



TURISMO E CULTURA

DESTINOS E COMPETITIVIDADE

FERNANDA CRAVIDÃO
NORBERTO SANTOS
COORDENAÇÃO

IMPRESA DA
UNIVERSIDADE
DE COIMBRA
COIMBRA
UNIVERSITY
PRESS

JORGE UMBELINO

e-Geo – Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional, Universidade de Lisboa
jorge.umbelino@fcsh.unl.pt

CRISES PRÓPRIAS E CRISES ALHEIAS: ANÁLISE DE IMPATES NA OFERTA TURÍSTICA

Introdução

O turismo é, sem dúvida, um dos fatos mais importantes da atualidade, com importantes impates económicos, sociais, culturais e ambientais. Contudo, a sua atual condição é o resultado de um crescimento verificado em apenas algumas décadas.

Uma das chaves para esta afirmação do turismo é a sua fantástica capacidade para recuperar de crises e outras situações negativas. Cada vez mais e mais pessoas, de todos os continentes, aspiram profundamente a poder visitar destinos clássicos ou exóticos, sejam perto ou longe, e essa é a razão pela qual o turismo é tão resiliente. Quando alguém realmente quer comprar um produto ou um serviço, não há obstáculos materiais ou psicológicos que se interponham entre a pessoa e o seu desejo.

Neste artigo, vamos olhar para três episódios negativos para a atividade turística: o “11 de Setembro” (2001), a “SARS” (2003) e o “Tsunami” (2004). A análise de dados relevantes mostrará os reais efeitos destas crises anunciadas, assinalando a extensão espacial e temporal dos seus impates negativos, bem como a possibilidade de consequências positivas noutros países.

Apesar das limitações dos dados – em alguns casos a sua falta, noutros as dúvidas de interpretação –, confirmamos que, em geral, as crises turísticas são limitadas nos seus verdadeiros impates. Habitualmente, elas são reduzidas a poucos países e não duram mais do que um a dois anos. Sendo

impossível avaliar as situações que ocorreram face às que teriam ocorrido na ausência dos episódios de crise, é difícil apontar países ganhadores; de qualquer modo, é razoável admitir que, num sistema globalizado de oferta turística, o mal de uns é sempre o benefício de outros.

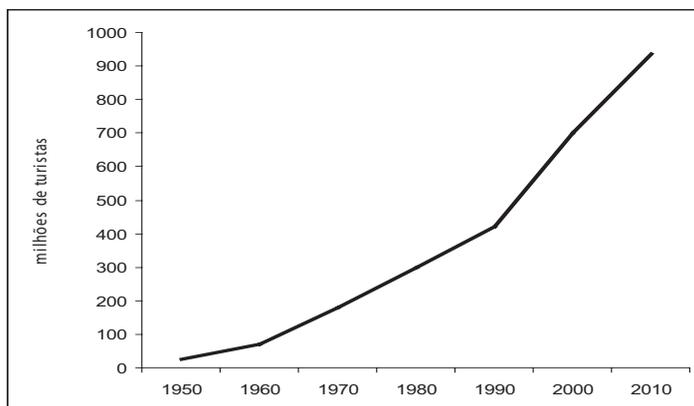
1. O valor sólido do turismo a partir da segunda metade do século XX

Nos últimos anos, o turismo tornou-se num *fato* económico incontornável. Esse é, aliás, o seu maior e mais incontroverso reconhecimento (Pearce et al., 2010).

Para além de quaisquer curiosidades histórico-bibliográficas, que apontam o *Grand Tour* da jovem aristocracia inglesa do final do século XVII como o início formal do turismo, ou ainda a reivindicação de precursores mais remotos, como o gosto ancestral pelas termas ou as peregrinações religiosas da Idade Média, a verdade dos números (ver figura 1) diz-nos que o turismo, como hoje o entendemos, é uma realidade que apenas despontou em meados do século passado (Cooper e Hall, 2008).

FIGURA 1 – Turismo internacional – chegadas (Mundo, 1950-2010)

Figure 1 – Inbound tourism – arrivals (World, 1950-2010)



Fonte: Organização Mundial do Turismo

Até meados do século XX, o turismo era uma realidade limitada a escassos privilegiados. Mas o mundo do pós-II Guerra Mundial proporcionou incrementos em três dimensões fundamentais para o crescimento da atividade turística: i) o *rendimento das famílias*; ii) a *disponibilidade regular de tempo livre remunerado*, fruto dos processos de industrialização e urbanização; iii) a *acessibilidade*, suportada em vários meios de transporte, sobretudo aéreos e terrestres. Foram as oportunidades geradas por estes três *pilares* que fizeram crescer a organização das plataformas de acolhimento e as dimensões operacionais do negócio, incluindo todos os aspetos diretos mas também alguns indiretos, como sejam, por exemplo, os sistemas de pagamento e de financiamento vocacionados para o consumo turístico (Cooper e Hall, 2008).

No entanto, a história de sucesso que o turismo moderno escreveu em pouco mais de meio século ainda não tem o número de seguidores que, aparentemente, merecia ter, o que tem explicação na forma como a sociedade, através das suas elites e responsáveis político-administrativos, o entende e suporta nos seus processos de evolução. Para além da vacuidade de discursos de circunstância, e sem prejuízo de rotineiros reconhecimento de importância em documentos programáticos de natureza geral – muitas vezes mais por falta de alternativas do que por real diagnóstico de potencialidades –, a verdade é que são raros os exemplos de um efetivo e conseqüente empenhamento na promoção da oferta turística (Umbelino, 1999).

Na busca de razões para esta *desconsideração* do valor e do potencial do turismo, que diagnosticamos com muita clareza em Portugal nas várias escalas de intervenção pública, mas também vemos denunciada em termos internacionais, encontramos três tópicos principais:

- a persistência do entendimento do turismo como uma coisa supérflua, quando não mesmo *desviante* dos valores fundamentais que se relacionam com o trabalho e a produção; por outro lado, a percepção de que o fenómeno turístico e as profissões que o enformam têm uma estrutura pouco *nobre*, o que leva à sua catalogação numa dimensão social inferior; ora, em ambas estas tendências se verifica um vício de análise, que decorre do fato de muitos *fazedores de opinião* olha-

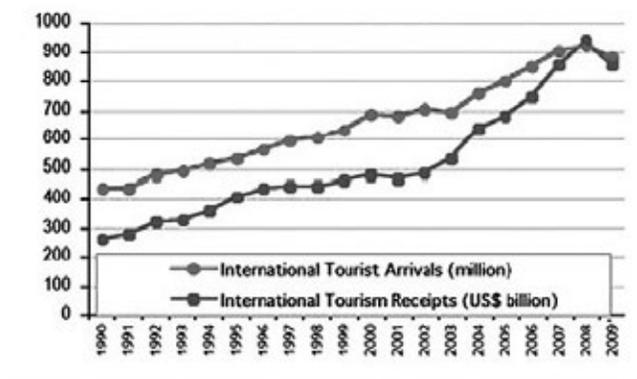
rem o turismo a partir das (suas?) experiências pessoais, ao invés de o interpretarem como um fato coletivo de grande dimensão e, por conseguinte, de grande exigência (Umbelino, 1999);

- a segunda razão deve-se à constatação de que, mesmo sem grandes cuidados em seu favor, o turismo acaba por revelar bons desempenhos económicos, constatação essa que, em tempo de escassez de recursos, facilmente convida à sua subalternização;
- o terceiro motivo é, simultaneamente, uma causa e consequência dos anteriores; referimo-nos a um problema de gestão do conhecimento, que releva da escassez de informação de base e de estudos aprofundados sobre as várias dimensões do fenómeno turístico – estuda-se pouco porque não há informação de base e esta não parece necessária porque não há estudos que a requeiram, num círculo vicioso que é preciso romper (Lew et al., 2007).

Como afirmámos logo no primeiro parágrafo, a dimensão económica do turismo é a que mais facilmente se pode fundamentar. A figura 2 mostra que a já impressionante evolução do número de chegadas de turistas internacionais nos últimos anos, é, ainda assim, batida pelo ritmo de crescimento das receitas geradas por esses movimentos.

