

TURISMO Y MAPA DE LA LUSOFONÍA

Ana Lía Torre Obeid³⁵

Resumen

Portugal, antigua provincia romana llamada Lusitania, fue el primer gran imperio marítimo del Renacimiento que unió todos los continentes. La diversidad de paisajes y culturas entre sus ex-colonias y Argentina, por un lado, y la similitud entre su Lengua Portuguesa y la Española, por otro lado, inciden espontáneamente en el flujo turístico receptivo y emisor.

A partir del concepto de que el Turismo, entendido como factor de desarrollo económico, lleva intrínseca la condición del diálogo de lenguas y, por lo tanto, de las culturas que ellas representan, se observa la importancia del mapa lusófono en la prospección de los negocios de nuestro país.

Se analizan, además, datos que muestran la relevancia de la promoción de los mismos entre Argentina y Brasil dentro del MERCOSUR y el papel que cumple el país vecino en el diseño del Turismo como alternativa de desarrollo de los países que componen la CPLP (Comunidad de Países de Lengua Portuguesa).

Palabras clave: Lusofonía, CPLP, comunidades de países, MERCOSUR, desarrollo regional, reciprocidad y complementariedad en Turismo

Abstract

Portugal, the ancient Roman province of Lusitania, was the first great maritime empire of the Renaissance that joined all the continents. The contrast of sceneries, landscapes, seascapes and cultures between its former colonies and Argentina on the one hand, and the similarity between the Portuguese and Spanish languages on the other, affect spontaneously both the outbound and inbound tourism flow.

Based on the concept that Tourism, taken as a factor of economic development, inherently implies the condition of dialogue between languages and, therefore, of the cultures such languages represent, the importance of the lusophone map in the Argentine business prospects is highlighted.

Furthermore, data revealing the significance of promoting tourism between Argentina and Brazil within the MERCOSUR and the role of the latter in the treatment of Tourism as a development alternative for the countries comprising the CPLP (Spanish initials for Community of Portuguese Speaking Countries) are analyzed.

Key Words Lusophony - CPLP – MERCOSUR – Community of Countries – regional development – reciprocity and complementarity in Tourism

³⁵ Profesora en Letras – Universidad Nacional de La Plata. Magister en Letras (PUC – Porto Alegre – Brasil). Titular de Portugués 1 y Portugués 2 de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata.

ÍNDICE

I. Contexto turístico y mapa lingüístico en la economía del Mercosur	47
II. Los encuentros deportivos y los negocios del Turismo en Brasil	51
III. Prospecciones para los países de la CPLP. Los casos de Angola y Cabo Verde ...	53

I. CONTEXTO TURÍSTICO Y MAPA LINGÜÍSTICO EN LA ECONOMÍA DEL MERCOSUR

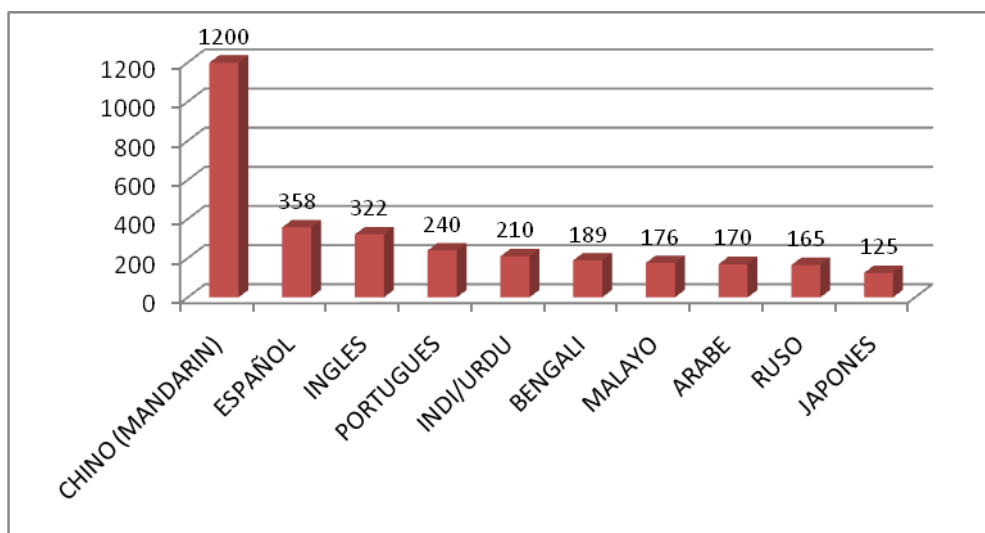
La frontera lingüística es, muchas veces, una frontera turística y puede hacerse sentir más cuando la situación comunicativa se da en el ámbito de los negocios del Turismo.

