o novo ministério anuncia um novo Plano Nacional do Turismo. Elaborado em parceria com o Conselho Nacional de Turismo (não confundir com o Conselho de Turismo da CNC), contou com a participação do setor privado, dos secretários estaduais e de representantes de empresas públicas.



Propaganda do governo destaca turismo como oportunidade – Jornal do Brasil, 2005



Lula e o ministro do turismo Walfrido dos Mares Guia durante reunião do Conselho Político no Palácio do Planalto



Caio Luiz de Carvalho, Marco Maciel e Tasso Gadzanis no lançamento do projeto Dias Azuis, em 2002

Conforme comunicado do Ministério à época, o turismo deve ser tratado como força motriz do desenvolvimento do país, como maneira de reduzir a desigualdade e incluir os excluídos. Em 29 de abril de 2003, o plano estreia como uma das dez prioridades do novo governo.

Imagem boa do País

Na teleconferência de regionalização do Turismo, Lula pediu que a imprensa divulgue coisas positivas do Brasil

“A importância do turismo no processo de desenvolvimento de um país não depende apenas da existência dos recursos naturais e culturais. Os impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e culturais gerados pela atividade turística exigem um processo de planejamento e gestão que oriente, discipline e o transforme em um instrumento de aceleração do desenvolvimento no país.”

“O turismo é uma das dez prioridades da [nova] gestão, que tem o propósito de enfrentar o desafio de conceber um novo modelo de gestão pública – descentralizada e participativa –, para gerar divisas, criar empregos, contribuir para a redução das desigualdades regionais e possibilitar a inclusão dos mais variados agentes sociais.”

Trecho do Plano Nacional do Turismo (2003-2007)



Os vice-presidentes da Federação, Alexandre Sampaio (atual presidente) e Emerson Jabur, com o presidente Norton Lenhart, da Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares, e o diretor executivo, Sérgio Ricardo Almeida

Nos números, as metas anunciadas pelo Ministério para os quatro anos de execução do plano (2003-2006) são ousadas. Entre elas, a criação de 1,2 milhão de empregos, a geração de uma receita de 8 bilhões de dólares, o aumento do número de desembarques domésticos de 40 milhões para 65 milhões e a entrada anual de 9 milhões de turistas estrangeiros, ante 3,4 milhões em 2002.

Sobre a criação do Ministério do Turismo, Alexandre Sampaio, atual presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) e responsável pelo Cetur/CNC, afirma:



“Respondeu a uma ansiedade do *trade* turístico nacional e do setor turístico como um todo, que tinha grande expectativa para uma representação ministerial específica da nossa atividade. O Ministério traz o conceito de um diálogo direto que tange e que trata das especificidades do nosso campo de atuação, dado que o turismo no Brasil é de um espectro enorme, vai desde microempresários que atuam na área de receptivo como guias passando por grandes estruturas empresariais, como navios, cadeias de hotéis, *resorts*, parques temáticos, entre tantos outros.”

“Esse setor tão diversificado, com tantas nuances e variedades, teria que ter realmente um Ministério que açambarque todos esses conceitos, que atue na questão de formação profissional específica e na regulamentação do trato dos fornecedores com consumidor e que induza as questões tributárias, que são de uma complexidade tamanha.”

Alexandre Sampaio, presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) e responsável pelo Cetur/CNC

Em busca da desejada gestão pública descentralizada e participativa, o novo plano lança o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), no qual os 3.319 municípios participantes são divididos em 219 regiões turísticas.

“A dimensão e a diversidade do território brasileiro são de tal ordem que a estruturação e organização da oferta turística do país constituem um dos maiores desafios para a gestão e o desenvolvimento sustentável da atividade. A estruturação da oferta turística pode ser potencializada, se considerada em sua dimensão regional, em que diversos municípios se integram e se complementam na prestação de serviços aos turistas, agregando valor aos territórios.”

“Tendo este princípio como referência, o Ministério do Turismo criou e vem implementando o Programa de Regionalização do Turismo, pelo qual os municípios são incentivados a um trabalho conjunto de estruturação e promoção, em que cada peculiaridade local pode ser contemplada, valorizada e integrada num mercado mais abrangente.”

A essa altura, a internet não era mais promessa. Uma ainda incompreensível interligação entre computadores ao redor do globo passa a dar as cartas nas relações humanas. Os mais de 10 milhões de usuários no Brasil já contam com banda larga para entregar declarações de imposto de renda, ler notícias e trocar mensagens. O seminário realizado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em parceria com a Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares e organizado pela Editora Panrotas nos dias 15 e 16 de setembro de 2003, no hotel Gran Meliá, em São Paulo, discute a inevitável chegada do comércio eletrônico ao universo turístico. Nos Estados Unidos, 14% das vendas de passagens aéreas, hotéis e locação de veículos são fechadas na internet. Na Europa, esse mercado já movimenta 10,3 milhões de euros.



Ministro do turismo Walfrido Mares Guia, a governadora Rosinha Garotinho, o presidente Lula e o presidente da Abav, Tasso Gadzanis, 2004

As possibilidades de negócios na atividade turística se multiplicam. Para ampliar sua atuação no setor e seguir na vanguarda das proposições de políticas de desenvolvimento, a Confederação Nacional do Comércio instala em 2003 a Câmara do Comércio de Desenvolvimento do Turismo, que, em abril do ano seguinte, recebe novo nome: Câmara Empresarial do Turismo (CET). Em paralelo ao Conselho, a nova organização faz jus à abrangência multifacetada do setor e convida para debater representantes de diversos segmentos da atividade: hotelaria, gastronomia, transportes, agências, operadores, entretenimento, feiras, eventos, locação de veículos e parques temáticos.

O objetivo é claro: discutir o turismo sob uma óptica empresarial e levar ao governo propostas e posições unificadas. “Ganhamos representatividade. Passamos a assumir posições importantes e a depender menos dos governos, que não sabem as necessidades reais da atividade turística”, explica Norton Luiz Lenhart, atual membro consultivo do Conselho Empresarial de Turismo e Hospedagem (Cetur), presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) entre 2000 e 2010 e um dos artífices da criação da CET, que teve sua coordenação de 2004 a 2009.

Em 29 de abril de 2004, em discurso na teleconferência de regionalização do turismo na sede da Confederação Nacional do Comércio (CNC), o presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva defende investimentos no turismo e pede cuidado à imprensa sobre a divulgação do país no exterior. “Precisamos chamar os nossos canais de televisão e discutir com eles com muito carinho as coisas que seriam importantes – não para o governo, mas para o Brasil – que passassem no exterior”. Em dezembro do mesmo ano, Lula abre o Fórum Mundial de Turismo, em Salvador, com a seguinte frase: “Temo que não tenhamos, no mundo, a grandeza do que o turismo pode fazer por nós”.



Presidente Lula e dona Marisa abrem o “Salão do Turismo - Roteiros Brasil” acompanhados do ministro do turismo Walfrido Mares Guia (E), do vice-governador de São Paulo, Claudio Lembo (C), e do presidente do Fórum Nacional de Secretários do Turismo, Marcelo Safadi (D)



Lula discursa na cerimônia do Fórum Mundial, 2004



Walfrido dos Mares Guia, primeiro ministro do turismo do Brasil, de 2003 e 2007, e Eduardo Sanovicz, presidente da Embratur entre 2003 e 2006

O objetivo do fórum é pensar a atividade turística como instrumento para valorização da diversidade cultural e do desenvolvimento econômico e social.

Tanto o pedido às emissoras de televisão quanto a frase vêm às vésperas da divulgação do Plano Aquarela, projeto de *marketing* desenvolvido pela Embratur, que prega uma mudança na alma da propaganda brasileira no exterior. Convém lembrar que desde a criação do Ministério do Turismo, em 2003, a Embratur deixara de traçar políticas públicas para se tornar responsável pela promoção e pelo apoio à comercialização dos destinos brasileiros mundo afora.

As diretrizes do Plano Aquarela vêm atreladas ao Plano Nacional de Turismo (2003-2007) e buscam reposicionar a imagem mesquinha do país, agrilhoadada ao tripé mulher-Carnaval-futebol. “O Brasil não quer mostrar-se como um destino exótico-erótico, mas como um país emergente e moderno”, diz Mariana Selister Gomes, doutora em sociologia no Instituto Universitário de Lisboa e professora e pesquisadora da Universidade Federal de Santa Maria, cuja tese de mestrado tratou do Plano Aquarela.

O texto de introdução do plano, elaborado pela Chias Marketing – escritório que havia desenvolvido o projeto de *marketing* turístico da Espanha, considerado um caso de sucesso no turismo mundial –, exalta a cooperação entre agentes públicos e o setor privado na elaboração do Aquarela.

“Foi utilizado um esquema metodológico pensado para conjugar a liderança institucional do Ministério do Turismo, através da Embratur, com a perícia técnica, o que permitiu um trabalho rigoroso, ordenado, participativo e de busca de consenso e compromisso por parte dos agentes públicos e privados do setor.”

“(…) Foram realizadas reuniões com representantes das organizações, associações classistas, secretários estaduais e lideranças dos setores público e privado ligados ao turismo no Brasil. Durante quatro dias foram mobilizadas aproximadamente 100 pessoas de todo o país e dos diferentes segmentos turísticos num total de 15 reuniões setoriais. A função desses encontros foi auferir o modo como os profissionais e as lideranças do setor avaliam as potencialidades do turismo brasileiro para o mercado internacional, sistematizados em aspectos objetivos: pontos fortes, pontos fracos, os mercados, as cores e as palavras que, na opinião dos participantes, sintetizam o Brasil.”

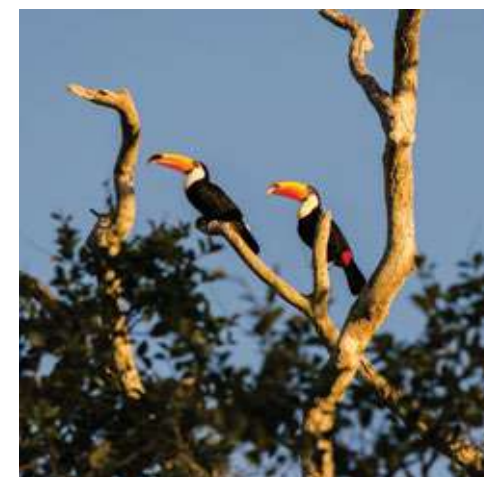
“Quando um país estabelece como prioridade impulsionar o turismo, é necessário formular um plano de longo prazo que seja referência para todas as suas atuações em um âmbito temporal e que estabeleça as bases e as estratégias para todas as suas atuações futuras. A obtenção dos grandes objetivos de incrementar o número de turistas do país, aumentar o ingresso turístico e gerar emprego é sempre o resultado de um árduo processo de planejamento e implantação.”



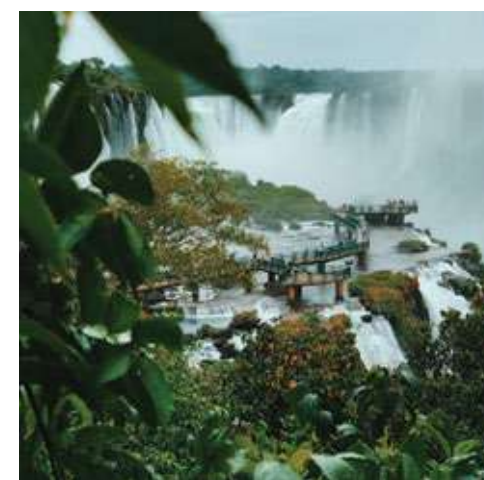
Rio de Janeiro



Amazônia



Pantanal



Foz do Iguaçu



Fortaleza

Duas séries de entrevistas com turistas formaram um dos pilares do plano. A primeira pesquisa ouviu 1.200 turistas estrangeiros que terminavam a sua visita ao Brasil. A segunda falou com 5.000 turistas potenciais, selecionados nos 18 países mais importantes do ponto de vista turístico nos mercados da Europa, da América e da Ásia.

As pesquisas identificaram, por exemplo, as cinco áreas do território nacional mais visadas pelo turista estrangeiro. Nesta ordem: 1) Rio de Janeiro, 2) Amazônia, 3) Pantanal, 4) Foz do Iguaçu e 5) Nordeste. Como os motivos das preferências variam conforme o país, a Embratur adotou metas e orçamentos individuais para conquistar cada um dos mercados. As entrevistas elencaram também as razões pelas quais o Brasil foi o destino escolhido pelo viajante. Em primeiro lugar, ficou o dueto “sol e praia” (51%). Em segundo, simplesmente “conhecer o Brasil” (26%). A “beleza natural” do país foi destacada como um motivo importante por 20%, 13% dos entrevistados citaram a “cultura viva” e 12% exaltaram o “povo brasileiro”.

“Descobrimos que o principal fator de decisão para vir ao Brasil são os recursos naturais”, disse o presidente da Embratur, Eduardo Sanovicz, ao apresentar o plano no dia 22 de julho de 2005, no Hotel Atlante Plaza, no Recife (PE). “Em segundo plano vêm a qualidade de vida e a diversidade cultural do povo brasileiro. Na visão do mercado internacional, nossos cartões de visita são o estilo de vida e o patrimônio natural”.

Para conhecer mais a fundo o *trade* turístico internacional, os pesquisadores do Plano Aquarela ouviram as cinco maiores operadoras dos mesmos 18 países. Segundo a Chias Marketing, as informações mais significativas elencadas no plano são as seguintes:

“1) todas as operadoras, exceto as portuguesas, afirmam estar carentes de informações sobre o Brasil para transmitir aos seus viajantes; 2) os materiais informativos sobre o país devem mostrar toda a variedade e diversidade das atrações locais: clima, geografia, natureza e cultura; 3) as praias do México e do Caribe são mais bonitas que as do Brasil; 4) não existe infraestrutura hoteleira e turística adequada fora dos grandes centros.”

O novo plano traz ainda um novo logotipo oficial para promoção do turismo brasileiro. Construído também a partir das pesquisas e entrevistas do Plano Aquarela, o símbolo, batizado de Marca Brasil, passa a ser incorporado em todos os programas de divulgação e de apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos no mercado internacional. A criação deu-se a partir de um concurso nacional promovido em associação entre a Embratur e Associação de Designers Gráficos (ADG) – o *designer* Kiko Farkas foi o vencedor.

“Foi definido um *briefing* baseado em quatro ideias. A primeira foi a de que para manter a identidade, na mesma linha em que já trabalham outros países líderes, o nome Brasil, em português, deve ser incorporado como elemento de identidade sem tradução. A segunda refere-se às cores. Em cada uma das pesquisas de opinião aos turistas atuais, *trade* e opinião interna foi pedida a sugestão das três cores que para eles identificam o Brasil. (...) O desenho teria que mostrar o verde das florestas, o amarelo do sol, da luz e das praias, o azul do céu e das águas, o vermelho das festas populares e o branco da vestimenta e da religião popular.”

“A terceira relaciona-se com (...) a introdução da ideia de modernidade. Aparecem então a arte, a arquitetura e a música como espaços artísticos mais destacados do Brasil no exterior. A música é difícil de expressar numa marca gráfica. Portanto, a pesquisa foi orientada para a arte e a arquitetura. Os trabalhos de profissionais como Oscar Niemayer, Lúcio Costa, Portinari e Burle Marx conquistam o imaginário com força. A pesquisa feita resultou na escolha de um desenho que ilustra a capa de um livro sobre a obra de Burle Marx – especificamente um desenho para o projeto do jardim da cobertura do prédio do Ministério da Educação do Rio de Janeiro, apresentado como referência para os *designers* gráficos selecionados:



Identidade visual para o setor de turismo brasileiro no exterior, Kiko Farkas, Máquina Estúdio

“Uma das características singulares do Brasil é sua mistura racial e cultural, uma sociedade constituída por portugueses, índios e africanos, aos quais foram se juntando imigrantes de dezenas de outras nacionalidades. Essa miscigenação é o que distingue os traços da ‘brasilidade’ – a amabilidade, a hospitalidade, a alegria e o jeito de ser do brasileiro – e a diversidade do patrimônio cultural do país em seus matizes regionais e ambientais: a música, a dança, a arte popular, a religiosidade, o futebol, a arquitetura, a gastronomia etc.”

Trecho do Plano Aquarela, lançado em 2005

Além do Plano Aquarela, o ano de 2005 recebeu dois eventos de importância lapidar no novo momento da atividade no Brasil, ambos no ventre do Plano Nacional de Turismo (2003-2007). Em janeiro, é lançado o Programa Turismo Sustentável e Infância (TSI), integrando ações do Plano Nacional de Enfrentamento à Exploração Sexual e Comercial de Crianças e Adolescentes no Turismo. De 1º a 5 de junho, com o foco na regionalização pregada pelo PNT, o Ministério realiza o 1º Salão do Turismo – Roteiros do Brasil. No evento, são apresentados 451 produtos e roteiros de 131 regiões, abrangendo 959 municípios.

Em outubro de 2007, a CNC ganha um reforço de peso em sua estrutura. Eraldo Alves da Cruz, então presidente da ABIH, assume a interlocução da atividade turística com a Confederação. Cruz passa a ser o assessor da presidência da CNC para assuntos de turismo.



Associação de Marketing Promocional (Ampro)

Criada em 1993 por um grupo de profissionais atuantes no mercado de *marketing* promocional, representa o setor e eleva a percepção de valor dessa importante atividade para a movimentação econômica e geração de valor para as empresas. É a única que desenvolve nacionalmente a teoria e a prática do setor de *Live Marketing* de forma ampla. Com sede em São Paulo, possui cerca de 300 empresas associadas, com representação abrangente em todo o território nacional.

www.ampro.com.br

Turismo é soma, sabia Eraldo Alves da Cruz

Por José Guillermo C. Alcorta

Se na vida ninguém faz nada sozinho, no turismo menos ainda. Fazemos parte de uma indústria em que todos os segmentos e *players* estão interligados entre si e a dezenas de setores da economia e da política. Uma interdependência que precisa ser cuidada e analisada elo a elo, para que um rompimento não tenha dimensões maiores do que deveria.

Ter essa visão do todo, abrangente, com as qualidades, as dores e os desafios de cada parte, em um trabalho diplomático de muita empatia e sabedoria, é para pouquíssimos. E nosso querido Eraldo Alves da Cruz era um desses poucos a ter essa visão 360 graus de nossa indústria. Eraldo tinha, em suas características pessoais, o dom de dialogar com todos, de se relacionar com maestria e de estar sempre em busca do pensamento dos outros, para, assim, montar uma análise mais justa e empática do todo.

Ter uma opinião que se soma e não que apenas seja contraponto. Um grande observador, sabia analisar como poucos as engrenagens do setor e dizer onde deveriam ser feitos ajustes. Sem imposição, sem apontar dedos, mas, sim, com propostas que, em muitas vezes, mudaram e aceleraram o crescimento da hotelaria e do turismo no Brasil.

Culto, educado e político, Eraldo participou do turismo em sua totalidade. Como hoteleiro (no Eron, de Brasília) e como voz atuante na política do setor. Como empresário, mas também como conselheiro – e eu mesmo soube em muitas vezes beber dessa fonte e me aconselhar sobre decisões importantes, pois ele estava sempre circulando em diversos grupos, segmentos e associações.

