

INSTITUTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS
X CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FLÁVIA M. MATOS

EXIGÊNCIA DE VISTO PARA
TURISTAS AMERICANOS: O
CUSTO ECONÔMICO DE UMA
OPÇÃO POLÍTICA

Brasília
2009

FLÁVIA MARQUES MATOS

EXIGÊNCIA DE VISTO PARA TURISTAS AMERICANOS: O CUSTO ECONÔMICO DE UMA OPÇÃO POLÍTICA

Monografia apresentada ao Curso
de Especialização em Relações
Internacionais da Universidade de
Brasília na área de Economia
Política Internacional, como
requisito parcial à obtenção do
título de especialista.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Pio

Brasília
2009

As ideias não duram muito. É preciso fazer alguma coisa com elas.
Santiago Ramón y Cajal

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo avaliar se, do ponto de vista econômico, há uma justificativa para isentar os Estados Unidos da exigência de visto para entrada no Brasil, a lazer ou a negócios, por um período inferior a 90 dias. Apesar das várias restrições no âmbito político da questão, o fato é que pouquíssimos países podem se dar ao luxo de ignorar o mercado consumidor dos EUA. Dados econômicos consistentes do turismo global comprovam essa hipótese. Comparações com os resultados do turismo de outros países da América Latina reforçam-na. Admite-se a importância do Princípio da Reciprocidade. Entretanto, se o expusermos ao ambiente econômico, ele perde a razão. Nesta análise se conclui que, embora os Estados Unidos tenham uma imagem do Brasil prejudicada pela violência, corrupção e descuido da Amazônia, o País pode aumentar a participação de americanos no turismo brasileiro por meio de um processo de facilitação para a concessão de vistos.

Palavras-chave:

Turismo; Relações Internacionais; visto; Estados Unidos; Brasil.

ABSTRACT

From an economic point of view, this paper aims at the rationalization of exempting visas for US citizens to be admitted in Brazil, on vacation or on business, for a period of 90 days or less. Despite the several restrictions on the political environment, the fact is that only a few countries can neglect the consuming power of the United States. Consistent economic global tourism data can prove this hypothesis. Comparisons with the tourism industry results of other countries in Latin America reinforce it. The importance of the Principle of Reciprocity is considered. Nevertheless, if we expose it to the economic environment, it becomes inappropriate. Despite the negative image of violence, corruption and deforestation of the Amazon captured by the Americans with regards to Brazil, in this analysis we conclude that there can be an increase in the Americans share in Brazilian tourism, as long as facilitating the issuing of visas is concerned.

Keywords:

Tourism; International Relations; visa; United States; Brazil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<i>Ilustração 1: Gráfico da variação no ingresso de turistas internacionais: Mundo, Américas e Brasil</i>	<i>11</i>
<i>Ilustração 2: Gráfico comparativo entre o número de turistas americanos e o total de ingressos no Brasil</i>	<i>13</i>
<i>Ilustração 3: Categorias de fatores que afetam o turismo bilateral</i>	<i>16</i>
<i>Ilustração 4: Formulário ESTA para portugueses</i>	<i>23</i>
<i>Ilustração 5: Formulário ESTA para portugueses</i>	<i>24</i>

LISTA DE TABELAS

<i>Tabela 1. Relação entre o ingresso de turistas e o gasto total – 2000 a 2008</i>	<i>12</i>
<i>Tabela 2. Variação do ingresso de turistas norte-americanos e do total de entradas de 2002 a 2008</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 3. Participação dos turistas americanos no total de turistas internacionais, 2002-2008</i>	<i>14</i>
<i>Tabela 4. Consulados Brasileiros nos EUA e sua jurisdição</i>	<i>28</i>
<i>Tabela 5. Relação entre a quantidade de viagens de longo curso dos turistas americanos em 2008 e a porcentagem de países que exigem visto por região visitada</i>	<i>30</i>
<i>Tabela 6. Relação entre o gasto efetuado pelos turistas americanos em viagens ao exterior em 2008 e a porcentagem de países que exigem visto por região visitada</i>	<i>31</i>
<i>Tabela 7. Relação entre a quantidade de turistas americanos e o total de turistas estrangeiros do Brasil e seus concorrentes</i>	<i>33</i>