FIGURA 2 – Turismo internacional – chegadas e receitas (Mundo, 1990-2009)

Figure 2 – Inbound tourism – arrivals and receipts (World, 1990-2009)

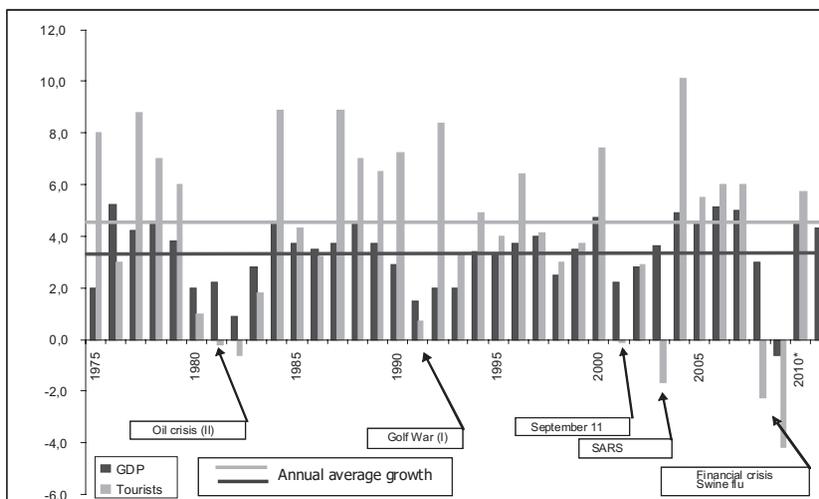


Fonte: Organização Mundial do Turismo

Contudo, para além do bom desempenho estrutural que este setor vem demonstrando, o que pretendemos destacar, neste trabalho, é a admirável capacidade que o turismo tem para resistir e ultrapassar as *crises* que o afetam, o que, naturalmente, não significa que as não sofra nem que elas deixem de gerar consequências diversas e efeitos colaterais que também importa conhecer (Pforr e Hosie, 2009).

FIGURA 3 – Produto Interno Bruto e turismo internacional – chegadas (Mundo, 1975-2011; taxas de crescimento inter-anual, %)

Figure 3 – Gross Domestic Product and inbound tourism – arrivals (World, 1975-2011; annual growth rate, %)



Fonte: Organização Mundial do Turismo

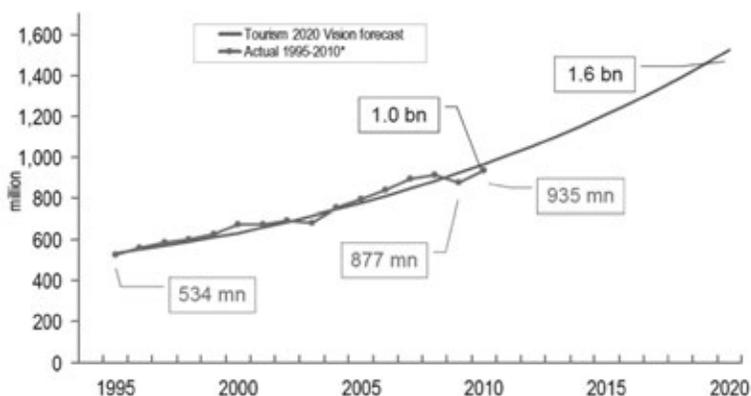
A figura 3, que sintetiza a evolução, nos últimos 35 anos, da economia e do turismo mundial, permite tirar duas grandes conclusões: i) tomando como referência as taxas de crescimento inter-anual de ambos os indicadores (PIB e chegadas de turistas internacionais), constata-se que, salvo muito raras exceções, a taxa relativa ao crescimento do turismo é superior à da generalidade da economia, como também se pode confirmar pela comparação das duas linhas médias de tendência; ii) as crises a que o setor do turismo foi sujeito neste período (e que assinalamos pela referência à

sua origem principal), puderam ter uma recuperação rápida e eficaz. Ou, numa outra leitura de síntese, a ideia de que a coisa mais importante para a *saúde* do turismo é a condição geral do sistema económico.

Uma outra imagem da consistência do crescimento deste setor decorre do fato de a Organização Mundial de Turismo manter inalteradas, desde 1999 até agora (WTO, 1999), as suas previsões para a evolução da procura turística no horizonte 2020, apesar dos múltiplos episódios e pequenos ciclos entretanto vividos. De fato, como nos mostra a figura 4, as curvas de evolução projetada e verificada, no que às chegadas de turismo internacional diz respeito, têm uma notável aproximação, o que permite manter intatas as expectativas de que, em 2020, venham a existir 1600 milhões de turistas internacionais.

FIGURA 4 – Turismo internacional – chegadas:
situação atual vs previsão da OMT no horizonte 2020 (Mundo, 2010)

*Figure 4 – Inbound tourism – arrivals:
actual trend vs Tourism 2020 Vision Forecast (World, 2010)*



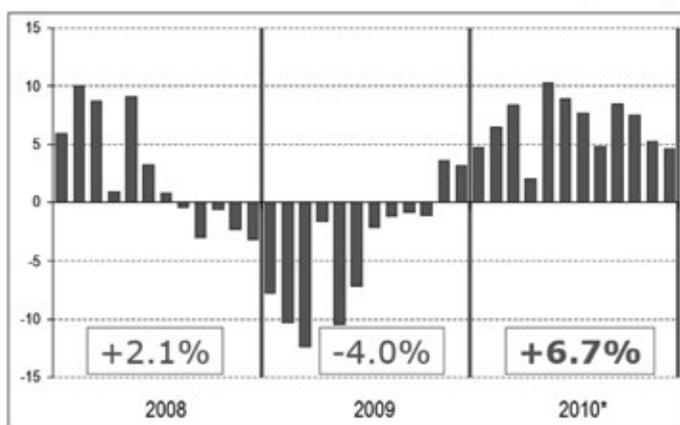
Fonte: Organização Mundial do Turismo

Mas talvez a melhor ilustração que possamos dar, na matéria da reação a crises por parte do turismo, sejam os dados relativos ao turbilhão financeiro e económico que *varreu* o Mundo a partir de meados de 2008. Como se pode ver na figura 5, no que ao turismo reporta, esta crise terminou em Outubro de 2009 (recorde-se que a quebra em Abril de 2010 se ficou

a dever aos efeitos da erupção do vulcão Eyjafjallajökull, na Islândia). Seria ótimo que a generalidade da economia mundial, e a portuguesa, em particular, pudessem dizer a mesma coisa, mas, infelizmente, as evidências mostram que não é possível retirar essa conclusão.

FIGURA 5 – Turismo internacional – chegadas
(Mundo, 2008-2010; taxas de variação inter-mensal, %)

*Figure 5 – Inbound tourism – arrivals
(World, 2008-2010; monthly growth rate, %)*



Fonte: Organização Mundial do Turismo

A análise que até agora fizemos caracteriza-se por observações de natureza global. Mas, na verdade, cremos que a melhor compreensão dos *episódios* de crise, no turismo – objetivo afirmado deste trabalho –, beneficia com maiores níveis de detalhe, não só porque o *conforto* de dados médios não aproveita a quem possa apresentar maiores dificuldades de reação como porque, quase sempre, as dificuldades de uns são as vantagens dos outros (AA.VV., 2005; Goodrich, 2002; Hall et al., 2004).

A evidência estatística sugere, com muita clareza, que a tendência global de crescimento da procura turística se manterá nos próximos anos, fruto dos desejos próprios dos consumidores e da eficácia das estratégias de *marketing* e acolhimento que servem a oferta. Assim sendo, os resultados menos felizes (ou mesmo negativos) de alguns destinos significam a

abertura de oportunidades para as concorrências; deve acrescentar-se que a crescente globalização da economia e do negócio turístico, associada à complexidade dos mecanismos de atuação dos principais operadores (controlam e antecipam grande parte das componentes do negócio, o que lhes permite localizar *momentos de vazio* que são suscetíveis de promoção de vendas, já que uma das características do turismo é a inviabilidade de constituição de *stocks*), fazem com que as concorrências em apreço, em cada caso, possam ser próximas ou longínquas, quer em termos geográficos, quer de tipologias de produtos dominantes (Hall, 2007; Hall e Williams, 2008).

O tópico seguinte será, então, dedicado ao estudo de alguns episódios de crise com forte impate no turismo internacional.

2. Dados de algumas crises turísticas internacionais

O dicionário Houaiss da Língua Portuguesa¹ diz-nos que uma crise é “(...) um momento histórico indefinido ou de riscos inquietantes; (...) um episódio ou situação difícil; (...) uma situação de tensão momentânea.” O conceito de crise turística que pretendemos utilizar neste trabalho é, precisamente, o de um episódio conjuntural e com origem em fatores externos à vontade e à decisão dos agentes que operam nos territórios afetados. Sendo um episódio conjuntural, é demarcável no tempo e, admite-se, ultrapassável no mesmo quadro de valores e sentido evolutivo, isto é, trata-se de um *sobressalto* e não de uma anunciada mudança de ciclo. Porque também pretendemos comparar os comportamentos dos destinos diretamente envolvidos em *crises turísticas* com outros que possam, igualmente, sofrer os seus impates, positivos ou negativos, não são elegíveis fenómenos de *crise global*, como é o caso da atual situação financeira e económica mundial. Por razões de (in)disponibilidade da informação estatística relevante, também não pudemos considerar fenómenos *demandado* recentes, como sejam a Gripe H1N1, ou Gripe Suína, focalizada no

¹ Editado por Temas e Debates, Lisboa, 2003.

México, em 2009, e o sismo, tsunami e posterior acidente nuclear ocorrido já no ano de 2011, no Japão.