Al mismo tiempo, la diversidad de idiomas y el acceso a nuevos sistemas verbales es una de las más interesantes características en ese contexto, pues provoca el contacto con la diversidad de las culturas que las lenguas extranjeras representan.

Si, además, lo que el Turismo aproxima son lenguas que alguna vez fueron habladas en imperios coloniales, su aprendizaje activa verdaderas redes de paradigmas culturales cuyos patrimonios son fuertes determinantes del intercambio turístico.

La Lengua Portuguesa, hablada por 240 millones de personas en los 5 continentes, ocupa el 4º lugar entre las más usadas como lenguas madre en Occidente, después del Castellano y el Inglés. Se prevé que en 2050 se extienda a 335 millones. Ocupa, además, el 7º lugar de las más usadas en internet.³⁶

Figura 1



Fuente: www.iol.pt / 16-07-2008

En el ámbito del MERCOSUR, son 190 millones de brasileños³⁷ que imponen nuevas pautas lingüísticas y culturales en el continente, pues sólo ellos son hablantes nativos del Portugués.

Llama la atención cómo los negocios del Turismo entre Argentina y Brasil y de ambos países con el resto de América y del mundo, consiguen prosperar por encima de tantas asimetrías que se marcan como amenazas para el MERCOSUR.

La inclusión de la enseñanza de la Lengua Portuguesa en los contenidos educativos de Argentina llegó de la mano de los primeros acuerdos del MERCOSUR. Es evidente la prosperidad de los negocios de viajes entre ambos países. El Ministerio de Turismo de la Nación, publica los siguientes datos:

³⁶ <http://diario.iol.pt/sociedade/lingua-portuguesa-portugues-ensino-governo-alunos/972503-4071.html>

³⁷ Informe CEPAL, 6 de julio de 2011

... Según el país de residencia habitual de los turistas extranjeros arribados a Ezeiza y Aeroparque, en octubre del 2010 se observa que la mayor la obtuvo Brasil (36%) y el resto de América (22,2%), Europa (17,4%), Chile (9,4%), EE.UU. y Canadá (9,3%) y Resto del mundo (5,6%), representando un incremento de 7,6% con respecto al mismo período del año anterior. El gasto diario promedio de los turistas extranjeros resultó en U\$S 110,8. El mayor gasto diario promedio fue de los turistas de Brasil: U\$176,³⁸