SUMÁRIO

<i>1. Introdução</i>	<i>9</i>
<i>2. Economia mundial do turismo</i>	<i>9</i>
<i>3. Economia do turismo no Brasil</i>	<i>10</i>
<i>4. O perfil dos turistas norte-americanos</i>	<i>12</i>
<i>5. Fatores que afetam o turismo bilateral</i>	<i>15</i>
<i>6. O princípio da reciprocidade e a exigência de visto pelo Brasil</i>	<i>17</i>
<i>6.1. A resistência no âmbito político e os projetos de lei</i>	<i>18</i>
<i>7. Exigências de visto</i>	<i>21</i>
<i>7.1. Os países que exigem visto dos turistas americanos</i>	<i>21</i>
<i>7.2. Os países aos quais os EUA não exigem visto</i>	<i>22</i>
<i>Visa Waiver Program – ESTA</i>	<i>22</i>
<i>Profissionais mexicanos e canadenses (NAFTA)</i>	<i>24</i>
<i>Cidadãos da Micronésia e das Ilhas Marshall</i>	<i>25</i>
<i>Cidadãos do Canadá e das Bermudas</i>	<i>25</i>
<i>7.3. O processo de obtenção de um visto brasileiro de turismo por um americano</i>	<i>25</i>
<i>8. O individualismo característico dos norte-americanos</i>	<i>29</i>
<i>9. As relações entre o número de turistas, o gasto efetuado a turismo e a exigência de visto a turistas americanos</i>	<i>29</i>
<i>10. Comparações com os destinos turísticos concorrentes do Brasil</i>	<i>32</i>
<i>11. A imagem do Brasil no exterior e nos Estados Unidos</i>	<i>34</i>
<i>11.1. A atratividade do Brasil como destino turístico</i>	<i>34</i>
<i>11.2. A imagem do Brasil nos Estados Unidos</i>	<i>34</i>
<i>12. Conclusão</i>	<i>35</i>
<i>12.1. Considerações finais</i>	<i>37</i>
<i>13. Referências</i>	<i>38</i>

1. Introdução

Propõe-se solucionar, por meio da avaliação das dimensões econômica e política, a dúvida sobre a possibilidade de um impacto no número e gasto dos turistas originários dos Estados Unidos que visitariam o Brasil, caso se isentasse àquele país o visto de entrada temporária, a lazer ou a negócios.

Sabe-se que o Brasil está entre os candidatos a ingressar no *Visa Waiver Program*, programa do governo norte-americano cujo objetivo é isentar, desde que a estada seja temporária, a exigência de vistos a alguns dos países com os quais os Estados Unidos mantêm relações diplomáticas. Quando isso acontecer, o Brasil, fazendo uso do mesmo princípio que hoje obriga os residentes nos Estados Unidos a terem um visto para ingressar no País, também desbloqueará esse entrave à maior visitação de turistas norte-americanos. Entretanto, na última expansão do programa, ocorrida no final de 2008, somente os seguintes países foram admitidos: República Tcheca, Estônia, Hungria, Letônia, Lituânia, Malta, República da Coréia e da Eslováquia. Esse resultado evidenciou a preocupação norte-americana com os brasileiros que possam fazer uso indevido do programa. Conclui-se, então, que não estão dispostos a abrir exceção ao Brasil neste momento.

Do ponto de vista político, sabe-se que o uso do Princípio da Reciprocidade é prática que o Ministério das Relações Exteriores do Brasil não dispensa.

Esta análise tem, então, o objetivo de verificar se haveria uma justificativa, no âmbito econômico, para que se eximisse a exigência de vistos aos turistas originários dos Estados Unidos, mesmo que não concedessem o mesmo direito aos brasileiros.