Independentemente da origem dos fenómenos que podem gerar *crises turísticas*, deve levar-se em conta que estas assentam não tanto em dados objetivos – a quantificação das vítimas e do *risco real* é sempre baixa – mas sim na dimensão psicológica que fixa uma determinada perceção de risco por parte dos consumidores (Gut e Jarrell, 2007; Coles, 2003). Assim, mais do que a racionalidade das decisões, em função dos fatos, deve atender-se à forma como estes são comunicados e apreendidos, bem como ao comportamento dos mercados concorrentes. Se, em situações de *crise turística*, é comum e aceitável que se lancem campanhas específicas de *recuperação* (ver figura 6, para campanhas a favor da Madeira, de Maiorca ou de Nova Orleães, no pós-cries), uma vez que a promoção turística dos destinos é uma tarefa de natureza pública não é comum assistir-se a fenómenos de contra-publicidade, como, por exemplo, os que podemos assistir entre as duas mais conhecidas marcas de refrigerantes de cola. Mas se, após uma qualquer situação de crise num destino turístico, um espaço concorrente apelar enfaticamente à sua boa situação face aos *valores* em causa (segurança, riscos naturais, etc.) isso não é um contra-efeito por via indireta? (Ritchie, 2004; Okumus e Karamustafa, 2005).

FIGURA 6 – Exemplos de campanhas de promoção turística em situação de pós-crise

Figure 6 – Examples of tourist advertising in post-crisis



Deve atender-se, também, à dimensão global da atividade turística contemporânea: um episódio conjuntural de crise identifica um determinado foco geográfico, mas, entre os consumidores que valorizam o tipo de risco

inerente a esse episódio existirão alguns (muitos?) que generalizam a sua percepção, *recolhendo-se* aos seus ambientes de conforto; se um grupo de países afetados por uma qualquer crise recebe menos turistas, não tenderá a ser menos verdade que os seus nacionais viajam menos para outros destinos; a complexidade da teia das matérias que influenciam as decisões de consumo turístico torna difícil a análise isolada de uma pretensa razão maior, neste caso, aquela que estaria no centro de uma crise turística identificada.

Considerados os pressupostos acima, e para ilustrar esta aproximação à temática das crises em turismo, escolhemos três ocorrências recentes e distintas nas suas origens: os ataques terroristas de 11 de Setembro de 2001, nos Estados Unidos da América; a SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome), também conhecida por Pneumonia Atípica, que afetou sobretudo o Leste Asiático e teve o seu pico de ocorrência em 2003; e o tsunami de 26 de Dezembro de 2004, que afetou, sobretudo, o Sudeste Asiático. Para cada um destes episódios, para além da sua identificação e caracterização, faremos uma análise de três tópicos: a) O que se passou nos países do foco da crise? b) A crise atingiu outros países, para além do foco? c) Houve países beneficiados com esta crise?

2.1. O “11 de Setembro”

Há dias de calendário que, quando invocados, se colam a um episódio e nem necessitam, sequer, de ser completados com o ano a que *reportam*. É o caso de 11 de Setembro de 2001, data em que os Estados Unidos da América foram alvo do mais impressionante e mortífero atentado terrorista de que há memória. Quatro aviões comerciais foram sequestrados e forçados a despenhar-se, dois deles contra os edifícios conhecidos como *Twin Towers*, em Nova Iorque, um sobre o *Pentágono*, perto de Washington, e o quarto terminou o seu percurso sobre uma floresta da Pensilvânia. Somando os passageiros dos aviões com as vítimas em terra, terão morrido perto de 3000 pessoas (ver: http://en.wikipedia.org/wiki/September_11_attacks).

O impate deste episódio na procura turística é óbvio: as pessoas aumentaram o seu receio de andar de avião (Floyd et al., 2003), meio de transporte que, já naquela altura, representava cerca de 40% do movimento turístico internacional (atualmente rondará os 50%, segundo dados da Organização Mundial de Turismo). É relevante questionar se esse receio se projetou exclusivamente sobre os E.U.A., preferencialmente sobre algum grupo de países, ou se, ao contrário, se *universalizou* (Blake e Sinclair, 2003; Floyd et al., 2003; WTO, 2002) . É também importante refletir que:

- uma crise no transporte aéreo é *apenas* condicionadora da atividade turística, sendo certo que poderão existir *transferências* para outros meios de transporte, com ou sem mudança nos destinos escolhidos (por exemplo, segundo o *Office of Travel and Tourism Industries (OTTI)*, USA, no ano de 2002 as rotas aéreas dos E.U.A. para o México acusaram menos 430.000 passageiros do que no ano anterior, mas 300.000 destes foram *recuperados* nas vias terrestres entre os dois países; nestes mesmos anos, o número de passageiros aéreos dos E.U.A. para o Canadá foi praticamente igual, mas por via terrestre saíram mais 600.000 pessoas em 2002 do que em 2001;
- por outro lado, num caso como o *11 de Setembro*, a admitir-se uma especial focalização dos receios dos passageiros em relação às viagens de e para os E.U.A., isso acabaria por também afetar outros destinos que podem ser acedidos a partir de escalas naquele País.

2.1.a. O que se passou nos países do foco da crise?

O quadro I, que trata da procura internacional nos países da América do Norte, entre 2000 e 2007, mostra-nos três situações distintas: nos E.U.A., a quebra pós-2001 foi dramática, já que só em 2007 se voltou a ultrapassar o limiar dos 51 milhões de turistas, que havia sido atingido em 2000, isto sem prejuízo de outros fenómenos posteriores que também terão contribuído para esta situação, alguns deles, aliás, mais adiante evocados; no México, a quebra foi bastante mais suave e só durou até 2004; e no Canadá, que é um país muito dependente da procura de turistas

dos E.U.A. (na década 2000/2009, segundo os dados do *Office of Travel and Tourism Industries*, USA, a concentração da procura do Canadá por turistas dos E.U.A. foi, em média, de 77%), não houve impate significativo do 11 de Setembro, em matéria de chegadas, dentro, aliás, de um quadro evolutivo bastante irregular e a contra-ciclo das indicações internacionais. Se olharmos para as receitas turísticas destes países, no mesmo período temporal, não chegamos a conclusões muito diversas: no caso dos E.U.A., a *recuperação* do valor de 2000 (82400 M \$US) ocorreu em 2006 (um ano antes, portanto, em relação ao que verificámos nas chegadas de turistas internacionais); no México, não chegou a haver quebra, embora possamos admitir que o crescimento potencial foi *travado*; o mesmo terá acontecido, grosso modo, com o Canadá, que só *descolou* do valor de 2000 no ano de 2004. Deve levar-se em conta, de qualquer modo, que estes valores, todos referenciados em dólares dos EUA, foram afetados pela dinâmica das taxas de câmbio das respetivas moedas nacionais, sendo certo que a tendência, neste período, se situou na desvalorização do dólar dos EUA, como podemos observar no quadro II, que trata das taxas cambiais de diversas moedas nacionais face à moeda norte-americana, no período 2000-2007.

QUADRO I – Turismo Internacional – Chegadas (*10³) e Receitas (\$US *10⁶), América do Norte (2000-2007)

*Table I – Inbound Tourism – arrivals (*10³) and receipts (\$US *10⁶), North America (2000-2007)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
North América – arrivals (*10³)								
Canada	19627	19683	20057	17534	19145	18711	18265	17935
Mexico	20641	19806	19667	18665	20618	21915	21353	21370
USA	51238	46712	43582	41218	46085	49206	50977	55979
North América – receipts (\$US *10⁶)								
Canada	10778	10609	10691	10546	12871	13768	14632	15486
Mexico	8294	8401	8858	9362	10753	11803	12177	12901
USA	82400	71893	66605	64348	74546	81799	85720	96712

Fonte: Organização Mundial do Turismo

2.1.b. A crise atingiu outros países, para além do foco?

Numa perspetiva alargada aos mercados turísticos mundiais, verificamos que o grande impace do *11 de Setembro* foi realmente na América e, sobretudo, na América do Norte e do Sul, com a Europa Ocidental a sofrer relevantes danos colaterais, sobretudo em termos do número de chegadas (ver quadro III). Certamente que a quebra de procura da América do Norte se deveu à redução da confiança mundial nas viagens aéreas para aquele subcontinente (com a Europa terá acontecido o mesmo, em menor escala), enquanto que no caso da América do Sul a perda se ficou, sobretudo, a dever ao abaixamento da procura por parte dos norte-americanos (menos meio milhão de turistas dos E.U.A., entre 2002 e 2001); fenómeno semelhante ocorreu em relação à Oceânia, para onde, em 2002, voaram menos 370.000 passageiros do que em 2001, o que equivaliu a uma quebra de 31% (*Office of travel and Tourism Industries*).