Era, portanto, um grande professor, mas também um colaborador a mais com a política pública para o turismo. Foi um ótimo amigo, mas também um crítico construtivo do nosso *trade*, do nosso turismo, pois estudava, analisava, ouvia, sabia do que estava falando.

Desde o início da carreira, viu que a política associativa e a cooperação por meio da atuação no Sistema CNC-Sesc-Senac eram a chave para que o setor buscasse soluções em conjunto. Lutasse junto. E celebrasse as vitórias unido. Foi um dos grandes divulgadores das conquistas do Senac e do Sesc no turismo, sempre sugerindo pautas para a Panrotas, de forma a evidenciar esse trabalho pelo Brasil que muitas vezes não chega às lideranças de São Paulo ou Brasília.



Eraldo Alves da Cruz, secretário executivo do Cetur/CNC

Eraldo foi fundador e presidente do Sindicato das Empresas de Turismo do Distrito Federal (Sindetur-DF), ou seja, por muitos anos esteve representando os agentes de viagens. Foi vice-presidente do Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Distrito Federal (Sindhobar-DF), diretor e vice-presidente da Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio-DF) por nove anos, membro dos Conselhos Regionais do SESC e SENAC-DF, além de membro do Conselho de Representantes da CNC.

Presidiu a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH Nacional), de 2004 a 2007, quando a entidade ganhou em atuação e respaldo político. Como presidente da ABIH, brilhou e abriu caminho para sua atuação na CNC, onde foi assessor da presidência atuando em assuntos institucionais e turismo, foi secretário-geral da Confederação e ajudou a reformular o Conselho de Turismo, do qual foi secretário executivo. O hoje Conselho Empresarial é a materialização da luta de Eraldo: empresários, governo, entidades, órgãos diversos em torno de uma mesa, lutando pelos mesmos objetivos, dialogando e construindo juntos.

Opiniões divergentes que conseguem chegar a um denominador comum. Eraldo sabia que nem sempre sairia vitorioso em um país tão diverso e gigante, mas apostava que o caminho do sucesso passava por exemplos como o do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade da CNC. Ele sabia da importância dessas articulações, do debate abrangente, do relacionamento com todas as esferas do turismo e do governo e da união do setor para que essa indústria tivesse o reconhecimento que sempre buscou desde que iniciou na hotelaria. E sua atuação à frente do icônico Eron, na capital federal, comprovou como sua articulação setorial combinava com a gestão hoteleira, fazendo do hotel um ponto de encontro para as lideranças políticas e empresariais do país.

Membro do Conselho do Instituto de Hospitalidade, membro da Academia Brasileira de Eventos e do Conselho Universitário do Centro de Ensino Unificado de Brasília, cidadão honorário de Brasília, Sergipe e Vila Velha, também recebeu o título de Cidadão do Estado do Rio de Janeiro. Conselheiro de muitos de nós no turismo, um homem de enorme fé, um grande amigo, marido, pai e avô, Eraldo Alves da Cruz deixou um importante legado para nossa indústria, para nosso dia a dia: se ninguém faz nada sozinho, é da união e do entendimento entre todos nós que o turismo crescerá cada vez mais. A busca desse entendimento e de estudar a fundo, com dados em mãos e fontes confiáveis, as tendências e os meandros do setor também são lições deixadas por nosso querido amigo, que cumpriu com maestria sua missão nessa vida e em nosso turismo. Nós agradecemos e continuamos sendo inspirados por ele.

José Guillermo C. Alcorta é presidente e fundador da Panrotas, membro da Academia Brasileira de Eventos e conselheiro consultivo do Cetur/CNC



Primeira reunião com participação de Eraldo Alves da Cruz, quando foi apresentado oficialmente aos conselheiros. Da esquerda para direita: Eraldo Cruz, conselheiro Flávio Pedrosa, conselheiro Guillermo Alcorta, presidente Oswaldo Trigueiros, conselheiro Norton Lenhart



A consistência dos embates no Conselho, prestes a comemorar 50 anos de vida, e as posições embasadas da Câmara Empresarial do Turismo munem a iniciativa privada com conteúdo e com a representatividade necessária para participar ativamente das discussões da Lei Geral do Turismo. As medidas propostas visam estabelecer condições ao investimento e à expansão da iniciativa privada e, ao mesmo tempo, promover o turismo como fator de inclusão social, geração de trabalho e renda. Reportagem publicada no Portal Eventos, em maio de 2008, fala da importância do novo código:

“Atualmente, diferentes leis e decretos atuam sobre a atividade. Há matérias sobrepostas ou complementares entre união, estados e municípios. Faltam normas de fiscalização e punitivas e padronização dos serviços ofertados.”

“(…) O texto propõe a consolidação de um sistema de informações turísticas com possibilidade de monitorar os impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade. Prevê também a implantação de um sistema de qualidade para o setor e institui um cadastro obrigatório, de âmbito nacional, com vistas ao controle e classificação das atividades, equipamentos e serviços turísticos.”

“Sobre o fomento à atividade turística, a nova lei define critérios para a habilitação das empresas a incentivos e linhas de créditos oficiais e cria mecanismos de suporte. Estabelece condições operacionais do Fundo Geral de Turismo (Fungetur). O intuito é aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado nacional e internacional.”

Promulgada em 17 de setembro de 2008, a LGT entrou para a história como a primeira legislação sobre a atividade turística no país. Um de seus parágrafos define, inclusive, o que é o turismo:

“Para os fins desta Lei, considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.”



Garibaldi Alves, presidente do Senado, recebe o ministro Luiz Barretto, o empresário e membro do CNT, Guilherme Paulus, Eraldo Alves da Cruz e Norton Lenhart, da CNC



Conselheiro Flávio Pedrosa



Reunião com o conselheiro Flávio Pedrosa

Em 15 de maio de 2008, a Confederação Nacional do Comércio passa a ser conhecida por um nome mais condizente com seu alcance: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Um texto escrito pelo presidente da instituição, Antonio Oliveira Santos, em julho de 2009, explica o papel da CNC, mostra a envergadura alcançada pelo seu braço de turismo e fala da relevância do papel do Conselho nesse processo:

“Na implantação e desenvolvimento dos serviços de turismo, o sistema que gravita em torno da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, abrangendo o Sesc e o Senac, tem tido papel de grande relevância. A definição de estratégias flui do Conselho de Turismo, no qual são debatidos, permanentemente, os temas do setor, e da Câmara Empresarial do Turismo, que reúne as associações empresariais e atua como um centro de inteligência.”

“A estratégia convertida em ações no Sistema CNC-Sesc-Senac tem várias faces. Uma delas é a do regime de parcerias com as casas do Legislativo federal, bem assim com o Executivo, por intermédio do ministério do turismo. Para exemplificar, vale citar o Programa de Regionalização do Turismo, intitulado Roteiros do Brasil, no qual se identifica a melhora nas condições de competitividade internacional de mais de 200 polos de atração em nosso país.”

“(…) No domínio da hotelaria, o Senac mantém a maior e mais moderna rede de educação profissional, com mais de 500 unidades de ensino, além de 21 faculdades e mais de 300 centros de formação profissional sobre o turismo. O Senac mantém hotéis e restaurantes-escola, centros voltados para turismo e hospitalidade e unidades móveis para alcançar regiões mais longínquas, inclusive a Amazônia.”

“Com enfoque distinto, voltado mais para o aspecto social, o Sesc mantém mais de 40 colônias de férias com uma clientela voltada, de preferência, para os comerciários de renda modesta e os da terceira idade, sendo o custo da hospedagem fortemente subsidiado, constituindo, assim, o chamado turismo social. Para concluir, cabe enfatizar que, indiferentemente da conjuntura econômica, é o comércio, com suas diversas facetas, entre as quais o turismo, que usa mais intensivamente o trabalho de homens e mulheres, gerando maior número de empregos.”

O turismo, elemento de impulsão da economia

ANTONIO OLIVEIRA SANTOS
PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO

Artigo de Antonio Oliveira Santos - Jornal do Comércio de 1 de julho de 2009



Entrevista

Antonio Oliveira Santos, presidente de honra da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

O senhor esteve à frente da CNC e presidindo os Conselhos Nacionais do Sesc e do Senac por quase quatro décadas, de 1980 a 2018. Como se dá a ligação das entidades com o turismo?

A ligação da CNC com o turismo brasileiro é total e histórica. Foi com a Confederação e seu Conselho de Turismo, criado em 1955, que o setor começou a ser pensado de forma

mais oficial e organizada. O Sesc e o Senac também estão fortemente vinculados ao desenvolvimento do turismo nacional. São instituições que tiveram um papel muito forte de institucionalização do setor. A partir dos anos 1980, com a volta do país à democracia, se tornou ainda mais decisivo ocupar os espaços de discussão das políticas públicas. O Conselho de Turismo da CNC foi protagonista nesse cenário, ajudando a definir os rumos do turismo brasileiro, trabalho que faz até hoje, de forma muito competente.

Quais ações do Sistema CNC-Sesc-Senac em prol do turismo o senhor destacaria?

Todas as grandes decisões e ações que ajudaram a moldar o turismo brasileiro tiveram sangue, suor e lágrimas do Sistema Comércio. Por exemplo, o arcabouço legal que rege o setor, e cujo melhoramento contínuo foi e segue sendo um compromisso do nosso Sistema. A educação profissional de excelência do Senac, formando mão de obra altamente qualificada para ajudar as empresas do setor a crescer. E o turismo social

do Sesc, pioneiro em muitos aspectos, abrindo oportunidades de lazer e qualidade de vida não apenas para os trabalhadores do comércio, mas para a população do Brasil, em iniciativas integradas que promovem o desenvolvimento do turismo e das comunidades locais, com grande ênfase aos cuidados com o meio ambiente, como é o caso do Sesc Pantanal e outras importantes iniciativas espalhadas pelo Brasil.

Durante a sua atuação, o senhor esteve próximo de diversos presidentes da República. Como avalia essa comunhão entre os setores privado e público para o desenvolvimento da atividade turística?

É desejável e importante que essa sintonia ocorra. O Sistema Comércio consegue chegar a lugares que ainda não contam com uma estrutura de serviços adequada. As unidades do Sesc e do Senac às vezes são os únicos serviços de qualidade com que a população pode contar. A capilaridade do nosso Sistema é enorme, são mais de 2 mil municípios atendidos, e ainda temos as unidades móveis, que levam

todo tipo de serviço para os mais distantes locais. Isso não pode ser desprezado por governo nenhum. E a nossa atuação nos dá a legitimidade necessária para vocalizar os anseios dos setores que representamos, entre eles, o turismo. A nossa interlocução é abalizada e sempre voltada para as melhores soluções para as empresas e para o país.

O senhor integrou a delegação brasileira durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, conhecida como Rio-92, no Rio de Janeiro. Qual a importância da conferência para o turismo nacional?

A Rio-92, ou Eco-92, como também foi chamada, deu uma dimensão nova para a questão ambiental e o desenvolvimento sustentável. Os balanços realizados, as convenções aprovadas, tudo sob os olhos de chefes de Estado de todo o mundo, trouxeram definitivamente para a pauta um assunto que ganhou grande importância também para o turismo. Do ponto de vista da visibilidade do Brasil e, particularmente, do Rio de Janeiro, foi um evento de grande importância, que exigiu um esforço

coordenado que, mais tarde, seria repetido nos grandes eventos que o país e a cidade sediaram, já no século 21.

Em 1994, durante o lançamento da primeira Coletânea Turística da CNC, o senhor elencou a prática do turismo social como um dos pilares de uma política turística viável. Qual a importância dessa prática?

Mais do que nunca, o turismo social reafirma sua importância para a consolidação do setor no nosso país. E o Sesc tem muito a mostrar sobre isso. O direito ao lazer do trabalhador do comércio, e da população brasileira de uma forma geral, é fator que deve ser reconhecido e considerado na elaboração das políticas públicas. A prática do turismo de forma sustentável, acessível e inclusiva, junto com o desenvolvimento de recursos humanos para o turismo – a educação profissional de excelência que está no DNA do Senac –, a promoção adequada do produto turístico nacional e a consciência ambiental, juntos, têm poder para elevar o turismo brasileiro a novos patamares. É o que defendemos.

Como presidente de honra da CNC, como avalia o atual momento de crise, causado pela pandemia do novo coronavírus? Que conselhos daria para o setor?

O efeito da pandemia sobre o turismo no mundo todo e, especificamente, no Brasil, foi avassalador. As empresas ligadas ao setor praticamente pararam, tendo em vista as restrições impostas para a prevenção da covid-19. A CNC, sob a liderança serena e lúcida do presidente José Roberto Tadros, assumiu de forma resoluta a defesa das empresas do setor, formulando propostas, assumindo um protagonismo positivo na interlocução com autoridades e poderes públicos e, mais uma vez, contando com a competente participação do Cetur. Diria aos empresários do turismo para ter a certeza de que eles estão muito bem representados neste momento difícil e de que todos os esforços estão sendo feitos para garantir a sobrevivência das empresas. Isso é fazer história, como sempre foi o papel do Sistema Comércio.

Em 2008, o Conselho define os cinco macrotemas a seguir para serem alvos de discussões aprofundadas nos próximos quatro anos.

2009
Política de Concessão de Vistos para Países Emissores
Futuro da Aviação Comercial Brasileira

2010
O Turismo e a Economia no Brasil
Infraestrutura Turística e Megaeventos

2011
Turismo Náutico

2012
Turismo Receptivo e Capacitação Profissional

2013
Turismo e Sustentabilidade

Os debates com conhecimento de causa travados pelos principais agentes da atividade turística na discussão dos macrotemas geram conclusões e proposições que são levadas adiante na cadeia de tomada de decisão. No macrotema O Turismo e a Economia do Brasil, por exemplo, uma das propostas foi a desoneração da hotelaria nacional, que ganhou espaço no plano Brasil Maior, com a previsão da inclusão do setor hoteleiro na iniciativa federal. Foi com o livro da CNC sobre o macrotema Turismo Náutico em mãos que a Câmara Federal e o Senado Federal debateram a empregabilidade, a desoneração e a segurança dos cruzeiros marítimos no Brasil. A CNC foi uma das primeiras entidades a tratar da privatização de aeroportos.

Em 15 de abril de 2009, discutiu-se a questão dos vistos. Matéria no *site* Panrotas no dia seguinte faz um resumo do encontro:

“A saída apontada por todos é a flexibilização da atual política de emissão de vistos, que envolve alternativas simples e não significariam o fim da reciprocidade. ‘A flexibilização é viável diplomática e politicamente e não fere os princípios da soberania’, disse Eduardo Jenner, diretor do Instituto de Estudos Turísticos do Rio de Janeiro (Ietur). Entre as medidas sugeridas pelos palestrantes estão a melhoria no atendimento aos turistas nos consulados estrangeiros, a requisição de visto *on-line* e a revisão de algumas exigências para desburocratizar a emissão, mantendo a receita com a taxa para emissão – uma vez que é consenso que o preço do visto brasileiro não é um problema.”



Norton Lenhart, da CNC, na palestra Lei Geral do Turismo

No coquetel de encerramento das atividades do Conselho em 2009, seu presidente, Oswaldo Trigueiros Jr., destaca a mudança na metodologia de trabalho como uma das realizações do grupo:

“Para agregar valor e adequar nossas atividades aos novos tempos, decidimos, em reunião realizada no início deste ano, pela participação da maioria dos nossos conselheiros, pela ampla discussão e promoção de estudos de base, que chamamos de macrotemas. Esses macrotemas geraram a edição de importantes documentos, sendo que o terceiro, O Turismo e a Economia do Brasil, foi finalizado pelo ministro do turismo, Luiz Barretto.”

O ano de 2009 também é de mudanças no Conselho. No dia 11 de março, Eraldo Alves Cruz é nomeado vice-presidente do Conselho de Turismo. Na cerimônia, conduzida pelo presidente Oswaldo Trigueiros Junior, o novo vice-presidente anuncia uma mudança na metodologia das reuniões do órgão: a discussão do macrotema será dividida em conferências com especialistas, além de palestras com três conselheiros. Os resultados passarão a ser sistematizados.

“Antes, as reuniões tinham tema livre. Agora, vamos passar a ter temas previamente selecionados. Esperamos com isso produzir uma massa de informação crítica, mapear o turismo brasileiro e enviar novas propostas ao governo que ajudem a promover o turismo nacional.”

Eraldo Alves, vice-presidente do Conselho de Turismo da CNC

Prova de força da Câmara Empresarial do Turismo, atrelada ao Conselho, vem ainda em 2009, quando os empresários propõem emendas à LGT. Em reunião na sede da CNC, no dia 3 de junho, a CET elenca uma série de emendas para serem apresentadas ao presidente Lula. Entre elas, destaque para:

- 1 – Inclusão de um artigo para proteger agências de viagem em caso de fechamento de aeroportos ou de serviços de má qualidade prestados por terceiros;
- 2 – Permissão para que hotéis organizem pacotes e realizem cobranças antecipadas em períodos de alta estação;
- 3 – Mudança de regras para a cabotagem e isenção de taxas para cruzeiros marítimos;
- 4 – Atualização na norma que define um parque temático;
- 5 – Fim da exclusividade das agências no transporte do viajante.



Entrevista

Conselheiro Norton Lenhart, ex-presidente da Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (atual FBHA).

Como você, uma pessoa do ramo gastronômico, interessou-se em atuar nas entidades sindicais do meio de turismo? E qual a importância dos empresários se envolverem com essas entidades patronais?

Eu sempre gostei muito de política, e quando jovem comecei a fazer política partidária e pude perceber rapidamente que não era aquilo que eu queria fazer. Passei a fazer política empresarial. Estou falando dos anos 1970. As dificuldades com as empresas eram muitas, as interferências do Estado nas empresas eram maiores ainda. Então eu fui

procurar o representante da categoria de bares e restaurantes e percebi que havia espaço para que eu também pudesse colaborar com o setor e, evidentemente, com a sociedade, com a minha cidade, com meu estado. Aí se iniciou a minha trajetória, já vão quase 50 anos de atividade. Porto Alegre tinha um Conselho de Turismo, no qual o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares tinha uma cadeira. Fui me interessando pela atividade, até porque o meu restaurante sempre foi um restaurante temático, de cozinha alemã, portanto, também colaborava com o desenvolvimento do turismo na cidade.

Como se deu a criação da Câmara Empresarial do Turismo no Rio Grande do Sul?

Nós e mais algumas entidades empresariais achamos por bem criar um organismo que pudesse fazer com que o setor produtivo na área do turismo privado pudesse começar a discutir as questões do turismo com foco eminentemente empresarial. Criamos a Câmara Empresarial de Turismo no Rio Grande do Sul, a primeira câmara empresarial estadual criada no Brasil. Nesse meio tempo, começamos a frequentar a Organização Mundial de Turismo (OMT) e eu pude perceber com muita clareza que todos os destinos consolidados da área de turismo tinham uma atuação muito forte e

preponderante do setor empresarial. E não somente de governo. Então, convencido da importância de termos um local em que as lideranças do setor empresarial pudessem se sentar e trabalhar para o desenvolvimento da atividade, iniciamos esse trabalho na Câmara. Naquela oportunidade, os produtos turísticos do Rio Grande do Sul eram Gramado e Canela, depois o litoral de Torres e Capão da Canoa. Não havia nenhum outro produto consolidado. Na OMT percebi o processo de regionalização do turismo. Através de seus estudos e dos *experts* que militavam lá dentro, a OMT percebeu que o produto se tornaria muito mais consistente se ele trabalhasse uma região. Teria muito mais atrativos e poderia trazer desenvolvimento para a região, não somente para uma cidade. Então começou o processo que se chamou na época de *cluster*.