2. Economia mundial do turismo

O turismo mundial vem crescendo significativamente nas últimas seis décadas, o que representa um fenômeno social e econômico. O ingresso de turistas internacionais, um dos quatro principais indicadores econômicos do turismo global, passou de 25 milhões em 1950 a 924 milhões em 2008 – um crescimento médio anual de 6,42% no período. Os gastos em moeda estrangeira efetuados por esses turistas que desembarcaram

nos diversos destinos mundiais, calculados como exportações, aumentaram em ritmo semelhante, chegando a exceder US\$ 1 trilhão em 2007 (ou quase US\$ 3 bilhões por dia). Dessa forma, o turismo se configura como um dos setores econômicos mundiais de maior e mais rápido crescimento, tendo mantido índices superiores aos da economia mundial.

Em 2008 o turismo mundial cresceu cerca de 2% em relação ao ano anterior, tendo gerado 16 milhões de ingressos internacionais a mais que em 2007. Esse baixo índice de crescimento é facilmente explicável pela crise econômica que atingiu a economia global no 2º semestre de 2008. Prova disso é que, de janeiro a abril de 2008, os ingressos internacionais atingiram um crescimento de 5% se comparados ao mesmo período de 2007.

Apesar da crise econômica e das consequências da pandemia da gripe H1N1 em 2009, a Organização Mundial do Turismo (UNWTO) prevê que o número de ingressos internacionais atinja a marca de um bilhão de turistas em 2010 e 1,6 bilhão em 2020 (UNWTO 2009).

De acordo com o WTTC – *World Travel & Tourism Council* (Conselho Mundial de Viagens e Turismo), a indústria turística movimenta cerca de 9% do PIB global e gera 238 milhões de empregos. A expectativa do Conselho para o ano de 2018 é que o número de empregos gerados pela indústria chegue a 296,3 milhões, ou seja, 9,2% do total mundial. Em face desses dados, evidencia-se a importância do turismo na economia global.

3. Economia do turismo no Brasil

Nos últimos anos, o turismo brasileiro se destacou no cenário internacional pelo crescimento acima da média, em ingresso de turistas estrangeiros, nos anos de 2003 a 2005, conforme demonstra o gráfico abaixo:

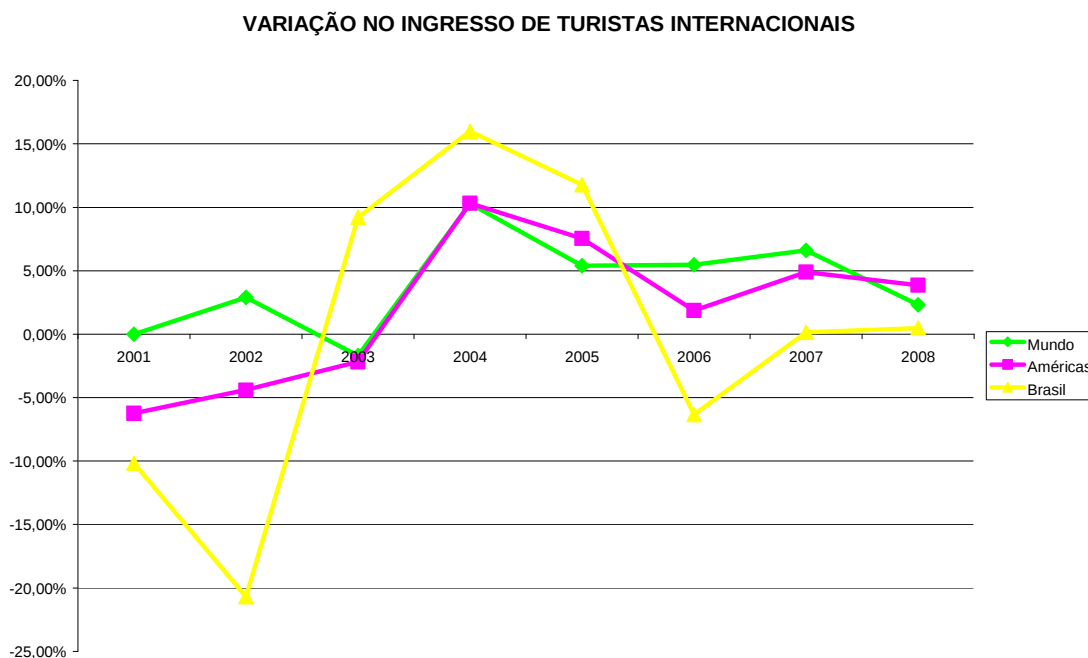


Ilustração 1: gráfico da variação no ingresso de turistas internacionais: Mundo, Américas e Brasil
 Elaborado por Flávia M. Matos
 Fonte dos dados: Organização Mundial do Turismo