QUADRO II – Taxas cambiais de diversas moedas face ao dólar norte-americano
(1 \$US =) (2000-2007)

*Table II – Exchange rates of various currencies against the U.S. dollar
(1 \$US =) (2000-2007)*

Country	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
Canada	1.07	1.39	1.60	1.50	1.45	1.53	1.43	1.37
China, People's Republic of	7.61	8.28	8.28	8.28	8.28	8.28	8.28	8.29
Eurozone	0.73	0.80	0.80	0.80	0.88	1.06	1.12	1.08
Indonesia	9.06	9.18	10.38	10.26	8.42	7.86	10.01	8.37
Japan	117.99	115.93	125.39	121.53	107.77	113.91	130.91	120.99
Malaysia	3.46	3.80	3.80	3.80	3.80	3.80	3.92	2.81
Mexico	10.80	10.25	9.16	9.34	9.46	9.56	9.14	7.92
Thailand	33.60	41.70	43.98	43.43	40.11	37.81	41.36	31.36
United Kingdom	0.50	0.54	0.55	0.54	0.61	0.67	0.69	0.66

Fonte: Banco da Holanda

Atendendo ao ritmo de evolução nos anos antecedentes, podemos também presumir que a Europa, embora tendo crescido, em matéria de

receitas, no período pós-2001, tê-lo-á feito a um ritmo inferior ao que, porventura, teria acontecido na ausência desta ocorrência negativa (ver Anexos I a IV).

QUADRO III.a – Turismo Internacional – chegadas (*10⁶),
Mundo e Regiões OMT (2000-2007)

*Table III.a – Inbound Tourism – arrivals (*10⁶),
World and WTO Regions (2000-2007)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
World	683	683	703	691	762	799	846	902
Africa	27	29	30	32	35	35	40	43
North Africa	10	11	11	11	13	13	15	16
Subsaharian Africa	17	18	19	21	22	22	25	27
America	129	123	117	113	126	133	137	145
North America	92	86	83	77	86	90	91	96
Caribbean	17	17	16	17	18	19	20	20
Central America	5	5	5	5	6	6	7	8
South America	15	15	13	14	16	18	19	21
Asia and the Pacific	109	113	125	113	143	155	168	185
North-East Asia	57	60	68	61	79	87	94	104
South-East Asia	36	38	42	37	46	49	53	60
Oceania	10	9	9	9	10	11	11	11
South Asia	6	6	6	6	8	8	10	10
Europe	393	393	402	403	422	440	461	483
Northern Europe	44	43	44	46	50	57	61	63
Western Europe	143	134	137	134	138	142	149	153
Central/Eastern Europe	70	74	76	79	86	88	91	97
Southern/Mediterranean	136	142	145	144	148	153	160	170
Middle East	25	25	29	30	36	36	40	46

2.1.c. Houve países beneficiados com esta crise?

Em sentido contrário ao que antes vínhamos observando, verificamos que a região da Ásia e Pacífico mostrou um crescimento assinalável do número de turistas entrados no período 2001-2002 (ver quadro III), faltando determinar se num efeito contrário ao da América do Norte ou, de outra forma, dando nota de um crescimento que até não foi mais significativo

por causa, ainda assim, do efeito lateral do 11 de Setembro. De qualquer modo, é certo que o forte movimento de emissão turística a partir do continente asiático que já nessa época se consolidava foi parcialmente redirecionado para destinos intra-regionais.

QUADRO III.b – Turismo Internacional – receitas (\$US *10⁹),
Mundo e Regiões OMT (2000-2007)

Table III.b – Inbound Tourism – receipts (\$US *10⁹),
World and WTO Regions (2000-2007)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
World	477,1	469,4	481,7	534,6	635,2	678,9	742,2	856,1
Africa	10,3	11,6	11,8	16,1	19,1	22,0	24,6	28,3
North Africa	3,8	4,4	4,3	4,9	6,1	7,0	8,7	10,3
Subsaharian Africa	6,5	7,1	7,5	11,2	13,0	15,0	15,9	18,0
America	131,1	120,0	113,6	114,2	132,2	145,3	154,1	171,2
North America	101,5	90,9	86,2	84,2	98,2	107,4	112,5	125,1
Caribbean	17,5	17,1	16,7	18,0	19,4	21,0	21,7	22,6
Central America	3,0	2,9	3,0	3,4	4,1	4,5	5,5	6,3
South America	9,2	9,1	7,7	8,6	10,5	12,4	14,4	17,2
Asia and the Pacific	85,4	91,8	95,3	98,4	130,0	135,2	156,6	188,9
North-East Asia	39,4	46,5	46,4	47,1	63,8	65,0	75,2	89,2
South-East Asia	26,8	26,7	28,1	24,6	32,9	35,0	43,6	54,0
Oceania	14,3	13,8	15,3	19,9	24,7	25,9	26,6	32,3
South Asia	4,8	4,8	5,4	6,7	8,7	9,4	11,2	13,4
Europe	233,5	228,3	242,2	283,4	328,5	349,8	377,0	433,5
Northern Europe	36,1	33,5	36,9	41,1	48,9	53,6	60,3	69,7
Western Europe	83,7	81,5	87,7	103,2	117,6	123,2	131,6	149,1
Central/Eastern Europe	20,3	19,7	21,6	24,1	29,0	32,7	38,2	48,3
Southern/Mediterranean	93,4	93,6	96,0	115,0	133,0	140,2	146,9	166,4
Middle East	16,8	17,7	18,9	22,5	25,5	26,6	29,9	34,2

Fonte: Organização Mundial do Turismo

A evolução do Médio Oriente, neste período, que revela um aparente alheamento dos efeitos do *11 de Setembro*, indicia o processo do seu efetivo crescimento (referenciado, por exemplo, no Dubai), também o incremento de alguma mobilidade intra-regional e, talvez, a intuição de que este seria um espaço *protegido* dos riscos de atentados terroristas como os ocorridos nos E.U.A.

2.2. A SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome), ou Pneumonia Atípica

A partir do início de 2003, o Mundo tomou conhecimento de uma doença epidêmica com foco difusor na Ásia, com especial incidência no Nordeste e Sudeste daquele continente. O nome pelo qual esta doença ficou conhecida, no idioma inglês, foi SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome), sendo que, em português, a Síndrome Respiratória Aguda Grave também ficou popularmente batizada como Pneumonia Atípica. O número de vítimas reportado e reconhecido pela Organização Mundial de Saúde foi de 8422, 916 das quais mortais (10,9%) (ver: http://en.wikipedia.org/wiki/Severe_acute_respiratory_syndrome)

O alarme social em torno desta doença foi significativo (WTO, 2009). Uma vez que o contágio se processava por via respiratória, as viagens foram alvo de especial apreensão, quer ao nível das decisões individuais, quer dos Sistemas Nacionais de Saúde, tendo em vista a contenção da epidemia que ameaçava expandir-se (a Organização Mundial de Saúde lançou um alerta global acerca desta doença em 2003.03.12). Por outro lado, a intervenção dos E.U.A. e dos seus aliados no Iraque, iniciada em 2003.03.19 e também conhecida como Guerra do Golfo II, contribuiu igualmente para um clima desfavorável à realização de viagens, atento o conseqüente ambiente de tensão social, majorado pela ainda recente ocorrência do *11 de Setembro*.

2.2.a. O que se passou nos países do foco da crise?

Analisando os dados relativos às chegadas de turistas internacionais e respetivas receitas, no Nordeste e Sudeste Asiático, no período em causa (ver quadro IV), concluímos que a SARS foi um fenómeno circunscrito a 2003, na medida em que, salvo raras exceções, estes países tiveram, de fato, uma quebra neste *ano de crise*, mas em 2004 já tinham, pelo menos, recuperado os valores de 2002. No que respeita às chegadas, apenas Taiwan e Singapura precisaram de mais um ano para atingir esse objetivo;

quanto às receitas, a maior parte destes países viveu estes ciclos de perda e recuperação, mas também houve casos em que não chegou a haver perda (Japão, Macau, Mongólia) e outros em que a recuperação foi mais lenta (Taiwan, Indonésia e Myanmar; leve-se em conta que, sobretudo no caso da Indonésia, esta consequência se divide com o tsunami de 2004, de que falaremos mais adiante). Estes desajustamentos entre as evoluções das chegadas e das receitas significam a capacidade de melhorar os níveis de receita por turista ou o seu contrário, sem omitir o impate que pode ter, nesta matéria, a alteração das taxas de câmbio para a moeda de referência.