O senhor também foi vice-presidente dos membros afiliados da OMT? O que pode nos contar dessa experiência?

A OMT é a maior entidade do turismo mundial. A finalidade dela é estudar esse fenômeno em todas as suas variantes, projetar, analisar, propor. Evidente que ela é extremamente importante para o desenvolvimento do turismo de qualquer país que queira desenvolver o turismo como atividade econômica e social. Quando passei a

fazer parte, comecei a me inteirar e perceber o quanto isso era importante para trazer conhecimentos para o Brasil a respeito da área, saber o que estava acontecendo no mundo, quais eram as tendências do turismo mundial. Ali eu pude perceber também que o setor empresarial deve ser protagonista do processo. Fui eleito vice-presidente, o primeiro brasileiro a assumir a vice-presidência nesse organismo internacional.

O senhor esteve à frente da elaboração de Lei Geral de Turismo, em 2008. Qual foi o papel da Câmara Empresarial de Turismo nesse processo?

Quando assumimos a Câmara Empresarial de Turismo da CNC (CET), o propósito inicial era fazer o setor empresarial se sentar em uma mesa para discutir as questões importantes e relevantes do turismo. E que a própria Confederação [CNC] nos ajudasse a buscar soluções para os problemas. Daí começou a nascer a Lei Geral do Turismo. O turismo brasileiro não era normatizado. Tínhamos legislações específicas de setores, mas não do turismo como um todo. Eu ousou dizer que, se não houvesse a Câmara Empresarial de Turismo, dificilmente teríamos aprovado a LGT. Fazíamos duas, três reuniões por mês. Antes de começar o processo mesmo, a gente começou a

trabalhar em cima de um rascunho de legislação e aí a cada artigo a gente discutia no todo. Imagine os vários segmentos do turismo, diversos uns dos outros, fazendo uma lei única e que, em determinado momento, tinha problema de antagonismo. Vou dar um exemplo. Transportadores terrestres tinham divergências com os guias de turismo e com as agências de viagem. A hotelaria tinha problema com os *flats*. Eram problemas muito pontuais e muito sérios. Antes de levar a proposta legislativa, tivemos de aparar essas arestas. Temos consciência de que aquela legislação que aprovamos em 2008 foi a legislação possível e que estava ali para ser trabalhada e aperfeiçoada. Trabalhamos diuturnamente, e conhecia cada artigo da legislação. Eu e a assessora jurídica da federação na época, a doutora Lirian Soares Cavalheiro, escrevemos um livro sobre a LGT com proposições para depois de consolidada a legislação. O importante é que, quando nós entregamos a proposta de legislação para o Ministério de Turismo, ela estava pacificada. Sabíamos que não teria nenhuma outra entidade que poderia ir ao Congresso Nacional e pedir modificação. Eu sempre defendi a tese, era o meu lema na confederação, de que nós juntos somos muito mais fortes. Entregamos o projeto, já consolidado pelo Ministério do Turismo e pela Câmara Empresarial

do Turismo da CNC, ao presidente da Câmara e do Senado. A aprovação dessa legislação complexa, extensa, deve ter sido a aprovação mais rápida no Congresso Nacional. Foi rápida porque não havia mais ninguém para contestar nada – estávamos acertados com o Ministério do Turismo e com o setor empresarial. A nossa legislação serviu de exemplo para a Argentina e para o Chile. Também levei esse modelo à OMT, então ela serviu de modelo para outros países em busca de normatização. Se não tivéssemos a CET, dificilmente teríamos aprovado a LGT e não teríamos um marco legal, tal a complexidade de se montar uma legislação com entes tão diferentes. O que uma empresa aérea tem a ver com um restaurante? Nada. O que um hotel tem a ver com uma empresa de turismo rural? Nada. Mas nós conseguimos debater e chegar a um consenso em um mesmo espaço, para que nenhuma pedra sobrepusesse a outra. Um quebra-cabeça. Essa Câmara, portanto, foi extremamente útil. Mas eu só vou ver o turismo como atividade muito importante para o país quando nós não dependermos mais do Ministério do Turismo, quando não dependermos mais da Embratur. Não estou dizendo que eles não devam existir, mas não podemos estar ligados umbilicalmente a eles.

O turismo na década de 2000



Anos 2010

**MACRO TEMAS,
MEGAEVENTOS...**

E CO RONA VÍRUS

A década começa com agenda cheia para o turismo. O Brasil está prestes a ser palco dos dois maiores espetáculos esportivos do planeta. Em 2014, pela segunda vez na história, o país receberá em 12 cidades-sede a Copa do Mundo de Futebol. Em 2016, é a vez dos Jogos Olímpicos desembarcarem no Rio de Janeiro. Na lista de eventos atraídos pelo vácuo do crescimento econômico da década anterior, aparecem ainda os V Jogos Mundiais Militares (2011), a conferência Rio+20 (2012), a Copa das Confederações (2013), a Jornada Mundial da Juventude (2013) e as comemorações dos 450 anos do Rio de Janeiro (2015).

Na abertura da reunião do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio (CNC), no dia 24 de novembro de 2010, o presidente Oswaldo Trigueiros Jr. exalta a oportunidade para o Brasil mostrar sua cara e pede foco no legado que os grandes acontecimentos marcados para os anos seguintes podem deixar na sociedade brasileira:

“Temos a responsabilidade de mostrar ao Brasil, através da nossa experiência, que o legado vale a pena, que justifica o país priorizar a infraestrutura. Este macrotema (Infraestrutura Turística e Megaeventos) foi idealizado com o objetivo de mostrar aos formadores de opinião e às lideranças públicas e privadas ligadas ao turismo o que já foi feito, o que é necessário fazer, os entraves e as propostas de soluções. A experiência de cada um nos proporcionará dimensionar o legado que ficará para o Brasil após a realização dos megaeventos.”

Oswaldo Trigueiros Jr., presidente do Conselho de Turismo da CNC

Trigueiros chama ao microfone Jeanine Pires, ex-presidente da Embratur e assessora especial do ministro dos esportes. Ela lembra de um estudo da Oxford Economics sobre os impactos dos Jogos Olímpicos de Londres (2012) no turismo do Reino Unido. Segundo o levantamento, da receita de 2,4 bilhões de libras prevista para entrar no país entre 2007 e 2017, somente 46% entrou antes e durante os Jogos Olímpicos. O restante – mais da metade, portanto – entrou ao longo de cinco anos após o apagar da tocha olímpica.



Rio de Janeiro - Cerimônia de encerramento dos Jogos Olímpicos Rio 2016, no Maracanã (Fernando Frazão/ Agência Brasil)

Brasil Convention & Visitors Bureau

O Brasil C&VB nasceu da necessidade da aglutinação de todos os C&VBx do Brasil. Além disso, integra os Conselho Nacional de Turismo e Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade da CNC e foi responsável por gerir escritórios de turismo em várias partes do mundo. Uma de suas principais conquistas foi contribuir para que o Brasil alcançasse o 7º lugar no *ranking* mundial na recepção de grandes eventos internacionais. A entidade representa, congrega e norteia procedimentos e aberturas de novos C&VBx Brasil. Além disso, identifica, por meio do Banco Brasileiro de Eventos, os principais eventos nacionais e internacionais com o intuito de compartilhá-los com os C&VBx parceiros.

www.brasilcvb.com.br



Jeanine Pires, ex-presidente da Embratur e assessora especial do ministro dos esportes



“Se não olharmos para essa linha do tempo e pensarmos além de 2016, podemos cair no erro de achar que (os eventos) vão resolver todos os nossos problemas, sem entendermos os impactos que podem ter em outros setores.”

Seguindo o tema do painel – legado da infraestrutura turística –, Jeanine fala da oportunidade única para o turismo, pontua a necessidade de um planejamento para que a década dos megaeventos melhore, de fato, a qualidade de vida do brasileiro e enaltece o momento único vivido pelo país:

“Do ponto de vista do turismo, os eventos serão uma carta branca para outros campeonatos. Se tivermos um objetivo nas mais diversas áreas, esses eventos serão grandes oportunidades para trabalharmos todo o cenário do setor de turismo e de consolidarmos o Brasil no cenário internacional. Receberemos novos clientes, clientes diferenciados, que têm um gasto elevado. Na pesquisa que fizemos com a Fundação Getulio Vargas, em torno de 65% das pessoas que vêm aos eventos internacionais virão pela primeira vez ao Brasil. [Se eles] têm uma avaliação positiva, dizem que querem voltar outras vezes. São formadores de opinião sobre a imagem do Brasil.”

Jeanine Pires, ex-presidente da Embratur e assessora especial do ministro dos esportes



“(…) No caso do Brasil, país emergente, (…) esses eventos devem servir para melhorar a nossa infraestrutura, a qualidade da educação, da saúde, do desempenho esportivo, dos serviços. E a competitividade do setor turístico brasileiro. Nosso problema não é só avaliar a qualidade e fazer melhoria nos serviços públicos, mas também melhorar os serviços privados. A pessoa que vem para cá fazer negócios ou a lazer é experiente e exigente. Precisamos encarar no setor privado o desafio da competitividade e da melhoria do produto brasileiro. Senão, vamos cobrar muito caro e vamos entregar uma coisa que não corresponde ao preço e ao que o cliente quer.”

“Para finalizar, diria que estamos começando a perder o complexo de vira-latas. Nossa história colonial nos fez admirar os outros e admirar muito pouco nosso próprio país. As transformações, a inclusão social, o desempenho econômico do Brasil, as coisas que estão dando certo, fazem com que a sociedade acredite mais nela mesma. Esses eventos certamente serão motivos para a melhoria da autoestima e da qualidade de vida do brasileiro.”

O país tem pela frente uma oportunidade única e imperdível. Por um lado, há o receio – a exemplo do que aconteceu com a Grécia, nas Olimpíadas de Atenas, em 2004 – de o Brasil se endividar, herdar equipamentos esportivos desnecessários e subutilizados e carregar a fama de país caro. Por outro lado, há o espelho de Barcelona, que usou os Jogos Olímpicos de 1992 como trampolim para se transformar em um dos destinos turísticos mais desejados do mundo.



Michel Temer, presidente da Câmara dos Deputados para o biênio 2009/10, recebe representantes dos setores de turismo e desporto

O Conselho trabalha pela segunda opção e por isso aprofunda as discussões a cada reunião. Em 31 de março de 2010, os conselheiros já haviam se reunido para debater os gargalos da infraestrutura aeroportuária brasileira. Os especialistas convidados, José Marcio Mollo, presidente do Sindicato Nacional das Empresas Aeroportuárias (Snea), e Jaime Parreira, diretor de Engenharia e Meio Ambiente da Infraero, defenderam que os investimentos devem ser pensados não apenas para atender este momento mágico do país. “Devem perdurar como patrimônio nacional”.

Parreira informou aos conselheiros que a Infraero, responsável então por 67 aeroportos, já tinha em mãos 6,5 bilhões de reais para investir entre 2011 e 2014. Desse total, 5,3 bilhões de reais seriam destinados às cidades-sede da Copa do Mundo. O objetivo, segundo o executivo, é estabilizar o setor aeroportuário para o período do mundial de futebol, mas atender à demanda crescente pós-evento. Mollo acredita que a preocupação maior também deve ser para quando a bola parar de rolar:

“A Copa do Mundo não é o nosso grande problema. As medidas paliativas adotadas pela Infraero serão suficientes. A questão crítica é na movimentação diária até lá e no pós-Copa, que certamente aumentará o fluxo de turistas. A estrutura está aquém da necessidade da população.”



Correio Braziliense, 29 de setembro de 2011



Tenente-coronel Viviane Damásio Duarte, primeira mulher a assumir a chefia do Batalhão de Policiamento em Áreas Turísticas



Copacabana, Rio de Janeiro

Ainda sob o chapéu do macrotema Infraestrutura Turística e Megaeventos, a questão da segurança pública é debatida em duas reuniões do Conselho. No dia 9 de junho de 2010, a tenente-coronel Viviane Damásio Duarte, primeira mulher a assumir a chefia do Batalhão de Policiamento em Áreas Turísticas, fala da evidente importância da segurança aos turistas em uma cidade como o Rio de Janeiro – ainda mais durante os grandes eventos –, mas lamenta a redução pela metade do tamanho do batalhão nos últimos anos.

“A unidade tem apenas 218 policiais militares, muito menos do que o Rio de Janeiro precisa. Em 2004, tinha 444. Perdemos o efetivo por várias razões, mas por desinteresse do policial em trabalhar naquela unidade, longe do local onde reside. Nossa tropa, em geral, mora distante de Copacabana. (...) Há um efetivo da unidade – treinado e capaz de se comunicar com o turista, de atendê-lo de maneira especial – no aeroporto internacional do Galeão, no aeroporto Santos Dumont, no centro, em Copacabana, na Floresta da Tijuca, no Monumento Pão de Açúcar, na Praça Mauá e na Rodoviária Novo Rio. Os demais locais listados no decreto como de interesse turístico não cobrimos, não temos como atender por falta de efetivo, de condições físicas, logísticas e de pessoal. Pensar em uma Copa do Mundo não é só construir estádio e expandir metrô. A segurança pública consiste em uma chave para o funcionamento disso tudo.”

Enquanto o setor turístico se organiza, o Brasil vive uma forte e perigosa polarização política entre seus dois principais partidos: PT e PSDB. Na oitava edição do Fórum Panrotas – Tendências do Turismo, com patrocínio da CNC, nos dias 15 e 16 de março de 2010, em São Paulo, Guillermo Alcorta, presidente da Panrotas, empresa produtora de informações para profissionais de turismo, deixa claro que a atividade turística está acima de partidos políticos e eleições. Em seu discurso de abertura, aplaude a transformação do turismo em segmento cada vez mais fundamental para a economia brasileira, pede o fim da burocracia para a obtenção dos vistos por estrangeiros e mostra ser urgente o investimento em infraestrutura para o Brasil dar conta da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016.



*Conselheiro Guillermo Alcorta,
presidente da Panrotas Editora*

Presente no evento, o ministro do turismo, Luiz Barretto, afirma que desde 2003 foram investidos pelo Ministério mais de 6 bilhões de reais em infraestrutura turística – obras de aeroportos, pavimentação de estradas, urbanização de orlas e sinalização de locais de interesse. Os investimentos em qualificação profissional chegaram a 250 milhões de reais nos últimos sete anos e mais 440 milhões de reais serão investidos nos próximos anos para treinar 306 mil profissionais. Aderindo à tese sempre defendida pelo Conselho, Barretto diz que o turismo de ponta é feito pela iniciativa privada e pelas prefeituras. “Nosso trabalho [do governo] é dar condições para que o setor tenha cada vez menos barreiras para enfrentar”.

Antes de encerrar sua apresentação, o ministro exhibe os números que mostram o crescimento da importância da atividade no Brasil: 1) em 2010, o orçamento da pasta atingiu 4 bilhões de reais, 2) os recursos deixados por estrangeiros no Brasil subiram de 2,3 bilhões de dólares em 2003 para 5,3 bilhões em 2009, e 3) os desembarques domésticos alcançaram 55,9 milhões em 2009, volume 15% superior ao recorde anterior, de 2007. O ministro anuncia ainda o lançamento de linhas de crédito que totalizam 1,8 bilhão para a construção, ampliação e reformas de hotéis.

A situação do setor hoteleiro, no entanto, parece confortável. Especialistas preveem excesso de leitos mesmo durante os megaeventos. Ainda no Fórum Panrotas, Rafael Guaspari, presidente do Fórum de Operadores Hoteleiros (FOHB), manifesta tranquilidade. Segundo ele, não há necessidade de novos empreendimentos em um raio de 150 quilômetros das cidades-sede. Em metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro, sobrarão leitos. Guaspari mostra certa preocupação apenas com Manaus (AM) e Cuiabá (MT). O cenário é semelhante ao desenhado por Diogo Canteras, sócio da Consultoria HSV:

“No Brasil, alguns mercados têm perspectivas de superoferta de hotéis, mas a grande maioria está em uma situação confortável. É óbvio que por conta da Copa e dos Jogos Olímpicos exista uma pressão para a construção de novos empreendimentos hoteleiros. Mas não faz sentido. Vão ficar cheios durante a Copa. E depois? O que se faz com aquilo?”

Diogo Canteras, sócio da Consultoria HSV



*Fernando de Noronha,
Pernambuco*

Associação Brasileira de Viagens de Luxo (BLTA)

Fundada em 2008, a Associação Brasileira de Viagens de Luxo (BLTA) sem fins lucrativos inclui os melhores hotéis e operadoras de turismo do Brasil. Sua colaboração se concentra em apresentar o Brasil contemporâneo de uma forma inovadora, com autenticidade e sustentabilidade como valores fundamentais. O principal valor é desenvolver um setor de turismo para o Brasil que seja permanente e enriqueça a vida das pessoas, sempre preservando o meio ambiente natural. “Hotéis 5 estrelas e comunidades 5 estrelas” – é o ideal compartilhado por todos os membros da BLTA.

www.blta.com.br

Com o setor muito bem encaminhado, em agosto de 2010, Norton Luiz Lenhart deixa a presidência da Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares, um dos mais importantes alicerces da CNC no setor de turismo e hoje conhecida por Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA). Em seu discurso de despedida, o executivo apresenta seu sucessor – o empresário Alexandre Sampaio de Abreu – e faz um breve balanço de seus dez anos à frente da associação.

“Pegamos uma federação quase em extinção, sem representatividade, com pouco mais de 30 sindicatos. Hoje, ela conta com 63 sindicatos e é uma das entidades mais representativas do empresariado brasileiro – nacional e internacionalmente. Fechamos sempre o caixa no fim do ano sem dívidas. Ousamos, quando resolvemos, com apoio do doutor Antonio [Oliveira Santos, presidente da CNC], trazer o setor empresarial para esta casa. Pela primeira vez, esta casa abrigou entidades associativas que não eram sindicais.”

“Nossa Câmara Empresarial de Turismo conta com 22 entidades, inclusive de confederações coirmãs, como a do Transporte e a da Aviação. Realizamos trabalhos memoráveis na Câmara, como o Congresso Brasileiro da Atividade Turística (Cbratur), que pautou o turismo no nosso país, a Lei Geral do Turismo, que foi um trabalho extraordinário desenvolvido por todas essas entidades, e os planos nacionais de 2002 a 2006 e de 2006 a 2010, culminando com o de 2010 a 2014, com a CNC coordenando esses trabalhos.”