Figura 2



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mercosur_members.svg

Figura 3: Turismo extranjero en Argentina según el origen

³⁸ I.6.872 2/7 INDEC - ETI

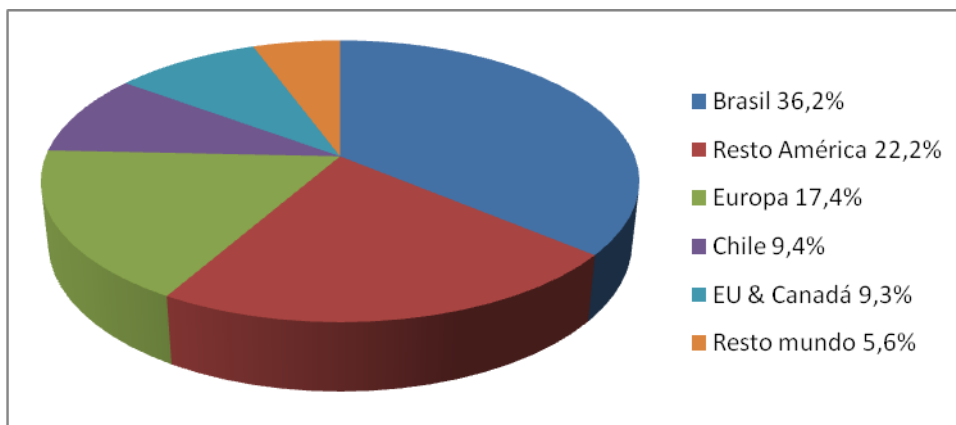
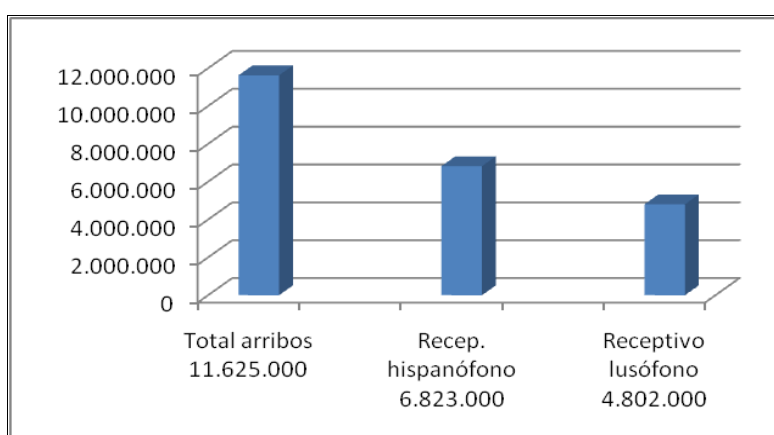


Figura 4: Turismo en el MERCOSUR según arribos



Además, la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina AHTRA, publicó el 5 de abril de este año que:

“La cantidad de turistas brasileños que visitan Argentina creció 85% en 2010, de acuerdo con el último informe da AHT.”³⁹

Al número espontáneo de los turistas luso-hablantes que nos visitan se agrega una gran la cantidad de convenios y acuerdos intergubernamentales sobre los que se estructura la reciprocidad del flujo emisor y el receptivo en ambos países.

Crece año a año la cantidad de eventos internacionales coordinados entre las mayores ciudades de Brasil y Argentina. Así como las figuras de artistas internacionales renombrados que llegan a Buenos Aires se presentan también en Río de Janeiro y São Paulo, y viceversa, la tendencia es que la captación de turistas provenientes de países lejanos sirva para nutrir no sólo el turismo de Brasil o el de Argentina separadamente, sino que incluya ambos destinos en su ruta y ello se extienda hacia los restantes del Mercado Común del Sur para ampliar los dividendos de la economía regional.

³⁹ Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina www.aht.com.ar

Los destinos del Cono Sur son cada vez más elegidos como sedes de eventos deportivos, comerciales e industriales, congresos científicos, intercambios académicos, convenciones empresariales, foros internacionales de todo el mundo.

La presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, en su visita a nuestro país, ratificó la asociación estratégica de ambos países con acuerdos de cooperación para un mayor equilibrio del comercio bilateral en la circunstancia de que los dos se encuentran en franco proceso de desarrollo, lo que colocaría a Brasil y Argentina “*en condiciones de concretar proyectos de complementación en escala más amplia;... “un polo con rol estratégico en la región”*.”⁴⁰

Al crearse el MERCOSUR, no sólo se avanzó hacia el MERCOSUR CULTURAL, sino que se crearon los acuerdos lingüísticos que incluyen, entre tantos aspectos, el de la enseñanza y difusión de las lenguas más habladas actualmente en la Región, Español y Portugués, a través del GTPL (Grupo de Trabajo de Políticas Lingüísticas).