QUADRO IV – Turismo Internacional – Chegadas (*10³) e Receitas (\$US *10⁶),
Nordeste e Sudeste Asiático (2002-2007)

*Table IV – Inbound Tourism – arrivals (*10³) and receipts (\$US *10⁶),
North-East and South-East Asia (2002-2007)*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
North-East Asia - arrivals (*10³)						
China	36803	32970	41761	46809	49913	54720
Hong-Kong	10689	9676	13655	14773	15821	17154
Japan	5239	5212	6138	6728	7334	8347
Korea, Rep.	5347	4754	5818	6023	6155	6448
Korea, Dem. Peop. Rep
Macao	6565	6309	8324	9014	10683	12942
Mongolia	229	201	301	339	386	452
Taiwan	2978	2248	2950	3378	3520	3716
Souht-East Ásia - arrivals (*10³)						
Brunei	126	158	179
Cambodja	787	701	1055	1333	1591	1873
Indonesia	5033	4467	5321	5002	4871	5506
Lao, People Dem. Rep.	215	196	407	672	842	1142
Malaysia	13292	10577	15703	16431	17547	20973
Myanmar	217	206	242	232	264	248
Philippines	1933	1907	2291	2623	2843	3092
Singapore	6997	5705	6553	7079	7588	7957
Thailand	10873	10682	11737	11567	13822	14464
East-Timor	14	22
Viet Nam	2628	2429	2928	3478	3583	4172

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
North-East Asia - receipts (\$US *10⁶)						
China	20385	17406	25739	29296	33949	41919
Hong-Kong	7546	7137	8999	10294	11638	13766
Japan	3494	8816	11269	6630	8469	9334
Korea, Rep.	5919	5343	6053	5806	5788	5797
Korea, Dem. Peop. Rep
Macao	4306	5155	7479	7618	9800	..
Mongolia	130	143	185	177	225	..
Taiwan	4583	2977	4054	4977	5136	5137
Souht-East Ásia - receipts (\$US *10⁶)						
Brunei	191	224	..
Cambodja	454	389	604	840	963	1400
Indonesia	5285	4037	4798	4522	4484	5346
Lao, People Dem. Rep.	113	87	119	147	173	..
Malaysia	7118	5898	8198	8847	10424	14047
Myanmar	120	56	84	68	46	..
Philippines	1740	1545	2017	2265	3501	4931
Singapore	4427	3780	5219	6211	7194	8664
Thailand	7901	7856	10034	9576	13401	15573
East-Timor
Viet Nam	2300	3200	3461

Fonte: Organização Mundial do Turismo

2.2.b. A crise atingiu outros países, para além do foco?

Se alargarmos o âmbito geográfico desta análise (ver quadro V), verificamos que, quer em termos das chegadas, quer das receitas, o impate desta crise foi moderado e circunscrito a poucas regiões. No que respeita às chegadas, a perda, entre 2002 e 2003, no total mundial, foi de apenas 12 milhões de turistas internacionais, situação que pode ser imputada aos maus resultados na América do Norte (neste caso, sobretudo devido aos efeitos da sua não-procura por parte dos mercados orientais, bem como à perturbação da sua imagem em razão da Guerra do Golfo II, tanto mais que o *11 de Setembro* ainda estava bem presente), do Nordeste e Sudeste

Asiático, pelas razões que já vimos, e também da Europa Ocidental (provavelmente pelas mesmas razões da América do Norte, em menor escala). Já quanto às receitas, com exceção da América do Norte e do Sudeste Asiático, nenhuma outra região sofreu perdas em 2003, pelo que, no total, não houve marca visível desta crise.

QUADRO V.a – Turismo Internacional – chegadas (*10⁶),
Mundo e Regiões OMT (2002-2007)

*Table V.a – Inbound Tourism – arrivals (*10⁶), World
and WTO Regions (2002-2007)*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
World	703	691	762	799	846	902
Africa	30	32	35	35	40	43
North Africa	11	11	13	13	15	16
Subsaharian Africa	19	21	22	22	25	27
America	117	113	126	133	137	145
North America	83	77	86	90	91	96
Caribbean	16	17	18	19	20	20
Central America	5	5	6	6	7	8
South America	13	14	16	18	19	21
Asia and the Pacific	125	113	143	155	168	185
North-East Asia	68	61	79	87	94	104
South-East Asia	42	37	46	49	53	60
Oceania	9	9	10	11	11	11
South Asia	6	6	8	8	10	10
Europe	402	403	422	440	461	483
Northern Europe	44	46	50	57	61	63
Western Europe	137	134	138	142	149	153
Central/Eastern Europe	76	79	86	88	91	97
Southern/Mediterranean	145	144	148	153	160	170
Middle East	29	30	36	36	40	46

2.2.c. Houve países beneficiados com esta crise?

Se atentarmos nos dados da Europa (ver quadro V), verificamos que houve um significativo progresso das receitas, nesse ano de 2003, num *salto* de mais de 40.000 M \$US, progresso esse que se repetiu no ano seguinte.

Mais do que os dados relativos às chegadas, que não mostram uma evolução tão impressionante, este crescimento das receitas na Europa (acompanhado, de forma mais modesta, em termos absolutos, pela África e pelo Médio Oriente) parece ser a maior consequência *lateral* da crise da SARS.

QUADRO V.b – Turismo Internacional – receitas (\$US *10⁹),
Mundo e Regiões OMT (2002-2007)

Table V.b – Inbound Tourism – receipts (\$US *10⁹),
World and WTO Regions (2002-2007)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
World	481,7	534,6	635,2	678,9	742,2	856,1
Africa	11,8	16,1	19,1	22,0	24,6	28,3
North Africa	4,3	4,9	6,1	7,0	8,7	10,3
Subsaharian Africa	7,5	11,2	13,0	15,0	15,9	18,0
America	113,6	114,2	132,2	145,3	154,1	171,2
North America	86,2	84,2	98,2	107,4	112,5	125,1
Caribbean	16,7	18,0	19,4	21,0	21,7	22,6
Central América	3,0	3,4	4,1	4,5	5,5	6,3
South America	7,7	8,6	10,5	12,4	14,4	17,2
Asia and the Pacific	95,3	98,4	130,0	135,2	156,6	188,9
North-East Asia	46,4	47,1	63,8	65,0	75,2	89,2
South-East Asia	28,1	24,6	32,9	35,0	43,6	54,0
Oceania	15,3	19,9	24,7	25,9	26,6	32,3
South Asia	5,4	6,7	8,7	9,4	11,2	13,4
Europe	242,2	283,4	328,5	349,8	377,0	433,5
Northern Europe	36,9	41,1	48,9	53,6	60,3	69,7
Western Europe	87,7	103,2	117,6	123,2	131,6	149,1
Central/Eastern Europe	21,6	24,1	29,0	32,7	38,2	48,3
Southern/Mediterranean	96,0	115,0	133,0	140,2	146,9	166,4
Middle East	18,9	22,5	25,5	26,6	29,9	34,2

Fonte: Organização Mundial do Turismo

2.3. O tsunami de 26 de Dezembro de 2004

Se o 11 de Setembro foi uma ocorrência com origem religiosa, política, cultural e social, e a SARS foi uma crise sanitária, o tsunami ocorrido em

2004 foi um fenómeno, como tantos outros, que testemunhou, neste caso com muita evidência, a imprevisibilidade e o efeito destrutivo das forças da Natureza (WTO, 2005).

No dia 26 de Dezembro de 2004, um sismo de magnitude 9,0 na escala de Richter, com epicentro a Oeste da ilha de Sumatra, foi seguido de um violento tsunami, cujas ondas atingiram mais de 10 metros de altura e transportaram consigo enormes quantidades de energia. O efeito destrutivo destes dois fenómenos foi devastador, matando mais de 230.000 pessoas e ferindo outras 100.000; ficaram desalojadas mais de 1.500.000 pessoas e os prejuízos foram contabilizados em várias dezenas de milhares de milhões de \$US. Foram identificadas vítimas em 15 países, entre o Sul e o Sudeste Asiático e a costa oriental de África. Entre os países afetados constam alguns importantes destinos turísticos mundiais, como a Indonésia, a Tailândia ou a Malásia (ver: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Tsunami>).

Na avaliação dos efeitos desta catástrofe, a primeira coisa a reconhecer é que ela se caracteriza por uma certa dificuldade de isolamento na sua análise. De fato, o tsunami do final de 2004 tem de ser, para este efeito, enquadrado com outros fenómenos, designadamente o atentado terrorista perpetrado em Bali, Indonésia, em 2002.10.12, que provocou perto de 200 mortos e mais de 100 feridos (outros atentados têm ocorrido, de então para cá, mas com menor impate e consequências), bem como as ocorrências de 2003 já antes referidas (SARS e Guerra do Golfo II, sobretudo a primeira, por ter uma incidência territorial quase coincidente; na verdade, a SARS afetou mais o nordeste asiático, enquanto o tsunami foi mais destrutivo a sudeste e a sul deste continente). Tudo considerado, cremos que vale a pena e é possível estudar este fenómeno.

2.3.a. O que se passou nos países do foco da crise?

Observando os dados constantes no quadro VI, concluímos que, na impossibilidade de sabermos o que teria sido a evolução do turismo no sudeste asiático se não tivesse existido este tsunami, os efeitos verificáveis desta catástrofe natural são relativamente modestos.

No ano de 2004 (é importante fixar que o tsunami foi em 26 de Dezembro, pelo que, por um lado, este *ano turístico* foi muito pouco afetado por este fenómeno e, por outro lado, o ano de maior *efeito potencial* terá sido 2005), todos os países do sudeste asiático, exceto Singapura, assinaram resultados superiores a 2003 e 2002, pelo que podemos inferir que o *efeito SARS* já estava ultrapassado.