Conselheiro Norton Lenhart, ex-presidente da FNHRBS

“Propusemos que as federações estaduais criassem suas câmaras, porque entendemos ser uma representatividade legítima, de fato e de direito, do turismo brasileiro e do turismo estadual. (...) Apoiamos a manutenção das entidades do Sistema S na nossa casa. Temos convicção da importância desta casa para o empreendedorismo brasileiro. Esta entidade, indiscutivelmente, já é a maior entidade empresarial deste país e da América Latina.”

Com a missão de representar 63 sindicatos filiados em todo o Brasil, o que representa cerca de um milhão de empregos, Sampaio inicia sua gestão à frente da FBHA.

A mesa de autoridades da solenidade de posse da FBHA, composta por Bruno Breithaupt, da CNC; o secretário de Turismo do Rio, Antonio Pedro Figueira de Mello; o ministro Luiz Barretto; Alexandre Sampaio; o ex-presidente da entidade, Norton Lenhart; o presidente da Turismo, Nilo Sergio Felix; o deputado federal Otávio Leite



O ministro Luiz Barretto e Alexandre Sampaio homenageiam o ex-presidente Norton Lenhart, aqui com o filho Wagner



Revista Turismo em Pauta CNC Nº 1

Fiel ao compromisso de gerar conteúdo e colocar à mesa discussões fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística, a CNC cria sua revista própria. Batizada de Turismo em Pauta, a publicação abre espaço para a reflexão dos maiores especialistas do setor e da área acadêmica. A revista junta-se à outra publicação de impacto lançada pela CNC em 2002, a Coletânea Turística, que reúne o conteúdo gerado pelas palestras.

Na primeira edição da Turismo em Pauta, apresentada em outubro de 2010, Alexandre Sampaio de Abreu, recém-empossado presidente da FBHA, faz uma análise da representatividade dos *players* do turismo. Sampaio ressalta que a união das entidades e do empresariado, por meio da CNC, é ferramenta fundamental para motivar o crescimento do setor. Já o então ministro do turismo, Luiz Barretto, escreve um editorial sobre a importância de parcerias, sobre a agilidade na tomada das decisões e sobre conhecimento das necessidades dos segmentos envolvidos para vencer os desafios do turismo, “um setor múltiplo e intersetorial com ao menos 50 atividades relacionadas à sua cadeia produtiva”.



Entrevista

Alexandre Sampaio, diretor da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e responsável pelo Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur).

Como o senhor começou na área de turismo e hotelaria? Já são mais de quatro décadas?

Nem sabia que já tinha se passado 40 anos. Comecei a me interessar por hotelaria em 1977. Nosso grupo investia em automóveis, linhas de ônibus, empreendimentos na área de galpões industriais. Resolvemos construir um hotel em Copacabana nos idos de 1987.

Como entrou para a área sindical?

Quando a situação ficou muito difícil na empresa, nos aproximamos da

Associação de hotéis do Rio de Janeiro. Eu acabei ajudando na área financeira e me tornei vice-presidente financeiro da ABIH do Rio de Janeiro. Em função dessa atuação, nos anos 2000 fui chamado para uma interação com o Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro, o SindRio, que naquela época representava também a hotelaria. Um grupo de hoteleiros e donos de restaurantes se juntou e montou uma chapa com a proposta de uma nova gestão, e ganhamos a eleição. Eu fiquei como vice-presidente, o presidente veio a falecer e eu assumi o cargo e depois fui eleito. Isso foi de 2000 a 2010. Ali eu pude aplicar uma gestão profissional, fizemos uma gestão de reformulação. Implantamos as melhores práticas. O sindicato era único, passei a me relacionar com a Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares, a FNHRBS [atual FBHA]. Hoje estou completando três mandatos na Federação. Abrimos cinco representações e eu levei a sede para Brasília, vendi a sede antiga e comprei uma nova em Brasília. Abri escritórios em Porto Alegre, em São Paulo, levei o escritório do Rio de Janeiro para a Barra da Tijuca e criamos o escritório em Salvador. Com o fim da obrigatoriedade da contribuição sindical, fechamos tudo e ficamos só em Brasília, além de uma representação autônoma em Belo Horizonte.

Quais ações realizadas pela CNC o senhor considera as mais imprescindíveis para o desenvolvimento do setor?

A Lei Geral do Turismo (LGT) talvez tenha sido um grande marco, porque foi discutida com os atores dentro da própria estrutura da CNC. Essa lei, diga-se, está aguardando para ser aperfeiçoada no Senado, porque já se passaram mais de uma década desde a primeira versão. Eu diria também que a discussão dos vistos foi fundamental porque incutiu no governo a percepção de que a gente tinha que liberar a política de vistos. Não fosse a pandemia, teríamos hoje uma grande presença de estrangeiros no Brasil. Cito também a política do turismo rodoviário e as discussões que ajudaram na nova legislação trabalhista. Tudo isso foi de ampla discussão dentro do Cetur e permitiu a criação de um novo ambiente empresarial, a geração de negócios, a indução de desenvolvimento e a atração de capitais e bens internacionais para investimento no Brasil. Eu destaco ainda a questão da reforma tributária, que até o momento não foi votada, mas já marcamos posição de que o setor de serviços, onde está o turismo, não pode pagar a conta sozinho – ou, pelo menos, se tivermos que pagar uma conta mais cara, que possamos ter mecanismos de desoneração da folha para podermos compensar isso. Porque o setor de turismo é altamente empregador, ele emprega, inclusive, pessoas não qualificadas e as qualifica com o auxílio do Senac, referência na educação profissional.

Como foi a reestruturação do Conselho de Turismo para o atual Cetur?

O Conselho de Turismo durante décadas teve um papel de assessoria à presidência da CNC, gerando conteúdo e propostas que serviram como parâmetros para a atuação da CNC em prol do setor. Recebeu ilustres palestrantes, discuti conteúdo de maneira muito adequada, foi gerador de opiniões e serviu como ator importante na discussão das melhores práticas do turismo no Brasil. Em 2003, foi criada a Câmara Empresarial de Turismo (CET), reunindo as principais entidades representativas da cadeia produtiva do turismo nacional, um espaço de debates e de união do *trade*. Em dezembro de 2014, houve uma reestruturação para unificar as duas estruturas, fundindo tudo em um só processo e chegamos ao formato e à denominação que temos hoje com o Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade, o Cetur.

O senhor foi um grande incentivador da criação de conselhos e câmaras de turismo nas Fecomércios, como foi isso?

Em 2011, fui nomeado presidente do Conselho de Turismo da CNC por delegação do então presidente Oliveira Santos e também passei a coordenar a Câmara Empresarial de Turismo (CET). Achei essencial reproduzir nos estados o modelo que tínhamos na CNC. A estrutura do Conselho da CNC abriga todas as

entidades não sindicais do turismo brasileiro, todas as entidades associativas, abarcando as diferentes atividades produtivas do turismo. Então, estimulamos que esse modelo fosse replicado naqueles estados que ainda não possuíam uma estrutura voltada ao turismo, para ampliar o diálogo, sendo mais produtivo, e permitindo que o setor ganhasse mais relevância na discussão e na atuação de todas as Federações do Comércio. Afinal, o turismo impulsiona o comércio e o desenvolvimento econômico.

O Cetur participou da Conferência Rio+20, em 2012. Como o setor se relaciona com a sustentabilidade hoje?

Hoje a sustentabilidade tem uma amplitude muito maior e nunca saiu do radar da CNC. No caso de hotéis e restaurantes, na minha gestão na FBHA, criei uma consultoria para eficiência energética, visando à economia, à redução de custos e a práticas de recuperação e geração de energia sustentável. É uma cultura que trouxemos para a federação e que reverbera. A sustentabilidade em seu aspecto mais amplo é uma preocupação do empresariado, porque no turismo as práticas sustentáveis de hotéis, bares e restaurantes são levadas em conta pelo consumidor.

Como os empresários veem a questão do licenciamento ambiental?

O licenciamento ambiental sempre foi muito difícil no Brasil. Mas tem uma máxima no turismo que é a seguinte: o empreendimento turístico tem o maior interesse em preservar o meio ambiente porque é riqueza, um fator de investimento, ou seja, não se constrói um *resort* em uma praia paradisíaca se você vai poluir aquela praia. O empreendimento turístico tem o maior interesse na conservação. O problema é que o licenciamento ambiental pode ser um grande entrave porque eventualmente os órgãos de licenciamento ambiental estaduais exigem uns cem números de documentos e às vezes esses licenciamentos demoram décadas. Vou citar um exemplo. Maricá [RJ] está recebendo agora um empreendimento que congrega dois *resorts* ecologicamente estruturados. Esse licenciamento demorou doze anos para ser obtido. Isso é inconcebível. Se a gente quer atrair turismo de alto valor, conservando o meio ambiente e atentos para minimizar impactos, precisamos viabilizar estruturas a partir da iniciativa privada. O governo não tem dinheiro para preservar e eu dou o exemplo das lagoas da Barra da Tijuca. Se pudéssemos operar ali com a visão da conservação, teríamos já instalados *resorts* que se comprometeriam, como contrapartida, a recuperar toda

aquela área e poderiam estar trabalhando naquele paraíso que é a Barra da Tijuca, em seu aspecto lagunar. Cancún, no México, deu passos importantes em relação a isso. Não estou dizendo que precisamos ter uma Cancún aqui, mas é preciso ter um pouco mais de mente aberta. O empresário quer investir, quer fazer seu negócio e pode se comprometer com contrapartidas como a conservação. Temos uma legislação hoje que permite a gestão do parque nacional com a iniciativa privada. Um exemplo é o Parque Nacional do Iguazu, parcialmente gerido pela iniciativa privada e que funciona muito bem. Temos que potencializar esse tipo de parceria.

Como o Cetur trabalhou a questão dos Parques Nacionais?

Fizemos a discussão na primeira versão da Lei Geral do Turismo (LGT). Ali já existiam as premissas que facultaram ou viabilizaram as parcerias público-privadas na gestão de parques. Nos Estados Unidos, a maior parte dos parques nacionais é gerida pela iniciativa privada, e isso denota as centenas de milhões de visitantes que os parques nacionais norte-americanos têm. Os nossos acabam sendo malconservados porque não existe dinheiro, não tem processo estruturado de visitação, existe invasão e muitos têm posseiros. É a total perda da capacidade de geração de riquezas, recursos, empregabilidade, em detrimento de uma política míope.

Preservação por si só não adianta, ela tem que ser proativa. Você tem que ter conservação, isso é uma premissa natural, pois ela pode gerar riqueza, empregos e impulsionar o desenvolvimento de forma sustentável.

Como surgiu a ideia dos macrotemas?

Os macrotemas foram uma ideia implementada pelo saudoso Eraldo Alves, então chefe da assessoria de Turismo da CNC. Esses estudos foram essenciais para gerar consensos dentro do *trade* turístico sobre temas que afetavam o setor como um todo. A questão dos vistos foi um exemplo e resultou em que o Brasil saísse do imobilismo, de um posicionamento hermético baseado na colocação constitucional da reciprocidade. No macrotema turismo marítimo, discutimos a carência estrutural dos portos. Outros temas foram: a falta de ações de receptivo, a formação de mão de obra e a eficiência energética. Em suma, houve várias discussões que foram publicadas e divulgadas no Legislativo, no Executivo e em vários segmentos. Conteúdos que geraram propostas e resultaram em melhores práticas que são merecedoras de muito respeito pela postura proativa do Conselho. Os macrotemas tiveram um papel fundamental para a geração de um posicionamento de políticas institucionais da CNC.

Qual o tamanho do impacto da pandemia no turismo?

Nunca me deparei com uma situação tão dramática. O Brasil, por ser um país com muitas contradições e grandes desigualdades, sempre foi um desafio. Mas lidar com a pandemia está sendo o maior de todos. Em função das recessões, o triênio de 2017, 2018 e 2019 foi muito difícil. O setor de turismo perdeu muito, muitas empresas quebraram. Mas estávamos em um processo de recuperação gradual. O ano de 2020 se anunciava como um grande ano para o turismo brasileiro, com grandes possibilidades. A pandemia quebrou nossas pernas. A suspensão que a pandemia impôs ao turismo e à movimentação das pessoas foi dramática. Muitos empreendimentos pequenos, hotéis e restaurantes quebraram. Agências de viagem faliram. Tenho que ressaltar aqui a dramaticidade de deixar as pessoas sem emprego. É claro que o auxílio emergencial pago pelo governo mitigou um pouco isso. Alguns segmentos, como o de congressos e eventos, tiveram faturamento zero. Navios também. Não tivemos movimentos de cruzeiros em 2020. Os congressos tiveram uma redução drástica, tentou-se fazer alguns eventos no segundo semestre de 2021, mas o esforço não gerou receita para pagar as despesas. É um setor dramaticamente afetado e com muitas vítimas em relação ao CNPJ.

Qual o papel do conselho neste momento e qual a perspectiva para os próximos anos?

Durante a crise, a atuação institucional da CNC junto aos poderes constituídos foi customizada e intensificada, com a finalidade de amenizar os efeitos da crise sanitária no comércio de bens, serviços e turismo. Defendemos a adoção de políticas públicas que fomentem o turismo nacional. Obviamente, isso passa por um conjunto de medidas que compense as perdas experimentadas na pandemia. Um problema histórico, que este livro apresenta, é que o *trade* nunca conseguiu convencer o poder público do quanto o turismo é importante, mesmo apresentando argumentos válidos e trazendo dados para demonstrar a importância econômica e social do setor. Com o apoio e incentivo da nova diretoria da CNC e do presidente José Roberto Tadros, além de trabalhar para minimizar os impactos da pandemia, criamos em 2021 o projeto “Vai Turismo – Rumo ao Futuro”. Com ampla participação da comunidade empresarial do turismo em todo o Brasil, estamos reunindo propostas de recomendações de políticas públicas para o turismo nos estados e no âmbito nacional. Na prática, a intenção é que constem nos programas partidários aspectos relevantes de nossa atividade. A CNC, com o objetivo de defender os setores de comércio e serviços, propõe uma ampla discussão desses

segmentos igualmente fundamentais ao Brasil, o que propiciará uma integração plena dos serviços no país.

Qual a importância do projeto “Vai Turismo”?

Como foi amplamente difundido, a estratégia é interagir regionalmente com o empresariado por meio dos conselhos de turismo das Fecomércios nos 26 estados, além do Distrito Federal. Queremos também ouvir a sociedade organizada, atores partícipes e setor público. Tudo baseado na metodologia que leva em conta o ambiente ESG e a óptica dos destinos turísticos inteligentes. As entidades nacionais empresariais que fazem parte do Cetur da CNC têm papel crucial nesse arcabouço.

Dá para falar em perspectiva, em retomada?

Com o avanço da vacinação começamos a ter perspectivas melhores. O verão de 2022 era uma promessa para o setor, mas o avanço da variante Ômicron nos fez pisar no freio e eventos importantes como o *Réveillon* e o Carnaval foram cancelados. Demanda reprimida existe, as pessoas querem viajar, mas com a covid-19 mais controlada, enfrentamos agora uma inflação alta e persistente e as consequências da Guerra no Leste Europeu, que gera alta nos preços das *commodities* e dos combustíveis. Essa alta reflete em vários setores e já impacta o

preço das passagens aéreas. Ou seja, o cenário é complexo, e o fato é que essas empresas estão com muitas dívidas, com muitos passivos. É uma administração de guerra, guerra de geração de caixa e de preservação de seu corpo funcional mínimo.

Como avalia o futuro do turismo? O que esperar por parte dos governos?

Um fato inquestionável é que somos um país de grandes riquezas, mas também com grandes diferenças sociais, educacionais e regionais. Temos miséria, comunidades com grande índice de criminalidade perto dos atrativos turísticos, falta de saneamento básico, dificuldade nos transportes públicos, poucos falam inglês, investimentos em sinalização turística incipiente e muita corrupção. A velha máxima é a pura verdade, quando a administração pública é boa para a população, o turismo se desenvolve. Temos todos os atrativos naturais, grandes cidades que atraem eventos, congressos e seminários, mas faltam políticas comprometidas com o bem de todos. Apesar de todas essas idiosincrasias que o país tem, é possível fazer do turismo um grande gerador de riquezas e sair desses 6 milhões de turistas estrangeiros e potencializar o mercado interno. Precisamos de uma política que ressalte o papel que o turismo pode ter na geração de empregos e na abertura de muitos pequenos e microempreendimentos. Se elegermos bem, talvez o turismo evolua.

Em 2011, a CNC e o Conselho de Turismo passam a incentivar com ênfase a criação de conselhos nas federações estaduais do comércio (Fecomércios). Para conhecer e resolver os problemas do turismo local, a CNC, por meio do Conselho, apoia eventos, promove debates e ajuda no planejamento de ações para o crescimento da atividade turística. Além de fortalecer a imagem da CNC junto ao *trade*, a ação evidencia o interesse da entidade pelo setor de turismo nos diversos estados do Brasil. Em reunião no início do ano, Sampaio já havia falado sobre o tema:

“Gostaria de incentivar as Fecomércios a abrigar as câmaras empresariais de turismo em seus estados. Algumas federações já dispõem dessa estrutura em funcionamento, com êxito na interação entre o *trade* e as entidades associativas que representam os segmentos da atividade turística. Essas câmaras devem seguir o padrão da CNC.”

Para defender essa parceria com as federações comerciais estaduais e mostrar a intrínseca relação entre turismo e comércio, Sampaio apresenta resultados de uma nova pesquisa sobre a atividade turística:

“O comércio varejista, pelos dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) de 2009, soma 6,12 milhões de empregados. O turismo abarca 24% desses trabalhadores, totalizando 1,47 milhão de vagas. Isso significa que o setor de turismo merece estar abrigado nesta casa, interagindo com as Fecomércios, como já estamos na CNC.”

Alexandre Sampaio, presidente da FNHRBS

“Registro minha disponibilidade para acompanhar e orientar a instalação dessas câmaras. Tenho certeza de que nossos pares, Brasil afora, vão ser partícipes no processo, dando às Fecomércios um papel preponderante na inter-relação com o turismo.”

No dia 28 de janeiro de 2011, a sede da CNC em Brasília é palco de uma reunião de lideranças empresariais do setor com o ministro do turismo, Luiz Barretto. O assunto é o Documento Referencial – Turismo no Brasil, primeiro passo para a elaboração do próximo Plano Nacional de Turismo (2011-2014).



Reunião com entidades nacionais do Conselho de Turismo da CNC em 2019



Reunião na sede da CNC com lideranças empresariais e o ministro do turismo, Luiz Barretto, para discutir o Documento Referencial – Turismo no Brasil em 2010



Renato Ribeiro, Jeanine Pires, o presidente do CTur-CNC, Oswaldo Trigueiros Jr., e Alexandre Sampaio

O primeiro macrotema escolhido para ser desvendado ao longo do ano é o turismo náutico. O Brasil oferece a turistas do mundo inteiro 8,5 mil quilômetros de litoral, 9 mil quilômetros de lagos e 36 mil quilômetros de rios. No primeiro encontro do Conselho no ano, no dia 2 de março, as palavras de abertura são do vice-presidente do Conselho e chefe da Assessoria de Turismo da CNC, Eraldo Alves Cruz:

“Tenho o privilégio de vir para cá pelo Aterro do Flamengo e vi que há três iates maravilhosos ancorados para o Carnaval. Mas, por incrível que pareça, o Brasil ainda não tem muito preparo para receber esses iates. A Inglaterra possui um potencial de viajantes de 1 milhão de pessoas que têm veleiros, iates e barcos e gostariam de vir a um país como o Brasil. Eles não vêm, efetivamente, porque são [bem] informados. Esse é um público extremamente informado, que quer saber onde vai parar seu iate, as condições, segurança, todos os detalhes.”

