

Ronaldo de Oliveira/CB Press

# Vocação para o turismo

**Criação do Conselho de Promoção da Capital Federal revela compromisso com o crescimento do setor**

Muito se fala na vocação turística do Distrito Federal. Como capital federal e patrimônio cultural da humanidade, Brasília oferece atrativos variados para todos os tipos de turismo: infra-estrutura adequada, belezas naturais e arquitetônicas, qualidade de vida, segurança pública, o terceiro maior pólo gastronômico do Brasil e muitos outros. Por muito tempo, todo esse potencial foi subaproveitado.

O desempenho do DF como receptor de turistas tem apresentado crescimento substancial, porém ainda corresponde a uma parcela pequena no âmbito nacional. Um comparativo de passageiros embarcados, entre janeiro de 2002 e novembro de 2003, divulgado pela empresa CVC Viagens, dá ideia de quanto o segmento ainda pode crescer: embora tenha registrado um crescimento de 104% como destino de passageiros atendidos pela empresa, isso representa apenas 0,60% do total nacional. Segundo dados de pesquisa do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), o DF ocupa a terceira posição na Região Centro-Oeste quanto à recepção de turistas, ficando atrás dos estados de Goiás e Mato Grosso do Sul. Os investimentos

e políticas adotadas pelo governo do Distrito Federal indicam que 2004 é o ano da virada.

"Percebemos que o potencial turístico da cidade é muito grande, mas que não estava sendo bem desenvolvido", explica o chefe do Gabinete de Articulação Institucional do GDF, secretário Hélio Doyle. "Hoje, enxergamos o turismo como uma atividade econômica de vital importância, geradora de investimentos, emprego e renda para o DF", afirma.

A prioridade para o término das obras do Centro de Convenções Ulysses Guimarães, que será entregue até o final deste ano, mostra todo o engajamento do governo no objetivo de promover o turismo. Depois de pronto, o Centro será um dos três maiores do País e vai permitir a capital realizar plenamente sua vocação de importante pólo de turismo de eventos e negócios. Antes mesmo da conclusão das obras, já foram captados para a cidade cinco eventos de grande porte, nacionais e internacionais, com média de 5 mil participantes cada.

Marco da ênfase do governo no desenvolvimento do turismo foi a criação do Conselho de Promoção da Capital Federal, instituído em 2003, ele reúne oito se-

## COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE PROMOÇÃO DA CAPITAL FEDERAL

- Gabinete de Articulação Institucional
- Agência de Desenvolvimento Econômico
- Agência de Infra-estrutura e Desenvolvimento Urbano
- Secretaria de Turismo
- Secretaria da Cultura
- Secretaria de Esporte e Lazer
- Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação
- Secretaria de Comunicação Social

reliarias de estado com o objetivo de articular todas as ações governamentais voltadas para a promoção do DF como captador de turismo e investimentos. Com isso, há uma racionalização dos recursos públicos, não permitindo a pulverização em ações isoladas. "Exemplo disso é a concessão de patrocínios do governo para eventos", explica Hélio Doyle. "Antes, cada secretaria definia suas prioridades isoladamente e, às vezes, deixávamos de apoiar um evento importante enquanto outros, secundários, recebiam algum tipo de patrocínio."

Uma das principais ações articuladas pelo Conselho é a realização de uma campanha para a

promoção da capital federal, com o conceito Brasília. Muito mais do que você imagina. Ainda em fase de elaboração, a campanha tem o objetivo de demonstrar para moradores, turistas e empresários que a cidade é um bom lugar para viver, visitar e investir. "Apesar do grande interesse que Brasília desperta, ela ainda é uma grande desconhecida para a maioria dos turistas", explica a secretária de Turismo, Lúcia Flecha de Lima.

O Conselho de Promoção da Capital Federal já aprovou vários projetos e estabeleceu prioridades: entre elas, está a revitalização da Torre de TV e da Fonte Luminosa do Palácio do Buriti, a elaboração do Calendário de

Eventos do DF, a padronização e qualificação dos táxis que servem ao aeroporto e a elaboração de um planejamento estratégico de turismo para a cidade.

Em 2003, obras voltadas para o incremento do turismo foram concluídas, como a recuperação da fonte luminosa da Torre e da Concha Acústica. No âmbito da Secretaria de Turismo, várias ações foram realizadas com esse fim. Um bom exemplo foi a mudança de horário da cerimônia mensal da troca da bandeira na praça dos Três Poderes — antes realizada nas manhãs de domingo — que passou a ocorrer à tarde, atraindo um número muito maior de pessoas.

A Secretaria também passou a atuar com força na promoção de Brasília no exterior. Do ano passado para cá, marcou presença em oito feiras internacionais de turismo, em países como a Inglaterra, a Itália e a Espanha, trabalhando para divulgar a cidade entre os profissionais do setor. O fruto desse trabalho já começa a aparecer, como explica a secretária Lúcia Flecha de Lima: "Duas operadoras de viagem, uma italiana e outra portuguesa, trarão uma primeira leva de turistas para Brasília ainda este ano."

## AÇÕES E PROJETOS DO GDF PARA A PROMOÇÃO DO TURISMO

**Planejamento estratégico:** contratação de empresa especializada para fazer o levantamento de toda a infra-estrutura turística do DF e desenvolver projetos para curto, médio e longo prazo até 2007. A licitação já foi realizada e as propostas das empresas estão sendo avaliadas.

**Revitalização da Torre de TV:** Prevê a construção de novos banheiros públicos, a reforma do mirante e melhorias na feira de artesanato.