Partiendo de la base de que la lengua es el primer motor de desarrollo de una cultura, el Mercado Común del Sur se plantea la preservación y la consecuente divulgación de sus lenguas oficiales, que se completan con el Guaraní, más hablado en Paraguay.

Surgió de ese hecho un polo de turismo lingüístico que es creciente e impulsa gran actividad económica desde las instituciones de enseñanza de Portugués y Español como segundas lenguas en los países del MERCOSUR.

Son incontables los cursos, congresos, jornadas, seminarios, exposiciones y festivales. En la década del 90 se iniciaron y sostienen aún los Congresos Internacionales de Culturas Lusófonas; de Portugués como Lengua Extranjera; de la AAPP – Asociación Argentina de Profesores de Portugués- auspiciados por las Embajadas de Portugal y Brasil y el Instituto Camões, con la activa colaboración del Consulado General de Cabo Verde, en los cuales se distribuye, entre los materiales de trabajo, folletos de Turismo en los países lusófonos con ofertas especiales para los participantes.

Otra promotora de eventos de Turismo Académico es la Unión Latina, que en la misma década inició los concursos para acceso al perfeccionamiento de profesores de Portugués del MERCOSUR junto con la UNESCO y auspicia congresos como el Internacional sobre lenguas y dinámicas identitarias (Chaco), que tuvo lugar en 2010, en ocasión del Bicentenario, donde se presentaron ponencia sobre “Cooperación internacional en diversidad lingüística”.⁴¹

La Escuela Técnica del SEBRAE (Servicio Brasileño de Apoyo a Pequeñas y Medias Empresas), de Patos de Minas (MG-Brasil), realizó cursos intensivos de Español para extranjeros en el Instituto de Lenguas Vivas, la Cámara de Comercio y el ISCI de La Plata que eran parte de un programa de Turismo Cultural de los alumnos de los años superiores del bachillerato en Gestión Empresarial de la Escuela Técnica de Formación Gerencial.

Estos pocos datos, consignados a modo de ejemplos pioneros, corroboran las conclusiones del foro de Lisboa realizado el 19 de mayo de este año en la sede central del Instituto Camões, órgano del gobierno de Portugal para la difusión y estudio del Portugués como Lengua Extranjera (PLE) y las Culturas lusófonas en el mundo.

Bajo el título: “La lengua es un activo económico”, participaron también los representantes del Instituto Cervantes - equivalente en el mundo al Camões, pero

⁴⁰ CLARIN.com/ 9 de marzo de 2011

⁴¹ www.diariochaco.com/noticia.php?numero=60035

referido al Español como Lengua Extranjera (ELE) - y de las empresas GALP, REPSOL, BES, SANTANDER, que destacaron la importancia de la proximidad lingüística en la internacionalización de las empresas.

Al mismo tiempo, se resaltó la ventaja de la reciprocidad de los estudio de ambas lenguas para que las empresas luso e hispanohablantes trabajen en el ámbito de un mismo bloque lingüístico ya que, según el gestor de REPSOL «las relaciones económicas entre países que hablan la misma lengua son un 42% superiores, y un 188% entre países que tuvieron un pasado colonial común»⁴²

Las oportunidades actualmente se multiplican para los países de Cono Sur porque Brasil convoca a empresas, instituciones y profesionales de todas las áreas para realizar tres grandes eventos hasta 2018.

II. LOS ENCUENTROS DEPORTIVOS Y LOS NEGOCIOS DEL TURISMO EN BRASIL

Dentro del MERCOSUR, dos comisiones especiales, la RET (Reunión Especializada en Turismo del Mercosur) y la RMTur (Reunión de Ministros de Estado de Turismo del Mercosur) se ocupan de políticas en el área turística de los estados miembros y sus asociados, auxiliando en la integración de los mismos como un todo.