Ao tomar a palavra, o conselheiro Orlando Machado Sobrinho mostra preocupação com os efeitos econômicos do crescimento dos cruzeiros marítimos no país, principalmente na indústria hoteleira. O tema, delicado, merece discussão aprofundada:

“É preciso avaliar os efeitos econômicos que esses cruzeiros estão trazendo à infraestrutura turística. Milhares de pequenas pousadas e hotéis estão sendo afetados. Em busca de *status*, as pessoas estão preferindo fazer alguns dias de cruzeiro pela costa a se hospedar no interior.”

A conselheira Sonia Chami, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), também fala sobre a questão:

“Um dos grandes conflitos da hotelaria com o turismo marítimo é o Réveillon. A hotelaria se junta para pagar a queima de fogos de Copacabana, mas os navios atracam e, gratuitamente, assistem àquele belo espetáculo. Eles vendem o espetáculo sem encargo, sem ônus.”



Conselheira Sonia Chami, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH)



Conselheiro Machado Sobrinho

Em 27 de abril de 2011, ao falar sobre os marcos regulatórios do setor marítimo, o embaixador João Clemente Baena Soares, membro da Comissão Jurídica Interamericana da Organização dos Estados Americanos (OEA), revela que mais de 1 milhão de estrangeiros viajou de navio pelo Brasil na mais recente temporada. Italianos, espanhóis, franceses, norte-americanos e noruegueses são nossos visitantes marítimos mais frequentes. Os pontos mais escolhidos no litoral brasileiro são Santos (340 visitas), Búzios (264), Rio (227), Ilhabela (140), Salvador (111), Maceió (52) e Fernando de Noronha (50), em um total de 23 navios e 15 operadores. Baena pergunta:

“A indústria hoteleira se beneficiou desse contingente de viajantes que pernoitam e se alimentam a bordo? E a gastronômica? Obtiveram lucros reais e robustos, ou marginais e irrelevantes?”



Almirante Eduardo Bacellar e o embaixador Baena Soares

No dia 25 do mês seguinte, ainda dentro do macrotema Turismo Náutico, o encontro do Conselho se debruça sobre as marinas. Colbert Martins da Silva Filho, secretário nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo, braço do Ministério do Turismo, enumera dados que mostram um mercado de inestimável potencial.

“Esses visitantes precisam encontrar condições de acesso adequadas, a fim de trazer suas embarcações com segurança, criando receitas relevantes para o nosso povo. O turista embarcado gasta, em média, 130 dólares onde permanece, chegando a 500 dólares em certas circunstâncias. Mais de 80% desses clientes pretendem retornar aos destinos.”

“O foco da discussão recai no fluxo internacional, que vem experimentando taxas de expansão extremamente altas, destacando-se pelo intenso poder gerador de postos de trabalho em todo o mundo. Um barco parado exige no mínimo de três a quatro profissionais para manutenção permanente. E deixa 8% de seu valor – em torno de 300 mil a 500 mil reais – no local em que estiver.”

“Estamos trabalhando muito para a instalação de bases de *charters* no Brasil. Se conseguirmos atraí-los, normalmente, megaiates de 60 pés, que custam de 1 a 2 milhões de reais, deixarão 8% aqui. Isso já acontece em boa parte do mundo, sobretudo, no Caribe. Nós não temos mão de obra qualificada para o atendimento às demandas desse setor. (...) 90% da construção de barcos de lazer está instalada em países com forte desenvolvimento turístico, como a França. A esse propósito, registre-se, o Ministério do Turismo estabelecerá com o Ministério do Trabalho e Emprego um convênio para a formação, em uma primeira etapa, de mais de 3.500 pessoas no setor náutico em todo o litoral brasileiro, por meio da aplicação de 3,5 milhões de reais do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).”

Silva Filho realça a incipiente estrutura brasileira para receber embarcações:

“De Búzios a Salvador, a primeira marina fica em Vitória (ES) e a segunda em Porto Seguro (BA), com dificuldades de acesso devido ao assoreamento. Depois de Salvador, só em Recife, em uma entrada no rio Capibaribe, e na Paraíba. Natal e Fortaleza não oferecem suportes adequados. Em Belém, uma marina está em construção. São distâncias imensas que dificultam a operação no país.”

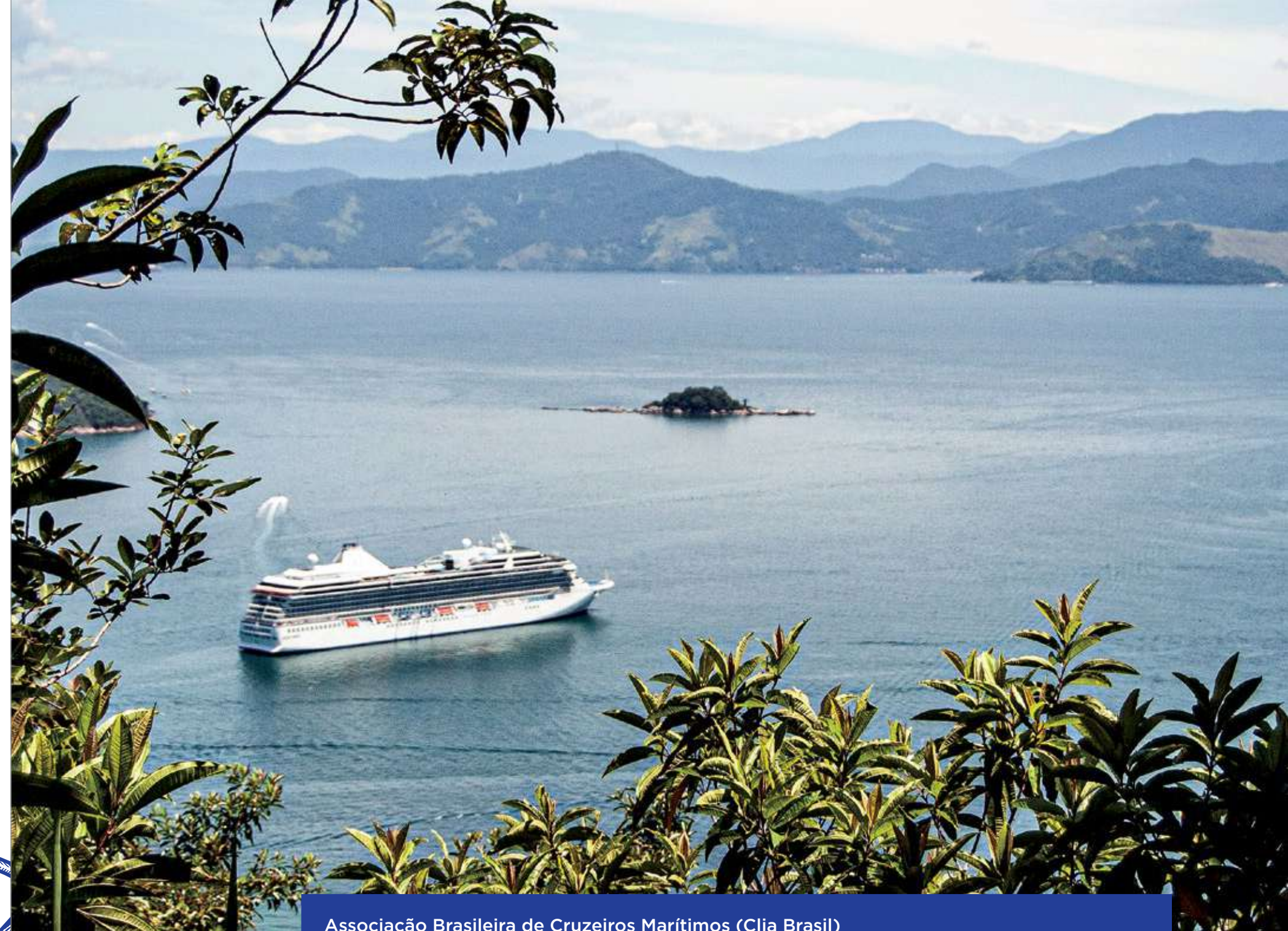
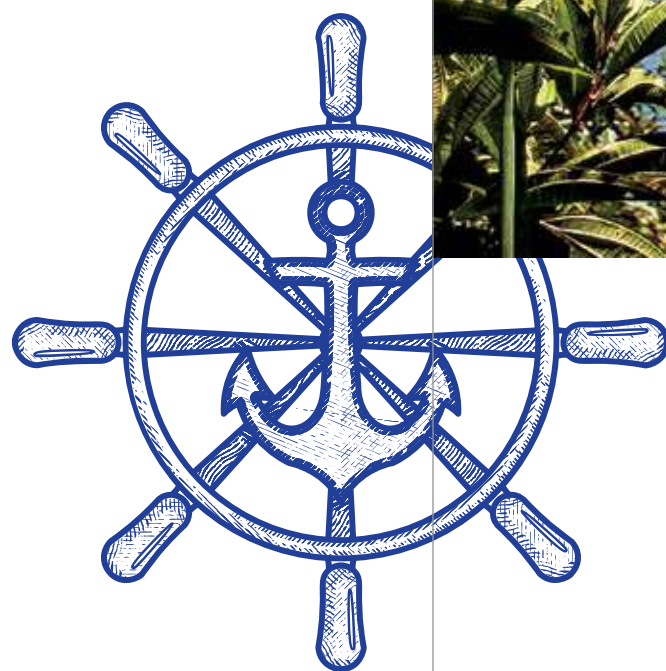
Segundo o secretário nacional, o BNDES, o Banco do Nordeste, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica têm disponíveis linhas de financiamento com juros subsidiados aos interessados em construir estruturas náuticas.



Alexandre Sampaio com o livro *Turismo Náutico*



Livro *Turismo Náutico*



Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (Clia Brasil)

A Clia Brasil é o braço nacional da Cruise Lines International Association, maior entidade do setor de cruzeiros no mundo, composta por prestigiadas armadoras de cruzeiros marítimos e fluviais, por milhares de agentes de viagem, por fornecedores e por parceiros do setor. A missão da Clia é apoiar políticas e práticas que promovam um ambiente seguro e saudável para os cerca de 30 milhões de passageiros que viajam anualmente, além de gerar valor, conveniência e acessibilidade na experiência de viagens em cruzeiros.

www.abremar.com.br

Ao longo do ano, o turismo náutico é debatido com a profundidade necessária nas reuniões do Conselho. Além dos temas anteriores, discutem-se as questões legais que envolvem o turismo marítimo, a dificuldade para a construção de marinas no litoral brasileiro, a revitalização da região portuária do Rio de Janeiro (Porto Maravilha) e a navegação de cabotagem.

No documento gerado após um ano de debates sobre o tema, Antonio Oliveira Santos, então presidente da CNC, reverencia as imensas possibilidades da modalidade, mas pondera: “É preciso usar, não explorar”.

“Na qualidade de importante modalidade da atividade turística, na qual o ambiente natural – oceanos, rios, represas, lagos e lagoas – é, ao mesmo tempo, lócus e matéria-prima, o turismo náutico necessita estar atento aos aspectos relevantes da sustentabilidade, não apenas econômica, mas social, ambiental e mesmo cultural. O Brasil possui mais de 8 mil quilômetros de costa, bacias hidrográficas de valor inestimáveis por sua capacidade ou mesmo biodiversidade, uma malha fenomenal de rios navegáveis e um parque hidroelétrico moderno e pujante que legou ao país um número significativo de represas. Tudo isso é espaço e matéria-prima para o desenvolvimento do turismo náutico no país. Porém, é preciso fazer uso responsável desse patrimônio natural e de infraestrutura.”



Reunião do Conselho de Turismo com as Câmaras e os Conselhos de Turismo das Fecomércios

Os preparativos para os megaeventos seguem movimentando os conselheiros. Em 4 de abril de 2011 acontece o lançamento do Programa Nacional de Educação Senac na Copa, com mais de um milhão de vagas em cursos profissionalizantes em todo o país. A ideia é zerar a carência de mão de obra qualificada para hotéis e restaurantes. Do portfólio Senac, composto por mais de 800 cursos, foram priorizados os setores de gastronomia, hotelaria, turismo e lazer, além de idiomas, como alemão, espanhol, francês, inglês, italiano e Libras, a Língua Brasileira de Sinais.



No dia 29 de junho de 2011, Alexandre Sampaio de Abreu, presidente da FBHA, assume a presidência do Conselho de Turismo. A cerimônia de posse também marca a despedida de Oswaldo Trigueiros, no cargo desde 1991.



Posse de Alexandre Sampaio no Conselho de Turismo da CNC



Alexandre Sampaio e Oswaldo Trigueiros Jr.



Alexandre Sampaio, Oswaldo Trigueiros e a chefe de gabinete Lenoura Schmidt

Oswaldo Trigueiros Jr., uma vida pelo turismo

Em novembro de 2008, Oswaldo Trigueiros Jr., então presidente do Conselho de Turismo, foi convidado para dar uma palestra aos conselheiros. O tema era leve – deixava de lado a burocracia inerente ao cargo e dava espaço para o orador falar sobre viagens, mais precisamente sobre o ato de viajar. Com uma longa passagem pela aviação, Trigueiros ficou à vontade. Conforme matéria no *site* Panrotas à época, elevou as viagens a uma das maiores aspirações da humanidade. “Não há uma pessoa que não se sensibilize com um bonito cartaz de turismo”, disse.



Nascido em Salvador (BA) em 3 de dezembro de 1924, Trigueiros começou sua carreira aos 21 anos na Panair Brasil como funcionário do setor de tráfego. Em 1950, foi admitido na Varig como representante de vendas no Rio de Janeiro. Pulou para coordenador, subgerente, gerente, foi transferido para São Paulo, virou superintendente, diretor assistente e, em 1968, assumiu a diretoria de vendas da área internacional, função que exerceu até 1988. Viveu o auge da companhia aérea gaúcha.

Naquela palestra em 2008, Trigueiros disse que uma viagem se divide em três etapas: projeto, realização e lembranças. “Uma viagem deve motivar sensações”, afirmou. “A simples palavra ‘viagem’ evoca lembranças e estímulos que se misturam como um caleidoscópio”.

Ainda nos anos 1980, foi presidente da Fundação Nacional de Turismo (Funtur) e assumiu o comando da recém-criada Varig Trading S.A., que atuava no mercado exterior aproveitando a estrutura de 130 escritórios internacionais da empresa em 35 países. O executivo dirigiu ainda a área de vendas do sistema Varig Cruzeiro e em 1990 foi eleito membro do conselho de administração da Varig. No ano seguinte, após absorver um mundo de experiência, foi nomeado presidente do Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio (CNC). Por lá ficou durante duas décadas, liderando com elegância e conhecimento de causa os rumos do Conselho.

Ao longo da carreira, participou ativamente de inúmeras entidades ligadas ao turismo, como a American Society of Travel Agents (Asta), a South American Tourism Association e a Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina (Cotal).

Seu último voo foi em 26 de janeiro de 2020, aos 95 anos. No dia de sua morte, a CNC soltou uma nota na qual diz que Trigueiros “foi uma grande personalidade, com relevantes serviços prestados ao turismo do nosso país. Na Varig, ajudou as autoridades brasileiras a promover o Brasil no exterior e à frente do Conselho de Turismo produziu relevantes trabalhos técnicos, que nortearam políticas públicas para o turismo e hospitalidade do Brasil”.

Na abertura da reunião do Conselho Nacional do Turismo (não confundir com o Conselho de Turismo da CNC), em 1º de julho, para validar o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2011/2014, o ministro do turismo, Pedro Novais, reforça que o documento centra esforços e investimentos em ações para erradicar a pobreza no país e estima que, em consequência da realização dos megaeventos, o número de pessoas empregadas em atividades relacionadas ao turismo saltará de 7 milhões para 10 milhões no fim da década.

Para conhecer mais a fundo o turista que movimenta os aeroportos, as rodoviárias e as estradas, a CNC realiza em parceria com a editora Abril e com o Ibope a pesquisa “Quem é o Viajante Brasileiro”. Mais de 10 mil leitores da revista Viagem e Turismo são entrevistados em 17 estados. O questionário inclui perguntas sobre destinos, serviços, hotéis, hábitos, *resorts*, cruzeiros e operadoras. A divulgação dos resultados acontece no 39º Congresso Brasileiro de Agentes de Viagens, no dia 20 de outubro de 2011.

“A maioria dos turistas brasileiros pertence às classes A e B, tem entre 31 e 40 anos e coloca a qualidade dos serviços antes do preço. (...) A classe C emergente ainda viaja pouco pelo Brasil, representando apenas 4% de todos os turistas. (...) A nova classe média ainda não se acostumou em realizar viagens constantes, o que pode ser um alerta aos empresários para focarem nesse nicho.”

“Ainda segundo o levantamento, o turista brasileiro viaja em média duas vezes por ano, sendo que 41% viaja três vezes ou mais no período. Entre os entrevistados, 81% já viajaram para o exterior e para destinos de praia. As grandes cidades lideram a preferência dos viajantes. Nos últimos cinco anos, 94% viajaram de avião, 82% hospedaram-se em hotéis, 73% compraram pacotes turísticos e 57% alugaram automóveis.”



Reunião da CET sobre Agenda Única do Turismo



Reunião de representantes das Câmaras e dos Conselhos das Federações do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

No congresso dos agentes de viagens, o gerente de projetos estratégicos do Senac e conselheiro consultivo do Conselho, Antônio Henrique Borges Paula, afirma que os dados representam um “antes e depois” no turismo nacional:

“De posse dessas informações, o empresariado pode estruturar a sua oferta de serviços, uma vez que o cliente é o melhor cartão de visitas do estabelecimento. (...) A adequação às necessidades dos turistas é de suma importância no atual cenário do turismo nacional.”

Sempre de olho na sustentabilidade, o Conselho embarca na Rio+20, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente realizada na cidade para renovar os compromissos assumidos no encontro de 1992. Durante o lançamento do documento de Contribuições do Comércio de Bens, Serviços e Turismo para o Desenvolvimento Sustentável, realizado no Pier Mauá, em 18 de junho de 2012, Alexandre Sampaio, presidente do Conselho, defende mais integração entre o setor turístico e os responsáveis pelo licenciamento ambiental.

Conforme matéria no Jornal do Commercio no dia seguinte, Sampaio disse ser importante um melhor relacionamento do profissional de turismo com o meio ambiente.

Para avaliar os avanços proporcionados pelas discussões dos cinco macrotemas debatidos desde 2009, o Conselho se reúne no dia 16 de agosto de 2012. “Em quatro anos agregamos muito conhecimento com *experts* do setor de turismo. Os macrotemas são uma compilação de contribuições e propostas desses especialistas, que trazem uma luz às pessoas que estão tratando desses temas”, diz Sampaio.