Atribui-se esses resultados à política que elevou a atividade à prioridade de governo, a partir de 2003, o que motivou esforços efetivos empreendidos pela parceria entre o setor público e a iniciativa privada. No ano de 2006, com a saída da VARIG do mercado de transportes aéreos, a queda no número de turistas foi expressiva, retornando ao patamar dos cinco milhões de entradas. Desde então, questões econômicas, como a valorização do Real em 2008, ou de ordem local, como os surtos de dengue e febre amarela, vem dificultando o aumento desse indicador. Entretanto, a relação entre o ingresso de turistas estrangeiros e os gastos totais por viagem é a equação que evidencia o avanço da área de maneira concreta, pois é a partir do ingresso de divisas, que também pode variar em função do gasto médio/dia e da permanência do turista, e não só do número de turistas, que os fenômenos socioeconômicos, tais como a geração de emprego e a distribuição de renda, ocorrem.

É interessante notar, a partir dos dados da tabela 1 abaixo, que a receita cambial turística tem batido recordes consecutivos. No ano de 2008, apesar do dólar baixo, o que significa que o “produto Brasil” estava mais caro para os estrangeiros, o País registrou o

ingresso de US\$ 5,78 bilhões, valor que supera em 16,8% o desempenho de todo o ano de 2007, até então o melhor da série histórica iniciada em 1969. Com esse resultado, o turismo passou a ocupar o segundo lugar entre os serviços que mais geraram receita ao Brasil em 2008 (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2009).

Descrição	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Número de Turistas (mil)	5.313	4.772	3.784	4.132	4.793	5.358	5.019	5.026	5.050
Gasto total (US\$ bilhões)	1,810	1,731	1,998	2,479	3,222	3,861	4,316	4,953	5,780
Gasto por viagem (US\$)	341	363	528	600	672	721	860	985	1.144

Tabela 1. Relação entre o ingresso de turistas e o gasto total – 2000 a 2008

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: EMBRATUR/Banco Central/DPF/Ministério da Justiça

4. O perfil dos turistas norte-americanos

Os turistas norte-americanos são desejados por todos os destinos mundiais. Isso porque, de acordo com a OMT, eles figuram na segunda posição dos turistas que mais despendem quando viajam para fora do seu país. No ano de 2007, as viagens de turistas americanos geraram receitas de US\$ 76,2 bilhões aos destinos em que estiveram, ficando atrás apenas dos alemães, que deixaram US\$ 82,9 bilhões por onde passaram.

De acordo com o Escritório das Indústrias de Viagens e Turismo (*Office of Travel and Tourism Industries – OTTI*) do Departamento de Comércio dos Estados Unidos (*U.S. Department of Commerce*), no ano de 2008 houve 30,789 milhões de viagens de americanos ao exterior (excluindo-se as viagens ao México e ao Canadá). Desse total, cerca de 80% das viagens foram motivadas a lazer ou pela visita a amigos e parentes e 20% a negócios. O OTTI também afirma que os gastos dos turistas americanos fora dos Estados Unidos em 2008 atingiram o recorde de US\$ 79,7 bilhões, sendo que o destino mais beneficiado por essas importações foi o México (US\$ 11,1 bilhões), seguido do Reino Unido (US\$ 10,5 bilhões) e do Canadá (US\$ 7,3 bilhões).

Para efeito desta análise, subtraímos os gastos efetuados no México e no Canadá e utilizaremos, então, o valor de US\$ 61,3 bilhões como o gasto total dos turistas americanos em viagens ao exterior. Isto porque, se considerarmos o total de viagens

incluindo o Canadá e o México, o número de saídas do país chega a 63,6 milhões em 2008, o que causaria a falsa impressão de que o gasto por viagem para além dos países com os quais os Estados Unidos fazem fronteira foi de cerca de 37% a menos. O gasto/viagem de longo curso do turista americano no ano de 2008 foi, então, de aproximadamente US\$ 1.991,00.