El presidente de la EMBRATUR (máximo órgano a nivel nacional relativo al Turismo de Brasil), Mario Moysés, estimaba que el impacto económico global del Torneo Mundial de Fútbol de 2014 le dejaría a su país unos US\$ 3.400 millones de los cuales la CBF (Confederación Brasileira de Fútbol) estima un lucro de más de 200 millones con la llegada de 600 mil turistas de todo el mundo. No está contabilizado el Turismo interno.⁴³

De manera muy certera, la promoción del evento es encarada país por país. Conociendo la madurez del mercado argentino, y la consolidada tendencia al turismo de sol y playa, la nueva estrategia apunta a las clases más altas, que podrían dejar más divisas diarias y para ello, se programan, con las líneas aéreas y los operadores turísticos, promociones en ferias y shoppings que serán complementadas por torneos de golf y polo, deportes claves para los huéspedes argentinos de alto poder adquisitivo.

Pero, al mismo tiempo, cabe a Argentina captar muchos de los paquetes organizados en los países más lejanos, de manera que los visitantes de Brasil extiendan su gira hasta nuestros paisajes, lo que resultará una novedad como experiencia y una ventaja económica dada las condiciones cambiantes tan diferentes entre Brasil y Argentina.

Es lo que resalta el flamante titular de EMBRATUR, Flavio Dino: que éste es

“...el mayor desafío de la historia de Brasil... un momento único y una oportunidad de negocios para toda América del Sur y, obviamente también repercutirá en la economía de otros miembros del Mercosur, como Argentina, que es nuestro principal socio... son 300 nuevos emprendimientos que aumentarán la capacidad hotelera en 70.000 habitaciones, y los casi tres millones de nuevos empleos que ya generó un evento de semejante magnitud. En 2015, como punto medio entre el Mundial y los Juegos, Brasil será sede de la Copa América.”⁴⁴

⁴² <http://www.instituto-camoes.pt/encarte-jl/2508-forum-no-instituto-camoes>

⁴³ http://www.lancenet.com.br/minuto/Comite-Copa-tera-bilhao_0_373162932.html#ixzz1TKXhMuvH

⁴⁴ Cronista.com/06-07-11

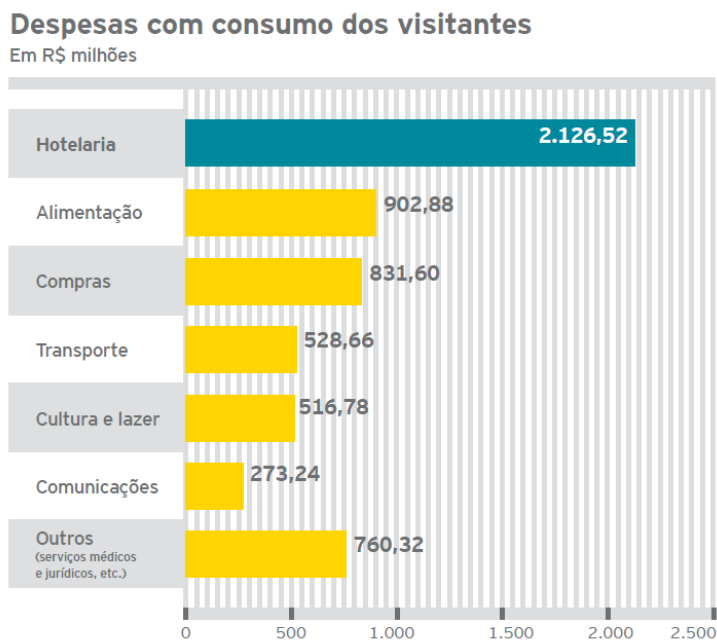
Aunque aún son muy conjeturales y diferentes los valores que se leen en los más diversos medios e, incluso, en los boletines de prensa de las instituciones que representan al Turismo en Brasil, vale la pena observar las prospecciones de uno de los más serios centros de apoyo a las empresas, el SEBRAE, cuyas publicaciones son de altísima confiabilidad.