Conselheiro Antônio Henrique Borges



Macrotemas debatidos nas reuniões do Conselho de Turismo

2009 - Política de Concessão de Vistos para Países Emissores

Há cinco anos o país não sai da marca de 5 milhões de desembarques. Os conselheiros discutiram ações pontuais na Lei Geral da Copa, como o visto eletrônico e o projeto de lei sobre a criação do Conselho Nacional de Imigração, que propõe a dispensa de visto para americanos. A questão dos vistos foi discutida em encontro da presidente Dilma Vana Rousseff com o presidente dos Estados Unidos, Barack Hussein Obama.

2009 - Futuro da Aviação Comercial Brasileira

Em um país de dimensões continentais, a aviação comercial adquire grande importância. A CNC debateu ao longo dos últimos quatro anos temas como o caos aéreo, as privatizações, o crescimento da aviação comercial regional, o acesso da classe C ao turismo, que impulsionou as classes A e B a viajar ainda mais, a infraestrutura precária, a alta do dólar e os prejuízos das companhias aéreas nacionais.

2010 - O Turismo e a Economia no Brasil

Para mostrar a importância do turismo como matriz de desenvolvimento, os conselheiros discutiram temas como o maior acesso da classe C, o conceito do novo viajante nascido com os avanços da internet, a aliança entre os setores e a desoneração. Foram abordados também a capacidade do turismo de gerar empregos e dois novos projetos de lei: a instituição do vale-hospedagem e a classificação do turismo receptivo como atividade econômica exportadora.

2010 - Infraestrutura Turística e Megaeventos

Para saber se estamos preparados para os grandes eventos que se avizinham, os debates abordaram infraestrutura dos aeroportos, segurança pública, mobilidade, acessibilidade, linha de crédito, receptivo, qualificação, oferta hoteleira e o legado que será deixado.

2011 - Turismo Náutico

O crescimento dos cruzeiros marítimos no país levou à discussão de uma regulamentação do setor, que movimentou de 522,5 milhões de reais em 2011.

2012 - Turismo Receptivo e Capacitação Profissional

O objetivo é construir um turismo competitivo, sustentável e viável, baseado na qualidade da mão de obra e dos serviços prestados e na busca pela satisfação dos turistas domésticos e internacionais.

2013 - Turismo e Sustentabilidade

Observar a inter-relação dessas dimensões e buscar uma atuação sintonizada com as melhores práticas leva o empresário a outro patamar ante seus pares e ante toda a sociedade.



2009



2009



2010



2010



2011



2012



2013

A partir de 2013, o Conselho começa a apoiar uma série de eventos para o incremento do turismo nos estados. São seminários e festivais para capacitar empresários e valorizar a gastronomia nacional. A ideia é estimular o consumo de insumos locais e regionais e incentivar o aprimoramento na preparação de pratos e no atendimento ao público, criando oportunidades de interação, cultura e diversão.

Finda a Copa do Mundo de 2014, a despeito do gosto amargo com a goleada sofrida para a Alemanha na semifinal – o famoso 7 a 1 –, o Brasil comemora os números da atividade turística. De 10 de junho a 13 de julho, o país recebeu 1 milhão de turistas estrangeiros (58,5% pela primeira vez) de 202 países e pouco mais de 3 milhões de viajantes brasileiros circularam pelo país – 378 municípios foram visitados. Segundo pesquisa do governo federal, 95% dos estrangeiros pretendem voltar ao Brasil, cada turista ficou em média 13 dias e 83% disseram que o país atendeu plenamente ou superou suas expectativas. A taxa de ocupação do setor hoteleiro nas 12 cidades-sede ficou na média de 80% durante a primeira semana da competição (11 a 18 de junho), superando a expectativa da Fohb, de 74%.

Em palestra na Convenção Secovi 2014, em 28 de agosto, Sampaio enaltece o legado deixado pela Copa do Mundo. O presidente do Conselho destaca o potencial que a enorme exposição midiática do país tem para atrair turistas nos anos seguintes ao evento.



Estande da CNC na ABAV Expo



Alexandre Sampaio na abertura da Abav Expo



Reunião do Conselho de Turismo em 1 de dezembro de 2014. O Conselho assume novas atribuições e passa a ser denominado Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade



Alexandre Sampaio, Antonio Oliveira Santos, o então ministro do turismo Vinicius Lages e Eraldo Alves da Cruz

Em apoio às agências de viagem, braço fundamental da atividade turística, o Conselho participa ativamente da 42ª Abav – Expo Internacional de Turismo, promovida pela Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav). No discurso de abertura do evento, no dia 23 de setembro, Sampaio reafirma o apoio do sistema CNC-Sesc-Senac aos eventos do setor e ressalta a importância econômica da atividade na geração de emprego, renda e divisas para o país:

“O turismo tende a ocupar o seu devido lugar na economia nacional, por meio da sua transversalidade. É uma prioridade da Confederação Nacional do Comércio apoiar o crescimento das atividades do setor, defendendo as demandas do empresariado, investindo na qualificação de profissionais e formando novos públicos.”

Sampaio revela que, nos últimos dois anos, o Sistema CNC-Sesc-Senac capacitou 320 mil profissionais, promoveu mais de 14 mil excursões no ano anterior e realizou três milhões de atendimentos na área de turismo social.

Em 1º de dezembro de 2014, o Conselho de Turismo da CNC muda de nome e assume novas atribuições. Conforme Resolução 465/2014, passa a ser denominado Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur). Ao unificar o Conselho de Turismo, a Câmara Empresarial de Turismo e a Assessoria de Turismo e Hospitalidade, o novo modelo integra todas as áreas de turismo existentes na Confederação.

Às vésperas dos Jogos Olímpicos de 2016 (5 a 21 de agosto), o cenário é diferente daquele sonhado em 2009, quando o Rio de Janeiro foi anunciado como cidade-sede. O Brasil mergulha em uma crise política e econômica profunda. A controversa operação Lava Jato, iniciada em março de 2014, chega ao seu auge e coloca na cadeia nomes proeminentes da política nacional – inclusive o ministro do turismo, Henrique Eduardo Alves, destituído em 16 de junho, a 50 dias da abertura das olimpíadas. Um dia antes, o Rio de Janeiro havia declarado estado de calamidade pública – o governo do estado afirma que a crise o impede de honrar os compromissos para a realização dos Jogos Olímpicos e de garantir serviços públicos básicos. A imagem do país também é arranhada pela epidemia de doenças transmitidas pelo mosquito *Aedes aegypti*.

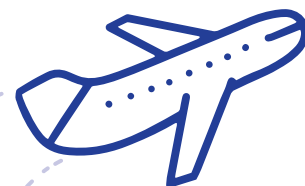
No universo do turismo, o presidente do Cetur lamenta que a divulgação do Brasil no exterior como destino turístico ficou aquém do esperado. “Perdemos uma grande oportunidade. A salvação será a divulgação da mídia internacional que está vindo para cá”, afirma Sampaio.

“Tenho conhecimento de ações pontuais para promover o Brasil pelo mundo, aproveitando os Jogos, mas não de uma estratégia formal e abraçada por todos que trabalham no Turismo. (...) Desde 2011, as políticas da Embratur e do Ministério do Turismo sofrem com descontinuidade de lideranças e, principalmente, de estratégia e recursos.”

Alexandre Sampaio, presidente do Cetur

Por outro lado, as previsões de faturamento eram otimistas. Nos meses de agosto e setembro, a previsão era a de que o evento gerasse receitas de 2,68 bilhões de reais para a atividade turística do Rio de Janeiro, um crescimento de 18,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. A CNC estimou a circulação de 909,4 mil turistas na cidade, sendo 666,3 mil brasileiros e 243,1 mil estrangeiros. Já as Paraolimpíadas, no mês seguinte, tiveram a estimativa de receber 468,5 mil turistas.

Os três segmentos com mais receita bruta com o evento foram, nas projeções da CNC, o de alimentação (34,5%), o de transporte rodoviário (27,5%) e o das atividades artísticas, esportivas e de lazer (17,7%). A expectativa da Confederação foi de que o Rio receberia 243,1 mil turistas estrangeiros e conquistasse a atenção de 4 bilhões de espectadores no mundo.



Mesa de Abertura do Seminário Jurídico do Turismo. Deputado Herculano Passos, Alexandre Sampaio, presidente do Conselho de Turismo, Deputado Laércio Oliveira, presidente da Fecomércio Sergipe, Marcelo Barreto, consultor jurídico da presidência da CNC, Alberto Alves, secretário executivo do Mtur, na época



Para atender uma antiga e pertinente demanda das entidades do Cetur, o Conselho organiza, em 23 de novembro de 2016, o Seminário Jurídico do Turismo. Realizado em Brasília, na sede da CNC, o evento discute questões tributárias e trabalhistas que impactam o ambiente de negócio da atividade turística. “Isso é inédito. Não me lembro de ter um evento tão específico para discutirmos termos jurídicos do turismo. É algo importantíssimo que estamos vivendo”, diz Eraldo Alves, secretário executivo do Cetur.

Os temas debatidos vão da folga aos domingos à terceirização, da cobrança de direitos autorais pela exibição de audiovisual nos quartos de hotéis às novas propostas para a Lei Geral do Turismo (LGT), marco regulatório da atividade, aprovada em 2008. Na abertura do seminário, Sampaio entrega ao secretário executivo do Ministério do Turismo, Alberto Alves, e ao deputado federal Herculano Passos, presidente da Comissão de Turismo da Câmara dos Deputados, a proposta de aperfeiçoamento da LGT – a Lei número 11.771 estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor e disciplina a prestação de serviços, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços.

As sugestões apresentadas foram desenvolvidas por um grupo de trabalho composto pelas 27 entidades do Cetur, pelo Conselho Executivo de Viagens e Eventos Corporativos (Cevec) da Fecomércio de São Paulo e por empresários, advogados e profissionais de entidades do setor. Na lista de temas abordados para enriquecer a LGT, destaque para a liberação de vistos para turistas estrangeiros de países com baixo risco migratório, como Estados Unidos, Canadá, Austrália e Japão; mudança na cobrança de direitos autorais pela exibição de audiovisual nos quartos de hotéis; regulamentação da distribuição e integração da gorjeta na remuneração; possibilidade de reter a reserva em caso de cancelamento pelo hóspede; fixação do turismo como atividade exportadora; e regulamentação da economia compartilhada na hospedagem.

Ao longo de 2016, o Cetur também mantém a cruzada pela legalização dos jogos. Na opinião do conselho, o Brasil tem uma das legislações mais antigas e inadequadas do mundo na área. Para falar do assunto, o conselho convida o presidente do Instituto Brasileiro Jogo Legal (IJL), o jornalista Magno José Santos de Sousa, professor do curso de pós-graduação em comunicação empresarial da universidade Cândido Mendes, no Rio de Janeiro. O especialista revela a existência de 6.848 cassinos no mundo e usa argumentos para desconstruir a imagem negativa dos cassinos e mostrar como a atividade pode beneficiar o turismo e o país.

“O Brasil é o maior exportador de jogadores do mundo. Duzentos mil brasileiros, anualmente, saem do Brasil para jogar em algum mercado com o jogo legalizado. E 70% da arrecadação dos cassinos do Mercosul é de brasileiros. Metade da ocupação em alguns cassinos, principalmente no Uruguai, é brasileira. O Uruguai, um país com 3,5 milhões de habitantes, tem 31 cassinos. Um número muito grande para um país muito pequeno, levando em consideração que, no Uruguai, se fosse patológico, todos deveriam ser viciados em jogo.”

“(…) Para verem a nossa situação frente ao mundo, 71,1% dos países da Organização Mundial do Turismo têm jogo legalizado. E 75% dos que não têm o jogo legalizado são países islâmicos. Do G20, 90% têm o jogo legalizado – os únicos três países que não têm são o Brasil, a Arábia Saudita e a Indonésia, sendo os dois últimos países muçulmanos. Entre os países mais ricos do mundo, apenas a Islândia não tem o jogo legalizado. (…) A indústria do jogo movimentou, no ano passado, 488 bilhões de dólares.”

“(…) Estimamos que o movimento geral de apostas de um país representa 1% do PIB. O PIB brasileiro em 2015 foi de 5,9 trilhões de reais, o que representa um potencial mercado de 59 bilhões de reais. Considerando o conceito mundial de tributação de jogo, que gira em torno de 30%, estamos falando de uma arrecadação de 17,7 bilhões de reais por ano, sem computar as autorizações, as outorgas e tampouco a cadeia produtiva do jogo – vamos precisar de mesas, baralhos, copos, microfone, televisão, centro de entretenimento. Há uma cadeia produtiva enorme envolvendo essa atividade.”

“O cassino revitaliza e gera investimento na região. Mantém o turista mais dias naquele lugar. Essa é a grande verdade. Não vamos conseguir fazer uma Las Vegas no Nordeste. Não acredito. Acredito que vamos ter vários cassinos pelo país. E o Rio de Janeiro vai ser muito importante. No projeto estão previstos 35 cassinos, três no máximo por estado, com prazo de concessão de 30 anos. Os complexos de lazer vão ter bares, restaurantes, centros de compras, áreas de entretenimento.”

“Para finalizar, deixo uma questão. Um hotel quatro ou cinco estrelas emprega no Brasil de 0,6 a 1 funcionário por apartamento. Em um hotel-cassino, essa média sobe para 3,2 por apartamento, porque há 85 novas funções e profissões.”

Magno José, presidente do Instituto Jogo Legal



Presidente do Instituto Jogo Legal, Magno José Santos de Souza

“Ou o jogo é legal ou ilegal. O ‘não jogo’ não existe. Não legalizando o jogo, uma quantidade financeira muito grande vai continuar indo para a mão que não é do Estado e nem da sociedade. Precisamos legalizar o jogo, trazer essa atividade para a luz do dia, dar transparência para o Estado e a sociedade tirarem proveito desse setor.”

Magno José, presidente do Instituto Jogo Legal



Deputado Herculano Passos

Quem também falou na reunião a favor dos cassinos no Brasil foi o deputado federal Herculano Passos, presidente da Frente Parlamentar Mista em Defesa do Turismo.

“Queremos legalizar o jogo para que o país possa arrecadar mais. A expectativa de arrecadação no primeiro ano é de 15 a 20 bilhões de reais. Esse valor vai ser dividido entre o governo federal, os estados e os municípios. Muitos brasileiros vão jogar na América Latina, nos Estados Unidos. Para o Uruguai vão dois aviões fretados toda semana. Nós movimentamos o jogo fora do Brasil. Poderíamos aquecer o mercado brasileiro, pois o jogo gera muito emprego.”

“(…) Montamos uma Comissão Especial para o marco regulatório dos jogos, visando à legalização do bingo, do jogo do bicho e do cassino, os jogos não legalizados no Brasil. (…) Fizemos uma audiência pública, em Brasília, com a participação de muitas pessoas, inclusive da ex-prefeita de Las Vegas. Ela disse que 30% da arrecadação da cidade vem do jogo, 70% de agências de viagens, hotéis, restaurantes, comércio, eventos musicais e eventos esportivos, que proporcionam renda e a empregabilidade de muita gente.”

“(…) Em dez anos, a arrecadação [de impostos] pode chegar a 100 bilhões de reais, [o equivalente a] três CPMF. Quem paga esse imposto é quem joga, não todo mundo, como a CPMF prevê. Esse imposto vai ser revertido para obras sociais, para a saúde, beneficiando as pessoas que mais precisam do poder público.”

Alexandre Sampaio também defendeu a regulamentação dos jogos no Brasil em audiências e palestras que ocorreram em diversos eventos do *trade*. “Tenho certeza de que isso traria um incremento significativo para os negócios ligados ao setor. Além de gerar mais receitas na economia do país e para outros estados”, afirmou. A legalização de hotéis-cassino possibilitaria a movimentação de mais R\$ 15 bilhões em receita por ano no país. A medida também deve gerar cerca de 400 mil postos diretos e indiretos de trabalho. Isso potencializaria o turismo brasileiro, dando mais rentabilidade, competitividade e atratividade. Ele também defendeu que os cassinos possam ir para as capitais, mas, para ele, o foco seria a interiorização dos empreendimentos.

Para evidenciar a importância do turismo para a economia, a CNC lança em abril uma campanha com o mote Comércio e Turismo Viajam Juntos. A ação, veiculada em jornais e revistas, mostra que, como o comércio, o turismo movimenta a economia, realçando a retroalimentação entre as atividades, fundamentais para criar oportunidades de negócios. Um vídeo de um minuto circula pelas redes sociais e cinco peças – cada uma representando uma região do Brasil – são veiculadas em jornais e revistas.

Com a premissa de que o conhecimento é a base para tomada de decisões de qualquer organização, pública ou privada, o Cetur inicia em setembro de 2016 a série de seminários batizada Cenários em Debate.

Os eventos reúnem os principais agentes de todos os segmentos do turismo para discutir de forma abrangente e profunda os principais temas da atividade turística. Ao lado de especialistas brasileiros, nomes estrangeiros colocam à mesa informações, números e vivências de diversos países do mundo.

O primeiro encontro, realizado na sede da CNC em Brasília, mergulha novamente na legalização dos cassinos e debate estratégias para o combate ao mosquito *Aedes Aegypti* – 2016 marca o recorde histórico de casos de dengue, *zika* e *chikungunya* no Brasil. O Cetur, diga-se, já vinha atuando para frear a disseminação da doença. Em março, o Conselho havia promovido a assinatura de um convênio com as principais entidades da hotelaria do país. Participaram da campanha a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH Nacional), o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (Fohb), a Associação Brasileira de Resorts (ABR) e a Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (FNHRBS).

Para o presidente do Cetur, Alexandre Sampaio, o convênio realça a união da categoria e incentiva o engajamento do setor hoteleiro nas práticas de contenção do *Aedes aegypti*. “A campanha nasceu de uma iniciativa de sucesso do Departamento Nacional do Sesc, já implementada em mais de mil unidades do Sesc e do Senac”, conta Sampaio.

No ano em que completa meio século de vida, a Embratur passa por mais uma mudança de perfil. A autarquia ganha *status* de agência de desenvolvimento turístico, com a função de captar recursos estrangeiros para investimentos na atividade. A mudança no modelo de gestão vinha sendo pedida pelas entidades ligadas ao Cetur. Defendiam mais divulgação do Brasil no exterior para ampliar o número de visitantes estrangeiros, a redução na burocracia para estimular os negócios turísticos e uma maior capacidade de interação entre os setores público e privado. O envio do pedido de flexibilização na classificação da Embratur à presidência da República é anunciado pelo ministro do turismo, Marx Beltrão, durante a 48ª Reunião Ordinária do Conselho Nacional de Turismo (CNT).

No dia 6 de fevereiro de 2017, com a permanência da crise econômica após o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, as entidades de classe que representam o setor produtivo do turismo divulgam a Carta Aberta em Defesa do Turismo. O documento, capitaneado pelo Cetur e assinado por 28 associações e pela maior agência de viagem do país, é endereçado aos Ministérios do Turismo, da Fazenda e do Planejamento e da Casa Civil do presidente Michel Temer.