**Revitalização da fonte luminosa do Palácio do Buriti:** as obras já

foram licitadas e devem estar concluídas este ano.

**Projeto de capacitação dos táxis do aeroporto:** os veículos receberão uma classificação (ouro, prata e bronze) e serão pintados de forma diferenciada. Todos os táxis deverão cumprir requisitos mínimos, como ter quatro portas e ar-condicionado.

**Pró-Turismo:** programa de isenção fiscal e financiamento para as empresas do setor, nos moldes do Pró-DF e do Pró Rural. Em fase de es-

tudo, o Pró-Turismo será lançado ainda em 2004.

**Ampliação do Centro de Convenções:** As obras estão em andamento e têm sua conclusão prevista para o segundo semestre deste ano. O novo Centro terá capacidade para cerca de 7 mil pessoas.

**Construção do Conjunto Cultural da República:** Com o traço do arquiteto Oscar Niemeyer, o Conjunto completará o projeto da Esplanada dos Ministérios e contará com museu e biblioteca. A previsão de

término das obras é 2006.

**Calendário da Cidade:** Elaboração de calendário com os eventos mais importantes da cidade, a exemplo da Festa dos Estados, Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, Via Sacra de Planaltina e o Festival Porão do Rock.

**Brasília. Muito mais do que você imagina:** Campanha publicitária nacional visando promover a imagem positiva de Brasília. O projeto está em fase de elaboração.

## Um longo caminho

Embora o mercado mundial de turismo tenha registrado franco crescimento nos últimos anos, 2003 foi um ano particularmente desanimador. O número de turistas internacionais no mundo chegou a 694 milhões de pessoas, uma queda de 1,2 ponto percentual em comparação a 2002 — a maior já registrada pela Organização Mundial de Turismo (OMT). Esse resultado é atribuído à guerra no Iraque, à epidemia na Ásia e à fragilidade do crescimento econômico.

Enquanto o mundo se ressentia dessa queda no turismo, o Brasil comemora o recorde histórico nos gastos de turistas estrangeiros no país, que atingiu a marca de US\$ 2.479 milhões no ano passado. Segundo o Banco Central, que faz essa pesquisa desde 1969, essa marca nunca antes foi atingida.

Esse número refere-se a viagens internacionais apuradas pelas trocas cambiais oficiais feitas no Brasil e a gastos em cartões de crédito internacionais. O saldo entre o que foi gasto por estrangeiros aqui e o que os brasileiros gastaram fora, em janeiro, foi de US\$ 100 milhões de superávit para o Brasil. Mas o País ainda tem um longo caminho a

percorrer na promoção do turismo nacional. Segundo pesquisa da Organização Mundial de Turismo, em 2002 a participação do Brasil no mercado mundial de turismo foi de apenas 0,64%, um crescimento de apenas 0,21% em relação a 1992.

A promoção é uma das prioridades na política brasileira para o turismo. Em janeiro, o ministro do Turismo, Walfrido Mares Guia, inaugurou o Escritório Brasileiro de Turismo em Portugal, uma entre nove unidades de promoção, marketing e apoio à comercialização de produtos, serviços e destinos turísticos do Brasil a serem instalados pelo mundo.

O Ministério do Turismo vai investir R\$ 3 milhões em 2004 para colocar em funcionamento os escritórios nas cidades de Lisboa (Portugal), Paris (França), Madri (Espanha), Roma (Itália), Berlim (Alemanha), Londres (Reino Unido), Nova York, Washington e Los Angeles (Estados Unidos).

A outra iniciativa para o desenvolvimento do turismo nacional é o Programa de Regionalização do Turismo — Roteiros do Brasil, que propõe o ordenamento da atividade turística direcionado para o desenvolvimento regionalizado.

## Agora vai

*A diretora do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, Níbia Macedo, avalia que as medidas do governo local e nacional para o desenvolvimento da indústria turística são corretas. Poderiam ter sido adotadas há mais tempo, mas devem aumentar a participação do segmento no resultado do Produto Interno Bruto local e nacional.*

### As ações de governo para o incremento do turismo são adequadas?

Elas chegaram tarde, mas servirão de alavanca para o crescimento desse segmento de atividade. Num primeiro momento não deve ser percebido um crescimento tão significativo, isso só notaremos em médio e longo prazo. A regionalização e a segmentação do setor estão dentro do contexto das tendências mundiais para o turismo.

### Como se percebe o impacto do turismo na vida das populações locais?

O turismo é uma atividade que tem efeito multiplicador, gera reflexos em outras áreas. Além de contribuir para a geração de empregos, as atividades ligadas ao turismo promovem o resgate das culturas regionais e a preservação do patrimônio e do meio ambiente.

### E a situação do turismo no DF?

Com as políticas, investimentos e ações locais, tende a melhorar. O Prodetur JK (programa para o desenvolvimento do turismo no Centro-Oeste), sobre o qual se fala no governo federal, é imprescindível para o desenvolvimento da atividade em toda a região.

### Nossos profissionais são qualificados para enfrentar a complexidade da indústria do turismo?

Nos últimos anos tem havido uma proliferação de cursos superiores nessa área. Mas a Universidade despertou tarde para necessidade de formação nessa área. Aqui na UnB não temos graduação, mas os cursos de especialização em diversas subdivisões do turismo realizados aqui já atraíram participantes de sete estados. Também está em análise pelo Ministério da Educação a implantação do mestrado em turismo.