El primero, sobre la inversiones públicas (Investimentos) y el segundo, sobre los gastos de los turistas (Despesas).⁴⁵

Figura 5



Figura 6



Se considera que sólo el Mundial generará 3.635 millones de empleos por año y R\$ 63.400 millones de ingresos para la población solamente entre 2010 y 2014, además de la recaudación anual extra de R\$ 18.310 millones. Es evidente que los montos

⁴⁵ http://www.sebrae.com.br/setor/textil-e-confecoos/o-setor/mercado/Brasil_Sustentavel_Copa_do_Mundo_2014.pdf

prometen negocios para muchos países y que sus vecinos geográficos y lingüísticos serán los más beneficiados y deberán prepararse con inversiones y capacitación.

En la línea de coordinación de grandes eventos o de gran flujo de turistas, se coloca la noticia del 07-07- 2011 sobre los *“proyectos destinados a disolver las trabas que impiden o dificultan un mayor y más intenso intercambio de turistas entre los países miembros del MERCOSUR y ahondar las políticas de integración regional que se vienen consolidando en los últimos años”*⁴⁶

Una reunión en Brasilia de los ministros de Turismo de Brasil, Pedro Novais, y el Alto Representante General del MERCOSUR, embajador Samuel Pinheiro Guimarães, discutió medidas orientadas a apoyar proyectos conjuntos en el sector del Turismo y la creación de un fondo de infraestructura y legislación para facilitar traslados y cuestiones burocráticas, lo que representan iniciativas promisorias para “ordenar y estimular el flujo turístico entre los dos países”, como expresó el Ministro Novais.

Es posible que la complejidad y envergadura de la industria del Turismo sea el punto más firme para llegar a la tan necesaria reducción de las asimetrías entre los países miembros y, tal vez se deba a eso, la urgencia evidenciada por concretar el trabajo conjunto de las dos naciones líderes. La contundencia de las cifras es el mejor impulso para este tipo de decisiones. El mismo Representante Guimarães lo confirma:

“Para tener dimensión de los movimientos turísticos que se dan anualmente entre los distintos Estados que componen el bloque regional basta con mencionar el caso de sus dos socios de mayor peso demográfico.

*Más de un millón de argentinos visitan todos los años el territorio brasileño por placer o negocios, mientras que casi medio millón de brasileños llegan en el mismo período a suelo argentino”.*⁴⁷

III. PROSPECCIONES PARA LOS PAÍSES DE LA CPLP. LOS CASOS DE ANGOLA Y CABO VERDE

En el mapa de la Lusofonía hay una serie de países africanos que, pese a la mayoría haber sido muy castigados por el colonialismo tardío hasta 1975 y por las luchas internas que lo sucedieron, hoy están organizándose y crecen de manera veloz.

Su pertenencia a la CPLP (Comunidad de los Países de Lengua Portuguesa) los impulsa a participar, aunque aún de manera incipiente, del gran motor del desarrollo que constituye el Turismo.

⁴⁶ <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php?x=nota/93043/1/el-mercosur-unido-por-el-turismo/07-07-2011>

⁴⁷ Idem 46

Figura 7



Mapa de los 8 países miembros de la CPLP, de los cuales Portugal es europeo; Brasil, americano; Timor Este, asiático (también se lo puede considerar de Oceanía porque está justamente en el límite entre ambos continentes) y los 5 restantes pertenecen al Continente Africano

No todas las ex-colonias de Portugal en las cuales se habla el Portugués pertenecen al bloque de la CPLP. Una de ellas, Macau, es un verdadero fenómeno de crecimiento turístico en China, de la cual es una Región Administrativa. Ubicada frente a Hong Kong tiene 552.000 habitantes pero recibe casi 27 millones de turistas anuales. Hasta mayo de este año, entraron 11 millones, en función de que es el único territorio de China en el que existen juegos de azar.⁴⁸

Muy diferente es la situación de los países de la CPLP, de cuyas ciudades sólo Lisboa entra - y en último lugar- entre las más visitadas por extranjeros en el mundo. Río de Janeiro - junto con Praga y París considerada por muchos la más hermosa – es, sin embargo, la décimo primera.