Do total de 30,789 milhões de viagens de longo curso dos americanos em 2008, 2,03% delas foram destinadas ao Brasil, ou seja, o ingresso de turistas americanos no País foi de 625.506 naquele ano.

Atrás apenas da Argentina, os Estados Unidos representam o segundo maior emissor de turistas internacionais ao Brasil. O gráfico abaixo ilustra a relação entre o número de turistas americanos que ingressaram no Brasil e o total de ingressos internacionais no País nos últimos 10 anos.

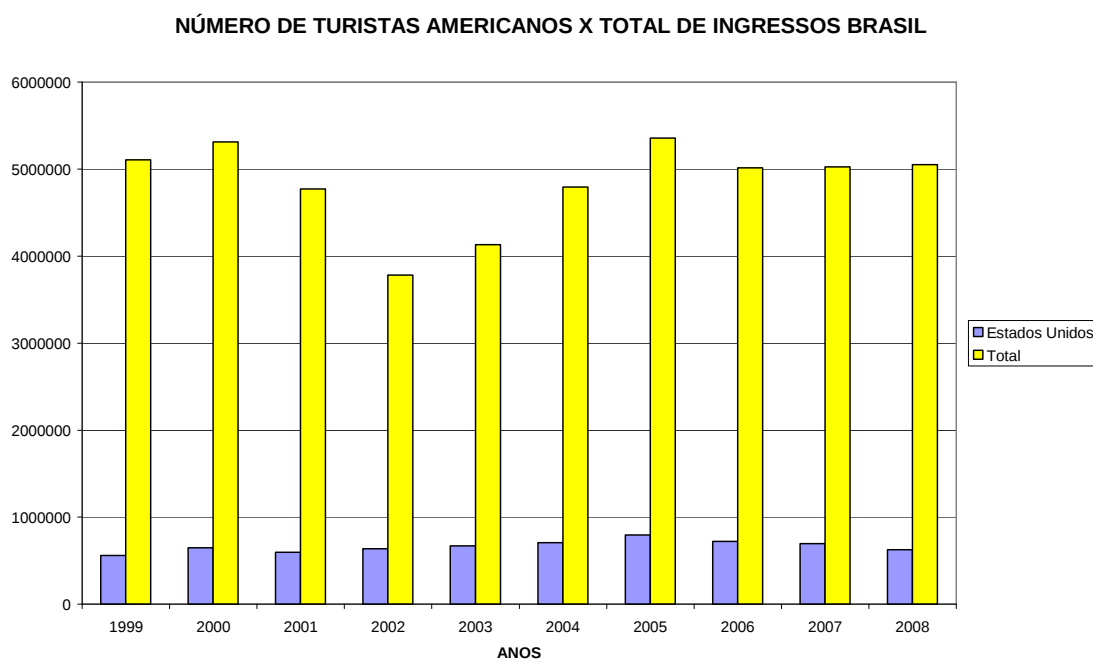


Ilustração 2: gráfico comparativo entre o número de turistas americanos e o total de ingressos no Brasil

Elaborado por Flávia M. Matos

Fonte dos dados: EMBRATUR/MTur

Apesar da aparente estabilidade, se avaliarmos mais detalhadamente, pode-se enxergar variações e uma tendência de queda observada nos últimos três anos, conforme demonstra a tabela 2 abaixo:

	2002	Var (%)	2003	Var (%)	2004	Var (%)	2005	Var (%)	2006	Var (%)	2007	Var (%)	2008
EUA	636.460	+5,0	668.668	+5,6	705.997	+12,4	793.559	-9,6	721.633	-3,6	695.749	-10,1	625.506
Total	3783400	+9,2	4132000	+16,0	4793703	+11,8	5358170	-6,3	5017251	+0,2	5025834	+0,5	5050099

Tabela 2. Variação do ingresso de turistas norte-americanos e do total de entradas de 2002 a 2008

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: EMBRATUR/MTur

Do ponto de vista da participação, ou seja, a relação entre o número de turistas americanos e o total de turistas internacionais, também se observa uma tendência de queda, sobretudo entre os anos de 2006 e 2008.

