

AJ21002

J.C. Monjardim Cavalcanti



Estamos tomando conhecimento de que os órgãos oficiais de turismo estão programando uma série de promoções na área de influência da Grande São Paulo, em Minas, no Rio de Janeiro e em Brasília, reunindo comitiva de hoteleiros, agentes de viagem, transportadoras e empresas aéreas, responsáveis que serão por contatos diretos com aqueles imensos mercados emissores, buscando transformar o Espírito Santo em destino específico.

Finalmente descobre-se o óbvio. Nossa promoção deve estar direcionada, prioritariamente, para estes mercados, pois além de oferecerem uma relação custo-benefício muito atraente e econômica, têm o mérito de despertar, num raio de mil a 1.500 quilômetros, uma fantástica corrente turística de médio e alto poder aquisitivo, capaz de representar um fluxo anual de 1 a 1,5 milhão de visitantes.

Mas, na esteira da iniciativa, é

# Turismo e promoção

fundamental que não se esqueçam de que o material promocional e informativo deve ser uma preocupação efetiva e permanente, aspecto este que hoje, infelizmente, está relegado a um segundo plano, contribuindo a sua inexistência para um completo esquecimento das nossas muitas opções em termos de montanha e litoral.

Consideramos mais objetivo para o turismo estadual que se busque conquistar estes fluxos internos, com sensibilidade e criatividade, porque no seu transitar estaremos, também, indiretamente, fazendo uma reciclagem em termos de hospitalidade, ampliação de variantes de lazer e recreação, educação comunitária, entrosamento e preparação, realmente, de uma infra-estrutura que acabará por complementar tudo aquilo que nos falta, cimentando um ciclo de entretenimento que até aqui tem se limitado aos hotéis e às paisagens.

O turismo moderno quer serviço, atendimento correto, informação precisa, custos suportáveis e opções generosas para todo um dia e, não apenas uma manhã de praia e uma tarde sonolenta.

Neste deserto promocional, que qualquer cidadão do ramo com alguma experiência logo identifica, é

lamentável que se perca em conversa fiada e sistemáticos adiamentos, coisas criativas em termos de folheteria e que sempre estiveram ao nosso alcance - fruto da capacidade de inúmeros profissionais capixabas - mas, não mereceram qualquer análise mais séria, sabido que os poucos recursos existentes têm sido, via de regra, destinados a estudos e planejamentos cansativos, cujos resultados, se aparecerem, chegarão em prazos relativamente longos.

Não podemos esquecer que a ação coordenada e parceira é a melhor resposta para desenvolver, nos dias atuais, as nossas viabilidades naturais, valorizando-as e rotulando-as com um padrão que satisfaça o mercado interno e, por consequência, o mercado externo.

Já se anuncia que o Sebrae está interessado em participar de um projeto turístico de caráter promocional, em estreita ligação com o Estado e os municípios, promovendo eventos nos mercados emissores internos, com o apoio do sistema nacional de captação, via agentes e operadores. Isto é muito bom.

Também estamos sabendo que as indústrias gráficas querem participar, com investimentos e produção, de um programa promocional

voltado para o turismo e para a atração de novos investimentos, viabilizando mais empregos e mais riqueza pelos efeitos em cascata dos objetivos que está buscando com garra e entusiasmos.

Mas, as nossas mensagens, nossa folheteria, precisam e devem estar confiadas a quem conhece o Estado e os seus muitos caminhos e atrações. Chega-me a ocorrer uma sugestão, porque tive a felicidade de ver, na última semana, um portfólio turístico que nada fica a dever a qualquer agência de fora. E o autor é o correto, competente e dedicado profissional Roicles Coelho.

Visando queimar etapas nos permitimos sugerir ao Sebrae e às prefeituras, bem como a Abigraf-ES, que façam uma mesa-redonda sobre a matéria, partindo de uma análise séria da produção do Roicles que, pelo seu alto nível, insere-se no contexto deste elogiável esforço privado e público.

É bom começar com quem fala a nossa língua e veste a nossa camisa.

J.C. Monjardim Cavalcanti é jornalista, ex-presidente da Emcatut e ex-secretário de Comunicação Social