QUADRO VI – Turismo Internacional – Chegadas (*10³) e Receitas (\$US *10⁶), Sudeste Asiático (2002-2007)

*Table VI – Inbound Tourism – arrivals (*10³) and receipts (\$US *10⁶), South-East Asia (2002-2007)*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Souht-East Ásia - arrivals (*10³)						
Brunei	126	158	179
Cambodja	787	701	1055	1333	1591	1873
Indonesia	5033	4467	5321	5002	4871	5506
Lao, People Dem. Rep.	215	196	407	672	842	1142
Malaysia	13292	10577	15703	16431	17547	20973
Myanmar	217	206	242	232	264	248
Philippines	1933	1907	2291	2623	2843	3092
Singapore	6997	5705	6553	7079	7588	7957
Thailand	10873	10682	11737	11567	13822	14464
East-Timor	14	22
Viet Nam	2628	2429	2928	3478	3583	4172
Souht-East Ásia - receipts (\$US *10⁶)						
Brunei	191	224	..
Cambodja	454	389	604	840	963	1400
Indonesia	5285	4037	4798	4522	4484	5346
Lao, People Dem. Rep.	113	87	119	147	173	..
Malaysia	7118	5898	8198	8847	10424	14047
Myanmar	120	56	84	68	46	..
Philippines	1740	1545	2017	2265	3501	4931
Singapore	4427	3780	5219	6211	7194	8664
Thailand	7901	7856	10034	9576	13401	15573
East-Timor
Viet Nam	2300	3200	3461

Fonte: Organização Mundial do Turismo

QUADRO VII.a – Turismo Internacional – chegadas (*10⁶),
Mundo e Regiões OMT (2002-2007)

*Table VII.a – Inbound Tourism – arrivals (*10⁶),
World and WTO Regions (2002-2007)*

	2004	2005
World	762	799
Africa	35	35
North Africa	13	13
Subsaharian Africa	22	22
America	126	133
North America	86	90
Caribbean	18	19
Central America	6	6
South America	16	18
Asia and the Pacific	143	155
North-East Asia	79	87
South-East Asia	46	49
Oceania	10	11
South Asia	8	8
Europe	422	440
Northern Europe	50	57
Western Europe	138	142
Central/Eastern Europe	86	88
Southern/Mediterranean	148	153
Middle East	36	36

Ainda tendo como referência o quadro VI, mas agora olhando para a coluna relativa ao ano de 2005, observamos que, quer em termos de chegadas, quer de receitas, quase todos os países subiram os seus valores em relação ao ano anterior. Contudo, se o caso de Myanmar (só em 2006 teve mais chegadas do que em 2004, e as receitas chegaram mesmo a descer) é relativamente marginal, atento o seu escasso movimento turístico, os desempenhos da Tailândia e da Indonésia (só ultrapassaram os resultados de 2004 em 2006 e 2007, respetivamente) são mais relevantes e dão nota da real importância que esta catástrofe natural teve no movimento turístico internacional. Na Indonésia, as receitas do turismo internacional em 2007 foram ao nível de 2002; para além de outras razões menores, não

foi fácil reagir ao atentado de Bali (2002), à SARS (2003) e ao tsunami (2004), pelo que se revelou indispensável um abaixamento de preços (a receita média por turista internacional foi de 1050 \$US, em 2002, e de 971 \$US, em 2007 – ver quadro VI).

Ainda assim, o relativo pouco tempo necessário para esta recuperação só pode ter duas interpretações, neste caso cumulativas: a extraordinária capacidade de reação dos países envolvidos e a facilidade com que os mercados de procura, estimulados por vários apelos (preço, exotismo, etc.) podem fazer esquecer depressa as restrições (ou mesmo aversões) que tinham em relação a determinados destinos.

QUADRO VII.b – Turismo Internacional – receitas (\$US *10⁹),
Mundo e *Regiões OMT* (2002-2007)

*Table VII.b – Inbound Tourism – receipts (\$US *10⁹),
World and WTO Regions (2002-2007)*

	2004	2005
World	635,2	678,9
Africa	19,1	22,0
North Africa	6,1	7,0
Subsaharian Africa	13,0	15,0
America	132,2	145,3
North America	98,2	107,4
Caribbean	19,4	21,0
Central America	4,1	4,5
South America	10,5	12,4
Asia and the Pacific	130,0	135,2
North-East Asia	63,8	65,0
South-East Asia	32,9	35,0
Oceania	24,7	25,9
South Asia	8,7	9,4
Europe	328,5	349,8
Northern Europe	48,9	53,6
Western Europe	117,6	123,2
Central/Eastern Europe	29,0	32,7
Southern/Mediterranean	133,0	140,2
Middle East	25,5	26,6

Fonte: Organização Mundial do Turismo

2.3.b. A crise atingiu outros países, para além do foco?

Se alargarmos o plano geográfico de análise observamos que, entre 2004 e 2005, nenhuma região ou sub-região turística baixou os seus valores, quer em termos do número de chegadas de turistas internacionais, quer das receitas por eles geradas (ver quadro VII). Contudo, apesar de, como repetidamente temos referido, ser impossível *comparar* estes dados com os que teriam ocorrido na ausência do fenómeno gerador da *crise*, neste caso o tsunami, sempre se observa que os ritmos de crescimento positivo verificados entre os anos de 2004 e 2005 tiveram um comportamento complexo em relação ao que parecia ser a tendência dos anos anteriores.

QUADRO VIII.a –Taxas de crescimento inter-anual (%) das chegadas de turismo internacional, Mundo e *Regiões OMT* (2005-2000)

Table VIII.a – Annual growth rates (%) of arrivals in inbound tourism, World and WTO Regions (2005-2000)

	01/00	02/01	03/02	04/03	05/04	05/02
World	0,00	2,93	-1,71	10,27	4,86	4,55
Africa	7,41	3,45	6,67	9,38	0,00	5,56
North Africa	10,00	0,00	0,00	18,18	0,00	6,06
Subsaharian Africa	5,88	5,56	10,53	4,76	0,00	5,26
America	-4,65	-4,88	-3,42	11,50	5,56	4,56
North America	-6,52	-3,49	-7,23	11,69	4,65	2,81
Caribbean	0,00	-5,88	6,25	5,88	5,56	6,25
Central America	0,00	0,00	0,00	20,00	0,00	6,67
South America	0,00	-13,33	7,69	14,29	12,50	12,82
Asia and the Pacific	3,67	10,62	-9,60	26,55	8,39	8,00
North-East Asia	5,26	13,33	-10,29	29,51	10,13	9,31
South-East Asia	5,56	10,53	-11,90	24,32	6,52	5,56
Oceania	-10,00	0,00	0,00	11,11	10,00	7,41
South Asia	0,00	0,00	0,00	33,33	0,00	11,11
Europe	0,00	2,29	0,25	4,71	4,27	3,15
Northern Europe	-2,27	2,33	4,55	8,70	14,00	9,85
Western Europe	-6,29	2,24	-2,19	2,99	2,90	1,22
Central/Eastern Europe	5,71	2,70	3,95	8,86	2,33	5,26
Southern/Mediterranean	4,41	2,11	-0,69	2,78	3,38	1,84
Middle East	0,00	16,00	3,45	20,00	0,00	8,05

QUADRO VIII.b – Taxas de crescimento inter-anual (%) das receitas do turismo internacional (%), Mundo e Regiões OMT (2005-2000)

Table VIII.b – Annual growth rates (%) of receipts in inbound tourism (%), World and WTO Regions (2005-2000)

	01/00	02/01	03/02	04/03	05/04	05/02
World	-1,62	2,63	10,98	18,82	6,87	13,64
Africa	11,84	2,00	36,79	18,17	15,41	28,85
North Africa	16,09	-3,04	14,78	23,39	15,31	21,11
Subsaharian Africa	9,34	5,14	49,45	15,86	15,46	33,30
America	-8,46	-5,36	0,53	15,76	9,88	9,29
North America	-10,42	-5,17	-2,32	16,63	9,34	8,19
Caribbean	-2,14	-2,33	7,52	7,76	8,53	8,58
Central America	-0,85	2,11	14,06	20,20	9,23	16,58
South America	-1,36	-15,39	11,71	22,55	17,75	20,40
Asia and the Pacific	7,56	3,80	3,21	32,16	4,03	13,97
North-East Asia	18,03	-0,29	1,61	35,33	1,83	13,34
South-East Asia	-0,38	5,22	-12,60	33,78	6,35	8,12
Oceania	-3,62	11,32	29,78	23,95	4,91	22,92
South Asia	-0,69	13,96	23,95	28,85	8,50	24,42
Europe	-2,26	6,09	17,04	15,90	6,47	14,81
Northern Europe	-6,95	10,00	11,48	18,84	9,73	15,13
Western Europe	-2,70	7,68	17,64	14,00	4,76	13,50
Central/Eastern Europe	-3,38	9,72	11,66	20,34	12,73	17,16
Southern/Mediterranean	0,20	2,55	19,84	15,64	5,43	15,36
Middle East	5,65	6,75	18,86	13,42	4,42	13,59

Fonte: Organização Mundial do Turismo

De fato, o quadro VIII mostra-nos que, com muito poucas exceções, entre 2005 e 2004 houve um crescimento inferior ao do ano anterior; no entanto, se confrontarmos os dados de 2005/04 com as taxas médias de crescimento anual entre 2005 e 2002 (período difícil para a atividade turística, como bem sabemos, mas, ainda assim, aquele que pode contextualizar os efeitos deste fenómeno), observamos uma situação complexa, que revela regiões que tiveram um comportamento inferior mas também outras que incrementaram, neste ano de 2005, o número de chegadas de turistas a um ritmo um pouco superior ao que vinham conseguindo nos anos antecedentes). Ou seja, estamos, mais uma vez, confrontados com

a necessidade de refletir sobre a problemática dos preços praticados no negócio turístico e das taxas de câmbio em vigor.