	2002	Part (%)	2003	Part (%)	2004	Part (%)	2005	Part (%)	2006	Part (%)	2007	Part (%)	2008	Part (%)
EUA	636.460	16,8	668.668	16,2	705.997	14,7	793.559	14,8	721.633	14,4	695.749	13,8	625.506	12,4
Total	3783400	100	4132000	100	4793703	100	5358170	100	5017251	100	5025834	100	5050099	100

Tabela 3. Participação dos turistas americanos no total de turistas internacionais, 2002-2008.

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: EMBRATUR/MTur

No que diz respeito às características da viagem do americano ao Brasil, de acordo com o Estudo da Demanda Turística realizado pela Embratur no período entre 2005 e 2007, 63,9% vêm motivados pelo lazer e para visitar amigos e parentes, diferentemente dos 80% relatados pelo OTTI sobre o total de viajantes americanos ao exterior. Aquele escritório também afirma que somente 20% dos residentes nos Estados Unidos fizeram viagens de longo curso motivados por negócios, ao passo que, no Brasil, o registro foi de 32,2% desse público em 2007.

Multiplicando-se o gasto médio *per capita*/dia de US\$ 74,7 pela permanência média de 18,6 dias em viagens realizadas por turistas americanos ao Brasil em 2007 (MTur, 2008), concluímos que o gasto total médio efetuado por um turista americano no Brasil foi de US\$ 1.389,42, ou seja, 30% menor que o gasto/viagem do total de americanos que viajaram ao exterior calculado pelo OTTI em 2008.

Outro dado interessante de se comparar é o da renda familiar anual. Ao passo que a média de renda anual do turista americano que viaja ao exterior é de aproximadamente US\$ 115.500, de acordo com o OTTI, aqueles que vêm especificamente ao Brasil possuem renda familiar anual de aproximadamente US\$ 85 mil (MTur, 2008), com o que podemos concluir que o Brasil não tem atraído o turista de maior poder aquisitivo daquele país.

Em relação aos demais itens de ambos os estudos, não há grandes diferenças: a maioria dos turistas é homem, viaja sozinho, tem em média 40 anos ou mais e permanece no destino por aproximadamente 18 dias.

5. Fatores que afetam o turismo bilateral

A dificuldade de se estabelecer alguma lógica sobre o que leva um turista a decidir por um ou outro destino para viajar é grande. Entretanto, algum avanço foi estabelecido nesse sentido em uma análise de Bruce Prideaux. No sentido de identificar fatores econômicos e não-econômicos que afetassem os fluxos turísticos, ele considerou uma revisão da literatura existente, o exame de modelos, tipologias e pesquisas anteriores sobre a competitividade de destinos e uma análise de dados do turismo bilateral e das circunstâncias que governam esses fluxos. O resultado desse trabalho está na Ilustração 3 abaixo.

Table 1. Categories of Factors that Comprise the Bilateral Framework

Category	Factors (Examples)
Demand	
Price	Cost of travel
Personal choice	Travel versus other forms of consumption
Government Responsibilities	
State of diplomatic relations	Facilitates or discourages travel
Government policy towards tourism	Visa and passport regulations
Transport policy	Bilateral aviation agreements
Currency restrictions	Level of restrictions on import or export of currency
Promotion and marketing	Level of public and private sector funding
Government regulations	Designed to assist or hinder tourism development
Government supplied goods and services	Security, public health, policing
Economic policy	Does government have expansionary policies to stimulate tourism
Private Sector Factors	
Travel infrastructure	Efficiency of tour operators
Domestic price levels	Restrict or encourage personal consumption
Intangible Factors	
Quality of the nation's attractions and national attractiveness	Positive attractiveness encourages travel, negative attractiveness discourage travel
Icons and images	Unique icons encourage travel
Barriers to bilateral tourism	Distance, cultural differences
Other factors including media	Positive or negative images
External Economic Factors	
Efficiency of national economy	An efficient economy provides competitively prices goods and services
Competition	Impacts on visitor numbers and destination prices
Exchange rates	Impacts on relative price levels
Income effect	Determines number of people able to participate in travel
Elasticity and Substitution effect	If prices increase consumers seek substitute destinations
External Political and Health Factors	
Terrorism and political risk	Known level of terrorist risk
State of international relations	Friendly is a positive factor, unfriendly is a negative factor
Health	State of public health system