Son varios los países africanos y latinoamericanos que, buscando un fortalecimiento de sus economías, ya expresaron la voluntad de asociarse a esa Comunidad. Hace 2 años lo hicieron Mauricio y Guinea Ecuatorial.

En la *Declaración de São Paulo*, del 25 de mayo de 2010, se observó la situación socio-económica desigual de los países miembros y se acentuó la oportunidad del encuentro para el intercambio de informaciones y conocimientos reiterándose la intención de mantener políticas afines junto a la OMT, por ser el Turismo la actividad nacional que mayor garantía podría dar para el ingreso de divisas extranjeras y empleo en los países miembros de la CPLP.

El prestigioso Instituto Brasileño de Economía y Estadística (IBGE), junto con la OIT implementaron un proyecto en el área de formación profesional y estadística del

⁴⁸ <http://aeiou.expresso.pt/macau-numero-de-visitantes-aumentou-94-em-maio-para-23-milhoes-de-turistas=f657416#ixzz1TM346E1P>

sector turístico y reconocieron la importancia de la actividad para el incremento del trabajo, la renta y la supresión de la pobreza.

Un factor decisivo es la cooperación técnica mutua entre los países para aportar experiencia en el área.

Es muy prometedor el proyecto (junio de 2010) de inclusión y expansión turística para los mercados de tres continentes: las PME (Pequeñas y Medianas Empresas de Portugal), los SADC (Southern African Development Community, correspondiente a Angola) y el MERCOSUR (correspondiente a Brasil).⁴⁹

Se trata de una estrategia turística triangular (Portugal, Angola y Brasil) en la cual las pequeñas y medias empresas del país europeo y de la UE internacionalizarían su acción, mientras el país africano serviría de plataforma para las inversiones en ese continente y el país americano aportaría ayuda técnica, capacitación profesional e inversiones en infraestructura.

Están en la mira 400 millones de consumidores entre América y África lusófonas. Ambos son mercados emergentes que crecen, junto con China, demográfica y económicamente a niveles mayores que el promedio mundial. Además, la SADC (Comunidad del Desarrollo Sudafricano) se propone establecer también una Zona de Libre Comercio antes del 2012 y el Mercado Común antes de 2015 como la Unión Aduanera antes del 2018. Su RISDP (Plan Estratégico de Desarrollo Regional) se centra en el área de la infraestructura que, además de saneamiento básico, energía, tecnología y desburocratización, se propone el desarrollo sustentable de la región y el aumento de la competitividad del Turismo, especialmente del Turismo Comunitario. Se trata de un programa administrado por la Organización Regional del Turismo en África Austral - RETOSA

Con la gran crisis económica de Portugal en el contexto europeo y la baja del primer trimestre de este año del crecimiento de Angola, que venía aumentando hasta 2008/2009 a un extraordinario 20% de PIB anual, queda evidenciada la ventaja del trabajo por comunidades, como la CPLP, en que se mancomunan esfuerzos y resultados.

Brasil, que pertenece a la CPLP y al MERCOSUR simultáneamente, resulta una garantía para ambos bloques con su máximo potencial de negocios en función de la Copa Mundial de Fútbol 2010, la Copa América 2015 y las Olimpiadas 2016, entre otros.