Reunião do Cetur, sobre a campanha *Aedes aegypti*

Ao longo da discussão sobre a flexibilização da Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), que ganhou força em 2016 e 2017, com a chegada de Michel Temer à presidência da República, o Cetur mostra apoio às ações para aprovação do Projeto de Lei nº 3.785/2012, que institui o contrato de trabalho intermitente, permitindo a contratação de mão de obra por hora com escala móvel. Em 31 de maio de 2017, Sampaio se reúne com o ministro do Trabalho e Previdência Social, Ronaldo Nogueira. Na audiência, são abordadas as diretrizes trabalhistas para a área de turismo e hotelaria. O presidente do Conselho apresenta demandas como a flexibilização da CLT sem perdas de direitos adquiridos, o que permitiria contratos de trabalho para prestação de serviços de curtíssima duração e de trabalho intermitente, necessários para que diferentes segmentos do turismo sobrevivam à sazonalidade e possam gerar mais empregos.

Para o Cetur, a legislação trabalhista então em vigor obriga que o número de horas trabalhadas e o período do dia estejam prefixados no contrato, o que, muitas vezes, impossibilita contratações, principalmente para o setor de eventos. Com essa flexibilidade dos contratos, o setor de serviços estima a criação de dois milhões de empregos. A postura e a ação do Cetur reforçam a unidade das entidades representativas do turismo, convergindo suas ações com as do governo federal, por meio de soluções para a área trabalhista.

Como toda atividade econômica requer previsibilidade, os empresários dos diversos segmentos que compõem o turismo pedem, por meio da voz ativa do Cetur e da CNC, uma interface com o governo federal. Em 23 de dezembro de 2016, o presidente da CNC, Antonio Oliveira Santos, já havia recebido o ministro do turismo, Marx Beltrão, para debater, além dos temas relacionados à legislação trabalhista, a liberação dos vistos para turistas estrangeiros de países com baixo risco migratório e o desenvolvimento de um programa de qualificação profissional no modelo do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec).



Antonio Oliveira Santos e o então ministro do turismo, Marx Beltrão



Ouro Preto,
Minas Gerais

Associação Brasileira de Turismo Social – Abrastur

A Abrastur surgiu em 2004, quando da retomada do Conselho Nacional de Turismo, no qual passou a ter assento. Desde então, vem debatendo com a sociedade e o *trade* a importância do turismo social, especialmente o de demanda, pois entende que todos os brasileiros devem conhecer as belezas e a cultura do Brasil. Em 2008, juntamente com o Ministério do Turismo, lançou o Programa Férias do Trabalhador Brasileiro, visando alcançar, por meio de seus Sindicatos, todos os trabalhadores do país. Seu objetivo principal é representar os clubes, as cooperativas e as empresas que trabalhem no interesse do crescimento da demanda de turistas internos no Brasil, especialmente utilizando a hotelaria nacional, em todas as épocas do ano, tanto em alta quanto em baixa temporada.

www.abrastur.com.br

O que pensa o Cetur sobre alguns temas supracitados

Negociação Coletiva de Trabalho

O Brasil está próximo de resolver essa questão por conta de projetos tramitando no Congresso Nacional que valorizam a negociação coletiva – o negociado entre as partes valerá tanto quanto a lei. O que se pretende não é tirar direitos dos trabalhadores, apenas permitir que as partes discutam interesses comuns fora do previsto na legislação.

É preciso fortalecer a negociação coletiva e dar segurança jurídica aos empregadores, reconhecendo que a geração de postos de trabalho depende fundamentalmente da disposição para investir.

Insalubridade

A Norma Regulamentar do Ministério do Trabalho prevê insalubridade para a coleta e industrialização de lixo urbano, mas a limpeza de banheiros não se equipara a essa atividade. Como hotéis e motéis são locais de grande circulação, o risco é entender-se que a camareira deve receber o adicional. A questão é muito subjetiva para que o empresário possa ser responsabilizado.

Folga dominical

A norma que estipula uma folga aos domingos a cada quatro semanas na escala de revezamento gera dificuldade para o empresário. Em cidades turísticas, comércio, hotéis e áreas de lazer funcionam aos domingos. Existem casos de acordo coletivo em que os próprios trabalhadores solicitaram a suspensão da norma.

Terceirização

As negociações avançam pouco devido à ação contrária das centrais sindicais. Além de liberar a terceirização das atividades-fim, o projeto propõe a responsabilidade subsidiária, que obriga o contratante a responder pela dívida só depois que os bens do devedor principal não forem suficientes para quitar o débito.

Trabalho intermitente

Se aprovada, a iniciativa ajudará a evitar a informalidade, tornando legais as contratações de pessoas por pequenos períodos com a garantia dos direitos da legislação, calculados proporcionalmente às horas trabalhadas.

Direitos autorais por audiovisual nos quartos

Um dos pleitos históricos da hotelaria nacional é o fim da cobrança de direitos autorais pela execução audiovisual nos quartos de hotéis, que são considerados espaços de frequência individual e não coletivo. O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad) realiza a cobrança como execução pública. Segundo o entendimento do Superior Tribunal de Justiça (STJ) em 2016, o hotel que disponibiliza sinal de TV por assinatura aos hóspedes não deve pagar direitos autorais ao Ecad, já que esses direitos são recolhidos pelas operadoras de TV. Seria uma cobrança em duplicidade. A Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (FNHRBS) auxilia seus sindicatos a procurar as operadoras de TV e distribuidoras de música por *streaming* para fechar contratos coletivos de assinatura.

Dando continuidade aos seminários do programa Cenários em Debate, o Cetur reúne em agosto de 2017 uma seleção de especialistas para debater o impacto da economia colaborativa nos setores intrinsecamente ligados ao turismo: hotelaria, alimentação, transporte e agências de viagem. O caminho é sem volta. Aplicativos como Airbnb, Booking e Uber são uma realidade com influência significativa na atividade turística.

Ciente da importância do universo digital no novo momento da economia, o Conselho mostra-se aberto, sabe que o modo de viajar evolui ao longo do tempo conforme as transformações sociais, comportamentais e tecnológicas. Sempre foi assim. Por outro lado, Sampaio defende que os novos negócios, bem-vindos, devem considerar o ambiente regulatório dos países onde se instalam:

“Esse novo ambiente de serviços ofertados por meio de plataformas digitais conecta oferta e demanda e redesenha o papel do intermediário. Nesse contexto, o novo intermediário recebe os lucros da inovação, mas não responde por uma gama de exigências fiscais, tributárias, trabalhistas, sanitárias e de segurança, entre outras cobradas dos serviços tradicionais.”

“As novas tecnologias não impactam apenas os empresários dos setores de hospedagem, alimentação fora do lar, agenciamento e transporte. Impactam também os consumidores. Os criadores e administradores desses novos negócios devem considerar o ambiente regulatório dos países onde se instalam.”

Alexandre Sampaio, presidente do Cetur

A questão sempre essencial da geração de empregos – função cumprida historicamente de maneira eficaz pela atividade turística – também aparece no discurso de Sampaio:

“(…) É necessário o diálogo sobre como fomentar a inovação, garantindo uma concorrência equânime com o segmento, que é um dos principais geradores de empregos no país e no mundo. E o que melhor possibilita a coexistência entre esses modelos de negócios são políticas públicas (ou regulamentações) justas. (...) Cabe a nós e às lideranças parlamentares criarmos uma tributação específica para essa nova economia.”

Manuel Gama, presidente do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (Fohb), faz coro e pede que a iniciativa privada e o governo imprimam novas regras em virtude da nova conduta surgida no mercado, a fim de que todos possam trabalhar em condições de igualdade:

“Eles estão dentro da lei, entretanto, o país necessita de novos postos de trabalho. Enquanto a hotelaria emprega mais de um milhão de pessoas, o que o Airbnb entrega nesse capítulo?”



Manoel Gama, presidente do Fohb



Turismo, Cenários em Debate, Cetur

Além dos representantes do turismo brasileiro, participam do seminário sobre economia colaborativa convidados internacionais, como John Kester, diretor de competitividade da Organização Mundial de Turismo (OMT), Dan Peltier, repórter da Skift (empresa de mídia digital com foco na indústria de turismo) e Mirko Lalli, da empresa italiana de *marketing* e comunicação Travel Appeal. O trio traz um panorama dos impactos da economia digital no turismo no mundo e, mais do que mostrar oportunidades geradas pela nova realidade, fala em um novo modelo de negócio. Com a palavra, Kester:

“A tecnologia e a inovação provocaram um grande impacto no setor, fomentando, sob a óptica de conectividade, empreendedorismo, transporte, infraestrutura, logística, gestão, segurança, hospitalidade e promoção. Estamos falando muito além da simples identificação de oportunidades, falamos agora da criação de diferentes modelos de negócios e do desenvolvimento de recursos humanos que opera uma emergente arquitetura organizacional de serviços. Graças às ferramentas tecnológicas, podemos oferecer novos e melhores produtos, diversificando as escolhas e aprimorando a experiência do consumidor. Isso facilita também a economia de escala, com a elevação da produtividade e do valor agregado.”

Peltier, repórter da Skift, apresenta resultados de um estudo realizado meses antes sobre a hotelaria na América Latina. As grandes tendências apontadas são a valorização dos destinos regionais e as viagens realizadas com o uso de plataformas de compartilhamento. Para Peltier, os instrumentos que se consolidam para atender essas tendências são as plataformas digitais como Airbnb e Booking, já indissociáveis dessa nova era do turismo.

Dados da Skift mostram que o consumidor passa em média dois meses pesquisando a viagem antes de bater o martelo. As buscas são feitas em maior parte no celular. Entre os consumidores, 98% utilizam um *smartphone*, 80% garimpam informações em um computador e 23% usam um *tablet*. Para 83% dos viajantes, a decisão do destino acontece por meio de fotos no Facebook, 55% determinam o pouso depois de verem fotos no Instagram, 48% apontaram a indicação de amigos e 42%, vídeos *on-line*.

Em maio de 2017, três meses antes do seminário, Sampaio havia se reunido na sede do Cetur, em Brasília, com o ministro do turismo, Marx Beltrão, para falar a respeito do Brasil+Turismo, pacote de medidas do governo para acelerar a atividade, e sobre a regulamentação dos aplicativos de economia compartilhada. Para combater a concorrência predatória de plataformas digitais, Sampaio sugere ao ministro a cobrança de uma contribuição social de 15%. Os recursos arrecadados, conforme a proposta do Cetur, seriam revertidos integralmente para um fundo de promoção dos destinos turísticos do país.

Na reunião, discute-se também a retomada de programas para atração de eventos internacionais - o Brasil que já ocupou o sétimo lugar no *ranking* da Associação Internacional de Congressos e Convenções (Icca, na sigla em inglês) caíra para a 15ª colocação. O encontro motiva a realização, no ano seguinte, de uma série de quatro encontros na sede da CNC em Brasília para debater a importância da estratégia do segmento de eventos no contexto empresarial e para a cadeia produtiva do turismo.



Ministro Max Beltrão no seminário “A importância dos parques temáticos para o turismo”, realizado pelo Síndepat na sede da CNC Brasília



Seminário Eventos em Debate



Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc)

Fundada em 1977 para ser referência para empresas do mercado de eventos, relaciona-se com todas as esferas governamentais e representativas, incluindo o Conselho Nacional de Turismo e a Embratur, o que permite participar dos projetos, dos convênios e das ações que envolvem o desenvolvimento do turismo de eventos. Atua na defesa dos direitos de suas associadas, por meio de negociação e acompanhamento das mudanças econômicas, políticas, legislativas, sociais e tecnológicas. Presente em 12 estados, representa empresas de todo o Brasil.

www.abeoc.org.br

Às vésperas da eleição presidencial de 2018, as entidades e associações da cadeia produtiva do turismo que compõem o Cetur produzem um documento com propostas de construção e consolidação de uma política pública para promoção e desenvolvimento da atividade turística no Brasil.

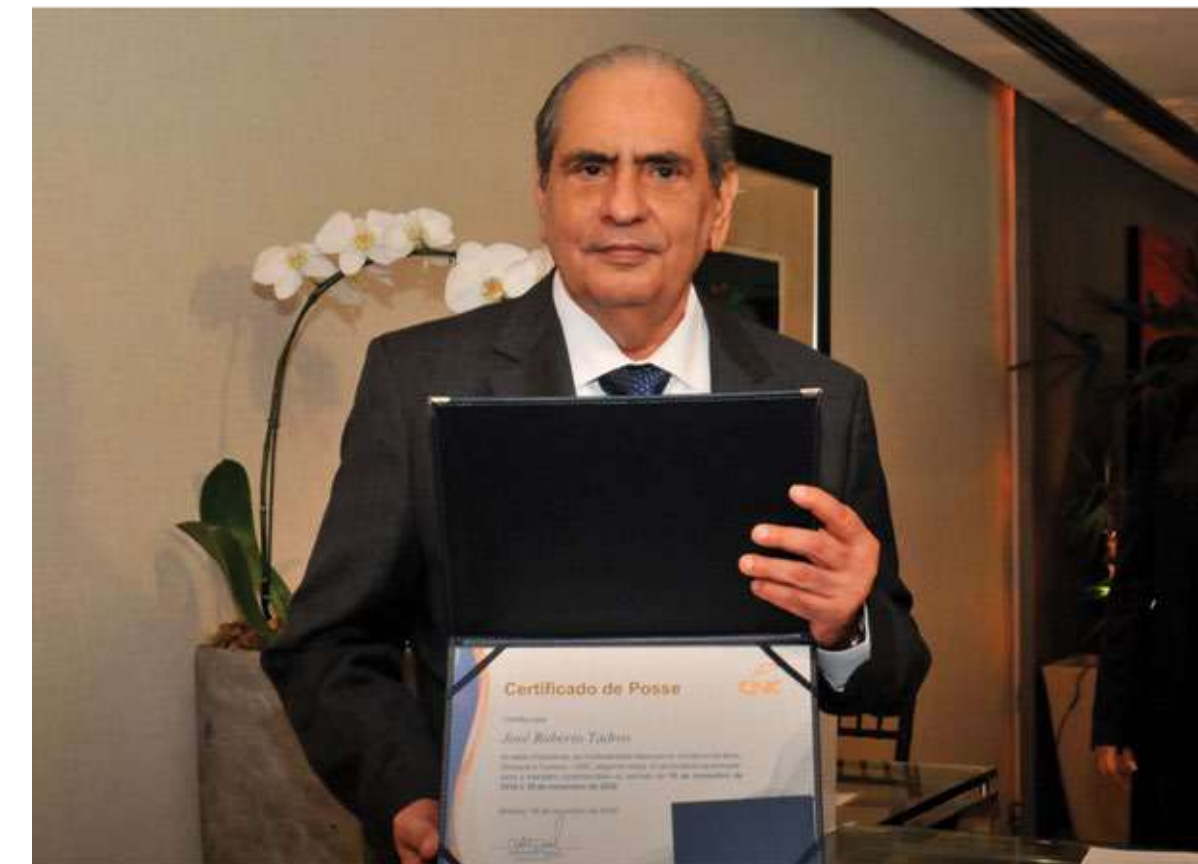
Intitulado Turismo: +desenvolvimento +emprego +sustentabilidade, o material aponta caminhos para impulsionar a indústria do turismo como vetor importante da retomada do crescimento econômico e da geração de empregos por meio de cinco pilares de ação: infraestrutura, promoção, gestão e monitoramento, segurança jurídica e competitividade. Sobre o assunto, o presidente do Cetur, Alexandre Sampaio, diz:

“O turismo é um segmento abrangente que reúne cerca de 60 atividades econômicas. Apesar de ser fundamentalmente realizado pela iniciativa privada, é uma indústria fortemente impactada pelas políticas públicas, uma vez que depende de infraestrutura, segurança, serviços de saúde e condições macro e microeconômicas favoráveis para o seu bom desempenho, como câmbio e tributação, por exemplo.”



As dez premissas apresentadas em 2018 no documento aos candidatos à presidência da República:

1. Melhorar a infraestrutura pública, a qualidade das instalações e dos serviços que atendem a população e os turistas.
2. Fortalecer a imagem do Brasil no exterior e seus diferenciais como destino turístico.
3. Melhorar as condições para investimentos nacionais e estrangeiros, e apoiar a inovação como condição de competitividade.
4. Apoiar e adotar políticas de taxação inteligentes, que incluem simplificação na tributação e desburocratização para melhorar o ambiente de negócios.
5. Melhorar a capacitação em todos os níveis educacionais, assim como as habilidades técnicas.
6. Aprimorar os transportes aéreo, rodoviário, ferroviário e náutico, garantindo conectividade eficiente para facilitar as viagens para o Brasil e dentro do Brasil.
7. Buscar mercados internacionais emissores de turistas que combinem volume de turistas e gastos altos.
8. Adotar práticas de digitalização nas áreas de gestão, planejamento e *marketing*.
9. Apoiar e estimular o desenvolvimento de novos produtos turísticos que tragam melhor experiência ao visitante.
10. Encorajar o desenvolvimento econômico sustentável e o crescimento inclusivo.



José Roberto Tadros, presidente da CNC

A Confederação Nacional do Comércio encerra 2018 com presidente novo. José Roberto Tadros, empresário nascido em Manaus, ex-presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Amazonas (Fecomércio-AM) sucede Antonio Oliveira Santos e assume a presidência da Confederação. Em seu discurso de posse, em cerimônia no dia 18 de novembro com a presença do presidente Michel Temer, Tadros diz que a CNC seguirá ampliando sua atuação, participando ativamente do desenvolvimento do Brasil.

Em entrevista para o jornal Diário Comercial, do Rio de Janeiro, em 8 de dezembro, o novo presidente afirma que o governo precisa garantir mais segurança jurídica e liberdade para o empreendedor:

“É necessário descomplicar o Estado. A democracia não é só a liberdade de votar e exprimir os seus sentimentos e visões políticas. Democracia quer dizer autonomia para empreender, para lucrar, criar e transformar o lucro em novos investimentos com estabilidade. No Brasil, não há segurança jurídica e isso rechaça o capital, faz com que o empresário perca o ânimo e a criatividade para investir. (...) Outro gargalo é a carga tributária abusiva nos três níveis, que captura o lucro e transforma o empresário em refém de dívidas permanentes. Queremos uma economia livre e as reformas tributária, da previdência e da estrutura do Estado.”



Entrevista

José Roberto Tadros, presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Uma das bandeiras da sua gestão ao assumir a CNC, no fim de 2018, foi a busca pela redução da burocracia estatal, por um Estado menos complicado e que, ao mesmo tempo, oferecesse segurança jurídica para não afastar os empreendedores. Como avalia que está esse processo junto ao atual governo?

Como sou formado em Direito, sempre entendi, desde os bancos escolares, e depois advogando, no início da minha vida, que um país, para se desenvolver, tem certos componentes e certas condicionantes, principalmente no regime capitalista. A CNC trabalha por componentes indispensáveis, que são a democracia, a segurança jurídica e a redução da burocracia.

Porque a burocracia cria entraves, embaraços e estimula a corrupção. No emperramento das empresas provocado pela máquina estatal, aumenta o número de funcionários na retaguarda e não na produção. E a segurança jurídica é fundamental para investimentos internos e externos. Se não houver isso, o país também não se desenvolve. Então, são esses os fatores que inibem o crescimento econômico, e por isso, tive como pedra de toque, logo no início da minha administração, pisar e repisar nessas premissas que eu entendo como básicas, para um país grande como o Brasil, com o território que tem, com uma população grande, enfim, todos esses fatores que nos levam a ter a possibilidade de nos transformar numa das cinco maiores economias do mundo.