2.3.c. Houve países beneficiados com esta crise?

Para além de quaisquer especulações acerca do que poderia ter sido a realidade turística em 2005 sem a ocorrência do tsunami de 2004, os dados disponíveis não permitem concluir pelo benefício *colateral* de nenhuma região turística em razão deste fenómeno.

3. Nota Final

O exercício que pretendemos fazer neste trabalho reveste-se de grande complexidade, pelo que temos de admitir que as conclusões que dele podemos retirar são manifestamente limitadas e provisórias. O melhor conhecimento dos episódios de crise turística agora evocados requereria um acervo de informação e uma profundidade de análise que, nesta ocasião, não podem ser convocados.

As duas maiores limitações a um projeto desta natureza são, por um lado, a dificuldade de *isolar* o fenómeno central que gera a crise em análise de todos os demais elementos que também influenciam a procura turística e, por outro lado, a óbvia impossibilidade de comparar a situação que se verificou com a que se teria verificado se o episódio de crise não tivesse ocorrido.

Sendo o preço um dos fatores mais importantes da construção da oferta turística, se não mesmo o mais relevante, ele é uma arma indispensável a qualquer política de recuperação num tempo de pós-crise; foi por isso que tratámos sempre em paralelo os indicadores relativos ao número de chegadas e às receitas turísticas; contudo, seria irrealizável detalhar o *fator taxa de câmbio* para todos os episódios, anos e países em apreço, pelo que nos limitámos a um breve afloramento desta matéria no quadro II, deixando aos nossos leitores a oportunidade de, a partir de informações

de base, realizarem mais interpretações cruzadas. Foi no mesmo princípio e também para não tornar fastidioso o exercício de análise numérica que, apesar da sua potencial importância, não utilizámos sistematicamente o indicador de que é objeto o quadro VIII – séries de taxas de evolução inter-anuais.

Postas estas considerações, analisemos o quadro IX, que procura sintetizar e comparar as informações mais relevantes que colhemos em relação a estes três episódios de crise turística.

QUADRO IX – Comparando as crises turísticas do “11 de Setembro”, da “SARS” e do “Tsunami 2004”

Table IX – Comparing the touristic crises of “September 11th”, “SARS” and “Tsunami 2004”

	11 de Setembro	SARS	Tsunami 2004*
Consequências negativas nos países do foco da crise	E.U.A. (6 anos) México (2 anos)	Nordeste Asiático (1 ano) Sudeste Asiático (1 ano)	Myanmar (1 ano) Tailândia (2 anos) Indonésia (3 anos)
Consequências negativas em outros países	América do Sul (2 anos) Oceânia (2 anos)	América do Norte (1 ano) Europa Ocidental (1 ano)	?
Consequências positivas em outros países	Ásia e Pacífico? Médio Oriente?	Europa (receitas)	?

* Como o tsunami foi em 2004.12.26, o *ano de efeito* foi, de fato, 2005.

A título de interpretação do quadro IX, relevamos que qualquer destas crises turísticas teve um impate negativo geograficamente bem delimitado. Nos casos em que houve coincidência de maus resultados para além do foco da crise (“11 de Setembro” e “SARS”), isso ter-se-á verificado, sobretudo, nos mercados afetados pela quebra de emissão turística nas regiões marcadas pela crise da procura. A identificação das regiões beneficiadas pelas crises alheias é uma tarefa especialmente difícil, porquanto uma evolução positiva a contra-ciclo pode também ser explicada por múltiplas

outras razões; da informação agora trabalhada, nesta matéria, ressalta o aumento de receitas da Europa no período em que o Oriente se debatia com a “SARS” e os E.U.A. ainda recuperavam do “11 de Setembro” – estando *bloqueados* dois destinos importantes (de longo curso, para muitos dos principais mercados emissores), a Europa pôde melhorar o padrão da sua oferta e aumentar os proveitos.

Como observação final, renovamos a afirmação de que o turismo consegue recuperar rapidamente das suas crises. Mas não se conclua que elas não têm efeitos visíveis: a Indonésia, que entre 2002 e 2005 teve de reagir a atentados terroristas, à SARS e a um tsunami é disso um exemplo óbvio. E até existem casos, certamente tidos por muitas pessoas como insólitos, em que as situações de crise podem ser um atrativo turístico... (Lennon e Folley, 2000).

Bibliografia

- AA.VV. 2005 – ‘Crise, Risque et Tourisme’, *Les cahiers espaces*, n.º 85 (Mai).
- BLAKE, A. e SINCLAIR, M. T. 2003, ‘Tourism Crisis Management. US Response to September 11’, *Annals of Tourism Research*, 30(4), pp. 813-832.
- COLES, T. 2003, ‘A Local Reading of a Global Disaster. Some Lessons on Tourism Management from an Annus Horribilis in South West England’, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(1), pp. 173-216.
- COOPER, C. e HALL, C. M. 2008, *Contemporary Tourism – An international approach*. Maryland: Butterworth-Heinemann.
- FLOYD, M. F., GIBSON, H., PENNINGTON-GRAY, L. e THAPA, B. 2003, ‘The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of September 11 2001’, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(2/3), pp. 19-38.
- GOODRICH, J. N. 2002, ‘September 11, 2001 Attack on America: A Record of the Immediate Impacts and Reactions in the USA Travel and Tourism Industry’, *Tourism Management*, 23(6), pp. 573-580.
- Gut, P. e JARRELL, S. 2007 – ‘Silver lining on a dark cloud: the impact of 9/11 on a regional tourist destination’, *Journal of Travel Research*, vol. 46, 2, pp. 147-153.

- HALL, C. M., TIMOTHY, D. J. and DUVAL, D. T. 2004, *Safety and Security in Tourism*. New York: Haworth Press.
- HALL, C. M. 2007, *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, Pearson, Phoenix.
- HALL, C. M. e WILLIAMS, A. 2008, *Tourism and Innovation*, Routledge, London and New York.
- LENNON, J. e FOLEY, M. (eds.) 2000, *Dark tourism: the attraction of death and disaster*. London: Continuum.
- LEW, A., HALL, C. M. e WILLIAMS, A. 2007, *Compêndio de Turismo*. Lisboa: Instituto Piaget, (traduzido de: 2004, *A Companion to Tourism*, Blackwell, London).
- OKUMUS, F. e KARAMUSTAFA, K. 2005, 'Impact of an Economic Crisis', *Annals of Tourism Research*, 32(4), pp. 942-961.
- PEARCE, P., FILEP, S. e ROSS, G. 2010, *Tourist, Tourism and the Good Life*. London and New York: Routledge.
- PFORR, C. e HOSIE, P. (ed) 2009, *Crisis management in the tourism industry*, Ashgate, Surrey.
- RITCHIE, B. 2004, 'Chaos, Crises and Disasters: A Strategic Approach to Crisis Management in the Tourism Industry', *Tourism Management*, 25(6), pp. 669-683.
- SÖNMEZ, S., APOSTOLOPOULOS, Y. e TARLOW, P. 1999, 'Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism', *Journal of Travel Research*, 38(1), pp. 13-18.
- UMBELINO, J. 1999, *Lazer e território*, Série Estudos, n.º 1, Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional, Lisboa.
- WTO, 1999, *Tourism: 2020 vision, Executive summary*. Madrid: WTO.
- WTO, 2002, *Informe elaborado con motivo de la Tercera reunión del Comité para la Reactivación del Turismo*. Madrid: WTO.
- WTO, 2005, *One Year on: a Summary of the implementation of the Pucket Action Plan*. Madrid: WTO.
- WTO, 2009, *Travel and Tourism under pandemic conditions – Report of the Preparative Exercise*. Madrid: WTO.