Lo más valioso de la apuesta al Turismo en el caso de los países africanos lusófonos es la complementariedad del crecimiento económico y los beneficios sociales. La industria del Turismo, con su demanda de bienes sustentables, de mano de obra autóctona, de producción nacional, se presenta como la única fuerza capaz de revertir una realidad que, aun tras la independencia de estas naciones, persiste en la fuga de inmensa riqueza natural hacia otros países a través de la economía extractiva (petróleo y diamantes) que, en manos de empresas extranjeras, concentra el poder en un 30% de los habitantes y somete a la pobreza e indigencia al 70% restante.⁵⁰

La riqueza petrolera de Angola empezó a dar sus frutos después de 27 años de guerra civil y multiplicó el producto interno bruto (PIB) que, según el Departamento de Estado de EE.UU el año pasado superó los 91 mil millones de dólares, con un crecimiento de 21,1 %.

⁴⁹ <http://angolasempre.blog.com>

⁵⁰ <http://www.elespectador.com/noticias/elmundo>

La industria turística es esencial en zonas con escasa diversificación productiva. Supone 12% del Producto Interior Bruto mundial y es considerada un eficiente motor del crecimiento. Así lo entiende claramente el presidente de Moçambique, Armando Guebuza, quien el 28 de junio pasado, en adhesión a la campaña de “Líderes Globales por el Turismo” (de la OMT y la WTTC – World Travel and Tourism Council), reconocía que “es un área de gran importancia en nuestra agenda de combate a la pobreza.” También se refirió a sus efectos multiplicadores en otras áreas de la economía, del desarrollo social y la unión nacional.⁵¹

En 2010, Mozambique, que tiene 23 millones de habitantes, recibió 2 millones de turistas extranjeros. Los safaris en sus parques nacionales atraen el Turismo Aventura de europeos, asiáticos y americanos.

Otro ejemplo es el caso del Archipiélago de Cabo Verde, ex-colonia portuguesa de África, en el Océano Atlántico. Según la Africol News, La única agencia de noticias independiente dedicada exclusivamente a África, hasta abril del año en curso, visitaron Cabo Verde 18.840 turistas. Ello representa 20,4% más que en el mismo trimestre del año pasado. El crecimiento a nivel internacional fue de 23,3%.⁵²

En el archipiélago la promoción del Turismo se encara como una economía cuya prioridad es la sostenibilidad junto con la preservación de la salud pública. En ese sentido, se llevó a cabo un proyecto de cooperación entre la AECI (Agencia Española de De Cooperación Internacional) y el ICID (International Center for Infectious Diseases) con el objetivo de que el Turismo sea realmente un auténtico factor para el desarrollo del país sin que en él se sientan los efectos colaterales que podrían acompañar a la industria del Turismo no planeado con sentido comunitario.

En el "Informe Económico sobre África 2011", la Unión Africana y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para el continente africano (ECA) se anuncia un crecimiento económico del 5% en 2011, después del 4,7% de 2010 cuyas causas serían el aumento de los precios de los productos básicos, de la ayuda externa, de las inversiones en las industrias extractivas como la minería y la mayor demanda de las exportaciones. Los conflictos políticos en algunos países de ese continente insinúan, momentáneamente, una prospección de crecimiento menor en ellos y mayor en los que ocupan los flancos oriental y occidental donde, justamente, se encuentran las ex-colonias de Portugal⁵³

De allí la pertinencia del acercamiento lingüístico para la promoción de nuevas opciones de Turismo a nuestro país. Así como en tiempos de la colonización fue la economía la que movió las naves, aún hoy como los portugueses decían, “navegar es preciso”. Navegar, comerciar, construir, dialogar. La estructura del Turismo parte de una matriz económica y se nutre de los procesos étnicos, lingüísticos y culturales que entran en ese juego de poderes y saberes.

⁵¹ <http://www.turismoconcepcion.com/2011/07/>

⁵² <http://www.afrol.com/es/articulos/37711>

⁵³ <http://www.afrol.com/es/articulos/37718>