Quais prioridades a CNC aponta para o país conseguir sair dessa crise gerada pela pandemia?

A consolidação do processo de vacinação em massa de toda a população é um passo fundamental. Sempre enfatizamos que este país só começaria a ter possibilidade de se soerguer economicamente a partir do momento em que a população estivesse imunizada e os índices de morte e contaminação se reduzissem drasticamente, para que a roda da economia pudesse voltar para um círculo virtuoso. Precisamos agora retomar o caminho das reformas estruturantes, adequadas à realidade dos grandes setores que mais contribuem para a atividade econômica atualmente, e que elas de fato reduzam o custo de operar no

país, incentivando a criação de novos negócios, investimentos produtivos de longo prazo e a inovação.

Em sua vida empresarial como líder da Fecomércio do Amazonas, o senhor já havia enfrentado um momento tão delicado para o comércio e para a economia como o da pandemia? Como o senhor acredita que será o futuro pós-pandemia?

Eu enfrentei muitas crises ao longo desses anos, porque o Brasil vive em um processo semelhante ao sistólico e diastólico do coração, horas de expansão e horas de retração. Igual a essa, no entanto, confesso que nunca imaginei que fosse acontecer. Tenho confiança de que vamos superar esse difícil momento. A pandemia trouxe muita dor e enormes consequências para nossas vidas pessoais, para a economia do país e do mundo. Mas o potencial do Brasil é realmente imenso, e tudo o que precisamos é valorizar os consensos já estabelecidos e evitar que os dissensos sigam gerando os grandes impasses que historicamente têm nos impedido de avançar. Transformar esses consensos em boas práticas e políticas públicas eficazes, que favoreçam e estimulem o país a mostrar o melhor de si.

Quais as demandas da CNC junto ao governo para minimizar impactos e garantir a sobrevivência das empresas?

A CNC, as Federações e os sindicatos que integram o Sistema Comércio acompanharam e orientaram os empresários e também a população, por meio do Sesc e do Senac, desde o

primeiro momento. O Brasil vivenciou uma crise sem precedentes. Apesar dos enormes desafios, conseguimos socorrer consumidores e empresas, evitando explosão dos gastos. As medidas de auxílio à renda, ao crédito, além da flexibilização de regras trabalhistas, evitaram que os danos fossem maiores, incluindo as empresas do turismo, um setor que ficou praticamente devastado com a pandemia. Sempre preconizamos também a necessidade da vacinação. Em relação à questão dos tributos e do crédito para as empresas, defendemos propostas que permitiram a sobrevivência dos negócios. Porque, infelizmente, se você não está faturando, se a atividade econômica caiu, se a sua atividade empresarial foi reduzida substancialmente, você não tem como honrar os seus compromissos. No setor comercial, você sofre de outros fatores que a agricultura e a indústria não sofrem. Se sua indústria não vende no mercado interno, ainda assim você tem a possibilidade de exportar. Já o comércio não, se não vender, a mercadoria fica na prateleira, se deteriora ou fica defasada tecnologicamente, está perdida. E se nos lembrarmos de que grande parte das mercadorias que chegam às lojas já paga o ICMS antecipado, então por aí se deduz o nível de prejuízo e o desemprego que gerou advindo disso.

O que a CNC está fazendo para apoiar o turismo neste momento? Como avalia que o turismo pode resistir e estar pronto para a retomada quando a pandemia estiver sob controle?

Primeiro de tudo, o turismo é o setor que mais sofreu com esta crise. E as perspectivas são de uma melhoria não só no Brasil, mas global. As atividades características do turismo acumularam perda de cerca de R\$ 480 bilhões, desde o início da pandemia de covid-19, em março de 2020, até o fim de 2021. As expectativas para a primeira alta temporada após a flexibilização e a vacinação eram altas, mas foram frustradas com a rápida disseminação da variante Ômicron, que levou ao cancelamento de importantes eventos do setor, como o Réveillon e o Carnaval. Mas acreditamos que o setor terá condições de reaver seu pleno potencial de geração de receitas. O setor empresarial se uniu, a Confederação apoiou e encaminhou demandas. Em 2021, a CNC criou o projeto Vai Turismo – Rumo ao Futuro, que vem mobilizando o *trade* turístico em todos os estados e no Distrito Federal para recomendar políticas públicas que estimulem o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos brasileiros. O turismo ainda não foi desenvolvido e valorizado em todo o seu potencial econômico. O setor ainda não faz parte da agenda de muitos governos estaduais e municipais, e precisamos de continuação em políticas públicas que incentivem o crescimento do setor.

Uma das pautas históricas da CNC e do Cetur é a legalização dos cassinos. O senhor acredita que os cassinos podem ser uma saída para ajudar na retomada do turismo? Como estão as negociações do tema no Congresso Nacional?

Eu entendo o seguinte: dos países membros da ONU, a maioria absoluta, mais de 150, têm cassinos, e essa atividade gera uma quantidade imensa de empregos. Nós temos 14 milhões de desempregados. E eu acho que nós precisamos sair de 1946, quando o presidente Dutra fechou os cassinos, e olhar para frente, daqui a 24 anos está fazendo cem anos da medida tomada pelo presidente Dutra. Nós não podemos ficar a vida toda olhando pelo retrovisor. Todos os países que circundam o Brasil na América do Sul, e no mundo afora, todos eles têm cassino. São países cristãos, são países muçulmanos, são países brâmanes, enfim, todo tipo de religião, e você tem cassinos funcionando. Aqui os cassinos não funcionam porque acham que é uma violência à religião católica. Segundo dizem, foi uma atitude tomada em cima de solicitação de pessoas extremamente católicas. No que diz respeito às máfias de cassinos e tudo mais, é só o Estado ter a fiscalização necessária e devida, como acontece em qualquer país do mundo. Você tem cassino na Argentina, você tem cassino no Uruguai, você tem cassino no Paraguai, você tem cassino

em todos os países, tem nos Estados Unidos, tem na França, tem na Itália, tem em todo o mundo. Por que só aqui vai formar máfia? Decididamente, sou favorável à abertura dos cassinos. É para a geração de empregos, para a geração de renda e, obviamente, que só frequenta cassino quem tem poder aquisitivo.

Em 2020 o governo realizou cortes na arrecadação de uma das maiores fontes de desenvolvimento do país, o Sistema S. De que forma esse corte impactou a oferta de produtos e serviços? O que a CNC tem feito para defender o Sesc e o Senac?

O trabalho do Sesc e do Senac é referência. A capilaridade desse sistema, o alinhamento com as necessidades do mercado, a excelência nos atendimentos prestados, tudo isso está a serviço do Brasil, que pode se orgulhar de ter um dos mais expressivos sistemas de desenvolvimento social do mundo. Estamos trabalhando com muito empenho para garantir que esse sistema siga contribuindo de forma efetiva para o crescimento do comércio, dos serviços e do Brasil. Nós temos feito tudo na defesa do Sesc e do Senac. Tanto assim que o único abalo que nós tivemos foi o corte de 50% durante três meses em 2020, o que provocou indubitavelmente um abalo nas nossas finanças. Até porque a grande maioria dos nossos regionais são mantidos pelo Departamento

Nacional. Eles não têm arrecadação própria, eles precisam de recursos do nacional para ampliar e modernizar, equipar, enfim, a sua administração. Porque não geram recursos suficientes, mas nós sobrevivemos e estamos tocando as nossas atividades no dia a dia e é conveniente lembrar: todo apoio que o governo nos pede para amenizar o sofrimento do povo brasileiro neste momento difícil, em momento algum nos furtamos a ajudar dentro das nossas possibilidades, sempre com um grande sentido de parceria.

Pesquisando sobre a história do Cetur, encontramos uma série de iniciativas que foram importantes para impulsionar o turismo no Brasil, como incentivo à qualificação por meio do Senac, a criação de um órgão para estruturar o turismo no país, a Lei Geral do Turismo, entre muitas outras. Atualmente, como a sua gestão enxerga a atuação do Conselho e qual a relevância desse órgão para a entidade?

Extremamente relevante, porque o turismo é uma atividade que rende muitas divisas, que gera muito emprego, que paga muito tributo e que faz investimentos maciços. Uma planta hoteleira custa muitos recursos em inversões para transformá-la em um padrão absolutamente palatável para os mais exigentes turistas do mundo. E no que diz respeito ao Cetur,

foi a primeira manifestação séria, de se preocupar com o turismo como fonte de renda, como importante setor da economia, numa época em que o país ainda não olhava o turismo dessa maneira. E lembro também que foi exatamente alguns anos depois do fechamento dos cassinos, que geravam uma atividade muito boa em termos de turismo, de empregos e renda. A nossa CNC foi a pioneira em vislumbrar o turismo como fator importante no mecanismo da atividade econômica no Brasil, quando não se olhava o turismo como importante. Era uma época em que se queria produzir por meio da indústria e substituir importações.



Cenários em Debate - Seminário Turismo Social



Na última reunião do Cetur em 2018, no dia 6 de dezembro, com a participação de representantes de mais de 20 associações e entidades empresariais, além da representação do segmento nas federações do comércio de 24 estados, são dadas as boas-vindas a Tadros. No dia 4 de julho de 2019, os especialistas da atividade turística reúnem-se no auditório da Fecomércio, no Rio de Janeiro, para debater o turismo social. Com a presença de palestrantes internacionais, como o presidente para as Américas da Organização Internacional de Turismo Social (OITS Américas), o mexicano Sergio Rodriguez Abitia, os presentes falam sobre inclusão e acessibilidade, duas premissas desse braço fundamental da atividade turística. “A CNC pretende estabelecer sinergias que resultem em ações concretas em prol de um setor que tem muito a crescer e contribuir para a economia e o desenvolvimento social do país”, diz às vésperas do evento o presidente da CNC, José Roberto Tadros. O Ministério do Turismo aproveita o evento para lançar o documento Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Social no Brasil, elaborado pela Câmara Temática de Turismo Responsável, do Conselho Nacional de Turismo (CNT), coordenada pelo secretário executivo do Cetur, Eraldo Alves.

O promissor ano de 2020, quando se esperava a recuperação da economia e o aquecimento da atividade turística, é de resistência e resiliência para o setor. O turismo é um dos segmentos da economia mais afetados pela pandemia do coronavírus. Devido às medidas de isolamento para minimizar a propagação do vírus, viajar fica proibido, por terra, por água ou por ar. Em abril, mês seguinte ao início das restrições, as atividades turísticas vivem seu pior momento. O faturamento de 4,1 bilhões de reais foi o mais baixo da série histórica, iniciada em 2017 e representa uma queda 66,4%, em relação a março. A minúscula recuperação ao longo do ano não impede que o setor amargue o maior prejuízo de sua história. A CNC aponta que desde o início da crise sanitária até janeiro de 2022, o prejuízo do turismo no Brasil já passava de R\$ 480 bilhões.

Contudo, tanto a Confederação como seu Conselho de Turismo, além de proverem o mercado com números, arregaçam as mangas para minimizar os danos e reverter a situação. As entidades que representam a iniciativa privada conseguem aprovar medidas para minimizar os impactos da pandemia. O diretor da CNC, responsável pelo Cetur, Alexandre Sampaio, afirma que o trabalho, ao longo de 2020 e de 2021, foi o de fortalecer os laços entre as representações da iniciativa privada, apontar consensos sobre as necessidades do setor e negociar para amortecer os impactos e garantir um ambiente de negócios propício à recuperação do turismo. Com o avanço da vacinação contra a covid-19 e a reabertura dos mercados, a expectativa da CNC é de que, em 2022, o segmento apresente um crescimento no volume de receitas de 1,6%. Sob tamanha crise, a atuação do Cetur mostra-se ainda mais desejada e necessária. Ao ter em sua base as principais associações empresariais do turismo brasileiro e trabalhar de forma integrada com as representações regionais das federações do comércio em todo o país, o braço de turismo da CNC está na linha de frente pelas demandas e propostas do setor.

O Cetur evidencia que o sonho daqueles homens e mulheres presentes na reunião inaugural do conselho, às 10h do dia 10 de agosto de 1955, no nono andar do número 9 da rua Candelária, centro do Rio de Janeiro, segue vivo. Um sonho que se torna realidade todos os dias, a cada visto concedido, a cada avião no ar, a cada mergulho no mar, a cada *check-in*, a cada família feliz, a cada emprego e a cada real gerado pela atividade turística em prol da economia brasileira.

O turismo na década de 2010





Rumo ao Futuro

As mais de 200 páginas deste livro acabaram sendo poucas para resgatar a participação da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e do seu Conselho de Turismo na história do turismo brasileiro. Uma trajetória que mostra a união das entidades e do empresariado pelo reconhecimento do turismo como gerador de desenvolvimento e por sua inclusão nas políticas públicas.

Em 2020, a pandemia de covid-19 paralisou o turismo e enfrentamos uma crise de proporções históricas. No Brasil, a CNC calcula que os prejuízos ultrapassem R\$ 480 bilhões desde o início da crise sanitária. Passado o pior, percebemos que foi a união da cadeia produtiva que novamente fez a diferença na sobrevivência das empresas. E, apesar de ser um dos últimos segmentos a retomar, o turismo reagiu de forma rápida, com um crescimento de 22% em 2021, voltando a gerar empregos.

Tanto o passado quanto o presente mostram que fomos e seguimos incansáveis, mas, ainda assim, percebemos a necessidade de avançar.

Avançar para ganhar competitividade, para garantir que o turismo seja contemplado nas propostas de governo – nas esferas municipal, estadual e nacional – e para que tenha continuidade nas políticas e nos projetos. Pensando nisso, a CNC lançou, em junho de 2021, o projeto Vai Turismo – Rumo ao Futuro. Estamos integrando propostas de todos os estados, de forma participativa, e considerando características regionais que possam estimular o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos brasileiros. As pautas vão embasar a criação de 27 agendas para os estados e o Distrito Federal, gerando uma agenda nacional com orientações aos candidatos do Poder Executivo nas eleições estaduais e federal de 2022.

Ao olharmos para o quanto já caminhamos e relembrar as conquistas, fortalecemo-nos para seguir adiante e vislumbrar o turismo como a nova fronteira de desenvolvimento do país. Temos potencial, temos história e sabemos que é possível.

Alexandre Sampaio

Diretor da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), responsável pelo Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur)



Entidades do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur/CNC) e as respectivas páginas em que são citadas no livro

- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) – **pg. 38**
- Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear) – **pg. 79**
- Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta) – **pg. 70**
- Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (Abla) – **pg. 65**
- Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais (Abottc) – **pg. 81**
- Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa) – **pg. 106**
- Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav) – **pg. 37**
- Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp) – **pg. 44**
- Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) – **pg. 107**
- Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (Clia Brasil) – **pg. 189**
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc) – **pg. 209**
- Associação Brasileira de Resorts (Resorts Brasil) – **pg. 129**
- Associação Brasileira de Turismo Social (Abrastur) – **pg. 204**
- Associação Brasileira de Viagens de Luxo (BLTA) – **pg. 177**
- Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape) – **pg. 135**
- Associação de Marketing Promocional (Ampro) – **pg. 155**
- Associação Latino-Americana de Gestão de Viagens e Eventos Corporativos (Alagev) – **pg. 76**
- Associação Nacional de Restaurantes (ANR) – **pg. 91**
- Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento (Anttur) – **pg. 47**
- Brasil Convention & Visitors Bureau (Brasil C&VB) – **pg. 171**
- Brazilian Incoming Travel Organization (Bito) – **pg. 113**
- Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação – FBHA
(criada como Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares - FNHRBS) – **pg. 12**
- Federação Nacional do Turismo (Fenactur) – **pg. 117**
- Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (Fohb) – **pg. 69**
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) – **pg. 23**
- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) – **pg. 73**
- Serviço Social do Comércio (Sesc) – **pg. 85**
- Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (Sindepat) – **pg. 134**
- União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (Ubrafe) – **pg. 140**
- União Nacional dos Convention & Visitors Bureux e Entidades de Destinos (Unidestinos) – **pg. 34**

Turismo no Brasil: uma história de resistência e conquistas

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)

Presidente: José Roberto Tadros

Vice-presidentes: 1º – Francisco Valdeci de Sousa Cavalcante, 2º – Luiz Carlos Bohn, 3º – Lázaro Luiz Gonzaga.
Abram Abe Szajman, Darci Piana, Edison Ferreira de Araújo, Eliezer Viterbino da Silva,
José Arteiro da Silva, José Lino Sepulcri, José Marconi Medeiros de Souza e Raniery Araújo Coelho

Vice-presidente administrativo: Marcelo Fernandes de Queiroz (em exercício)
Vice-presidente financeiro: Leandro Domingos Teixeira Pinto

Diretores: Abel Gomes da Rocha Filho, Aderson Santos da Frota, Aldo Carlos de Moura Gonçalves, Alexandre Sampaio de Abreu,
Ari Faria Bittencourt, Carlos de Souza Andrade, Hermes Martins da Cunha, Itelvino Pisoni, Ivo Dall'Acqua Júnior,
Jeferson Furlan Nazario, José Wesceslau Júnior, Marcelo Baiocchi Carneiro, Marcos Antônio Carneiro Lameira,
Maurício Cavalcante Filizola, Nilo Ítalo Zampieri Júnior, Rubens Torres Medrano e Sebastião de Oliveira Campos

Diretor administrativo: Antonio Florencio de Queiroz Junior
Diretores financeiros: 1º – Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues, 2º – Ademir dos Santos

Conselho Fiscal: Domingos Tavares de Sousa, Lélío Vieira Carneiro e Valdemir Alves do Nascimento

Gabinete da Presidência: Lenoura Schmidt

Secretaria-Geral: Simone de Souza Guimarães

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur):

Responsável: Alexandre Sampaio de Abreu

Equipe técnica: Ana Paula Siqueira, Débora Dutra, Marcia Alves,
Regina Cardoso e Vanessa Paganelli

Pesquisa e curadoria de conteúdo: Vanessa Paganelli

Gerência Executiva de Comunicação (Gecom): Elienai Tavares Câmara

Apoio Técnico: Luciana Neto, Valéria Oliveira e Fábio Louzada (Gecom/CNC)

Inbook Editora
Editor e Diretor: Claudio Schleder
Textos: Henrique Skujis/Estúdio Kolors
Revisão de texto: Linotec
Diretor de arte: Thiago Felizzola
Diretora financeira: Tábata Schleder
Colaboradora: Dayane Rodrigues
Impressão e acabamento: Piffer Print

© CETUR – 2022. Todos os direitos reservados.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Schleder, Claudio
Cetur: Turismo no Brasil: uma história de
resistência e conquistas / Claudio Schleder.
São Paulo: Editora Inbook, 2022.

ISBN 978-65-88292-18-1

1. Turismo 2. Turismo – Brasil – História
I. Título.

22-104111

CDD-306.4810981

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Turismo : História 306.4810981

Aline Grazielle Benitez – Bibliotecária – CRB-1/3129



Cetur