Documentos online – Fontes estatísticas (accedidas em 2011)

DE NEDERLANDSCHE BANK (BANCO DA HOLANDA)

<http://www.dnb.nl/en/home/index.jsp>

OFFICE OF TRAVEL AND TOURISM INDUSTRIES (OTTI)

http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2009_US_Travel_Abroad.pdf

WIKIPEDIA

<http://pt.wikipedia.org>

WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO)

www.unwto.org

- Tourism Highlights (várias edições)
- Tourism Market Trends (várias edições)
- World Tourism Barometer (várias edições)

Anexo I – Chegadas de Turistas Internacionais (*10⁶), Mundo e Regiões OMT (1990-2010)

*Annex I – Inbound Tourism – arrivals (*10⁶), World and WTO Regions (1990-2010)*

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
World	444	540	683	683	703	691	762	799	846	902	916	883	942
Africa	15	20	27	29	30	32	35	35	40	43	44	46	49
North Africa	8	7	10	11	11	11	13	13	15	16	17	18	19
Subsaharian Africa	7	13	17	18	19	21	22	22	25	27	27	28	30
America	93	110	129	123	117	113	126	133	137	145	148	141	150
North America	72	81	92	86	83	77	86	90	91	96	98	92	98
Caribbean	11	14	17	17	16	17	18	19	20	20	20	20	20
Central America	2	3	5	5	5	5	6	6	7	8	8	8	8
South America	8	12	15	15	13	14	16	18	19	21	22	21	24
Asia and the Pacific	56	81	109	113	125	113	143	155	168	185	184	181	205
North-East Asia	26	41	57	60	68	61	79	87	94	104	101	98	112
South-East Asia	22	28	36	38	42	37	46	49	53	60	62	62	70
Oceania	5	8	10	9	9	9	10	11	11	11	11	11	12
South Asia	3	4	6	6	6	6	8	8	10	10	10	10	11
Europe	270	315	393	393	402	403	422	440	461	483	485	462	478
Northern Europe	32	40	44	43	44	46	50	57	61	63	61	58	59
Western Europe	109	112	143	134	137	134	138	142	149	153	153	149	154
Central/Eastern Europe	35	60	70	74	76	79	86	88	91	97	100	90	95
Southern/Mediterranean	94	103	136	142	145	144	148	153	160	170	171	165	170
Middle East	10	14	25	25	29	30	36	36	40	46	55	53	60

Fonte: Organização Mundial do Turismo, Tourism Market Trends e World Tourism Barometer, várias edições

Anexo II – Receitas do Turismo Internacional (\$US *10⁹), Mundo e Regiões OMT (1990-2010)

*Annex II – Inbound Tourism – receipts (\$US *10⁹), World and WTO Regions (1990-2010)*

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
World	267,5	405,9	477,1	469,4	481,7	534,6	635,2	678,9	742,2	856,1	939,4	850,7	918,7
Africa	6,4	8,5	10,3	11,6	11,8	16,1	19,1	22,0	24,6	28,3	30,3	28,8	31,4
North Africa	2,3	2,9	3,8	4,4	4,3	4,9	6,1	7,0	8,7	10,3	10,8	9,9	10,0
Subsaharian Africa	4,1	5,6	6,5	7,1	7,5	11,2	13,0	15,0	15,9	18,0	19,6	18,9	21,4
America	69,2	98,4	131,1	120,0	113,6	114,2	132,2	145,3	154,1	171,2	188,7	165,9	182,0
North America	54,9	77,5	101,5	90,9	86,2	84,2	98,2	107,4	112,5	125,1	138,9	118,9	130,8
Caribbean	8,6	12,2	17,5	17,1	16,7	18,0	19,4	21,0	21,7	22,6	24,1	22,6	23,9
Central America	0,7	1,5	3,0	2,9	3,0	3,4	4,1	4,5	5,5	6,3	6,4	6,1	6,8
South America	4,9	7,2	9,2	9,1	7,7	8,6	10,5	12,4	14,4	17,2	19,2	18,3	20,6
Asia and the Pacific	41,2	75,9	85,4	91,8	95,3	98,4	130,0	135,2	156,6	188,9	208,6	203,1	248,7
North-East Asia	17,3	31,3	39,4	46,5	46,4	47,1	63,8	65,0	75,2	89,2	99,6	101,2	122,4
South-East Asia	14,5	27,4	26,8	26,7	28,1	24,6	32,9	35,0	43,6	54,0	59,8	53,5	68,0
Oceania	7,3	14,1	14,3	13,8	15,3	19,9	24,7	25,9	26,6	32,3	33,7	33,5	39,4
South Asia	2,0	3,0	4,8	4,8	5,4	6,7	8,7	9,4	11,2	13,4	15,5	14,9	18,9
Europe	145,6	212,2	233,5	228,3	242,2	283,4	328,5	349,8	377,0	433,5	471,8	410,9	406,2
Northern Europe	26,3	33,9	36,1	33,5	36,9	41,1	48,9	53,6	60,3	69,7	68,5	58,6	59,2
Western Europe	63,1	80,8	83,7	81,5	87,7	103,2	117,6	123,2	131,6	149,1	162,1	143,8	142,0
Central/Eastern Europe	4,8	19,6	20,3	19,7	21,6	24,1	29,0	32,7	38,2	48,3	57,6	47,4	47,7
Southern/Mediterranean	51,4	77,8	93,4	93,6	96,0	115,0	133,0	140,2	146,9	166,4	183,6	161,3	157,4
Middle East	5,1	10,9	16,8	17,7	18,9	22,5	25,5	26,6	29,9	34,2	40,0	42,0	50,3

Fonte: Organização Mundial do Turismo, Tourism Market Trends e World Tourism Barometer, várias edições

Anexo III – Chegadas de Turistas Internacionais (*10³), alguns países (2000-2010)
*Annex III – Inbound Tourism – arrivals (*10³), some countries (2000-2010)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
North America											
Canada	19627	19683	20057	17534	19145	18711	18265	17935	17142	15737	16095
Greenland
Mexico	20641	19806	19667	18665	20618	21915	21353	21370	22637	21454	22395
Saint Pierre and Miquelon
USA	51238	46712	43582	41218	46085	49206	50977	55979	57937	54884	59745
North-East Asia											
China	31229	33155	36803	32970	41761	46809	49913	54720			
Hong-Kong	8814	8856	10689	9676	13655	14773	15821	17154			
Japan	4757	4771	5239	5212	6138	6728	7334	8347			
Korea, Rep.	3753	5146	5347	4754	5818	6023	6155	6448			
Korea, Dem. Peop. Rep			
Macao	5197	5841	6565	6309	8324	9014	10683	12942			

Mongolia	137	..	229	201	301	339	386	452	
Taiwan	2624	2857	2978	2248	2950	3378	3520	3716	
Souht-East Asia									
Brunei	126	158	179	
Cambodja	..	605	787	701	1055	1333	1591	1873	
Indonesia	5064	5152	5033	4467	5321	5002	4871	5506	
Lao, People Dem. Rep.	191	173	215	196	407	672	842	1142	
Malaysia	10222	12780	13292	10577	15703	16431	17547	20973	
Myanmar	208	205	217	206	242	232	264	248	
Philippines	1992	1797	1933	1907	2291	2623	2843	3092	
Singapore	6062	6728	6997	5705	6553	7079	7588	7957	
Thailand	9579	10133	10873	10682	11737	11567	13822	14464	
East-Timor	14	22	
Viet Nam	2140	..	2628	2429	2928	3478	3583	4172	

Fonte: Organização Mundial do Turismo, Tourism Market Trends e World Tourism Barometer, várias edições

Anexo IV – Receitas do Turismo Internacional (\$US *10⁶), alguns países (2000-2010)

*Annex IV – Inbound Tourism – receipts (\$US *10⁶), some countries (2000-2010)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
North America											
Canada	10778	10609	10691	10546	12871	13768	14632	15486	15668	13707	15787
Greenland
Mexico	8294	8401	8858	9362	10753	11803	12177	12901	13289	11275	11872
Saint Pierre and Miquelon
USA	82400	71893	66605	64348	74546	81799	85720	96712	109976	93917	103094
North-East Asia											
China	16231	19865	20385	17406	25739	29296	33949	41919			
Hong-Kong	5907	6593	7546	7137	8999	10294	11638	13766			
Japan	3373	3691	3494	8816	11269	6630	8469	9334			
Korea, Rep.	6834	7128	5919	5343	6053	5806	5788	5797			
Korea, Dem. Peop. Rep			
Macao	3208	4181	4306	5155	7479	7618	9800	..			

Mongolia	36	44	130	143	185	177	225	..		
Taiwan	3738	4840	4583	2977	4054	4977	5136	5137		
Souht-East Asia										
Brunei	191	224	..		
Cambodja	304	424	454	389	604	840	963	1400		
Indonesia	4975	5891	5285	4037	4798	4522	4484	5346		
Lao, People Dem. Rep.	114	116	113	87	119	147	173	..		
Malaysia	5011	7663	7118	5898	8198	8847	10424	14047		
Myanmar	162	122	120	56	84	68	46	..		
Philippines	2156	1924	1740	1545	2017	2265	3501	4931		
Singapore	5142	5155	4427	3780	5219	6211	7194	8664		
Thailand	7489	7899	7901	7856	10034	9576	13401	15573		
East-Timor		
Viet Nam	2300	3200	3461		

Fonte: Organização Mundial do Turismo, Tourism Market Trends e World Tourism Barometer, várias edições