Ilustração 3: Categorias de fatores que afetam o turismo bilateral

Elaborado por Bruce Prideaux (2005)

Fonte: *Factors Affecting Bilateral Tourism Flows*

Segundo Prideaux, de uma maneira geral, a partir da revisão da literatura existente, a demanda depende da interação de uma grande quantidade de fatores que inclui preço, preferências pessoais, a imagem do destino, a regulamentação governamental, a capacidade financeira pessoal para viajar, tensões militares/políticas internacionais, epidemias, preocupações com a própria segurança e medo da criminalidade.

Na análise feita a partir de mais de cem trabalhos acadêmicos, as variáveis da demanda mais citadas foram renda (84%), preços relativos (74%) e custo dos transportes. Também é notável a questão da facilidade de acesso ao destino escolhido: quanto mais próximo, maior a sua vantagem competitiva.

Do ponto de vista da geografia, identificou-se que a distância, os dados demográficos, o custo e a falta de informações são as principais variáveis que influenciam o turismo bilateral.

De acordo com o autor, barreiras físicas, tais como fortificações e demarcações de território, o rigor das formalidades de entrada (vistos, procedimentos alfandegários e medidas de quarentena), barreiras psicológicas, que incluem diferenças culturais, e as percepções sobre fatores tais como os econômicos afetam sobremaneira o turismo bilateral.

6. O princípio da reciprocidade e a exigência de visto pelo Brasil

O princípio da reciprocidade é um dos mais antigos no Direito Internacional. Tratados dos séculos XII e XIII já o utilizavam para justificar regulamentações necessárias. Para o Professor Carlos Husek,

Reciprocidade é medida de igualdade, que tem a finalidade de atingir o equilíbrio, agindo mais numa zona cinzenta entre o fato e o Direito, e possui natureza política.

Apesar disso, questiona-se, no âmbito do Direito Internacional, a decisão judicial com base nesse princípio, porque pode extrapolar os limites da normalidade, ficando exposta a interpretações da situação.

Este princípio rege a exigência de visto entre Estados. Além disso, é interessante observar que a reciprocidade está intimamente ligada ao princípio da igualdade entre os Estados (RODRIGUES, 2004). Assim, se um Estado exige o visto de entrada a cidadãos de outro, este também o fará. A Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980, regulamenta o uso do princípio da reciprocidade para a exigência de vistos:

Art. 10. Poderá ser dispensada a exigência de visto, prevista no artigo anterior, ao turista nacional de país que dispense ao brasileiro idêntico tratamento. Parágrafo único. A reciprocidade prevista neste artigo será, em todos os casos, estabelecida mediante acordo internacional, que observará o prazo de estada do turista fixado nesta Lei.

Cabe salientar que é opinião largamente difundida a de que o princípio não deveria ser aplicado a casos que ferem a ordem jurídica internacional. Em 2004, quando a conduta adotada pelo governo Bush foi a de exigir fotos, fichamento e digitais para a concessão do visto, houve ampla discussão sobre a necessidade de se fazer o mesmo no Brasil. Concluiu-se, felizmente, que as medidas tomadas por aquele país não deveriam ser aplicadas aqui porque são contrárias ao Direito Internacional dos Direitos Humanos (RODRIGUES, 2004).

6.1. A resistência no âmbito político e os projetos de lei

O projeto de lei (PL) nº 2.430, de 2003, buscava alterar a redação do artigo 10 da Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980, para dispensar a exigência de visto ao turista que residisse nos Estados Unidos, eximindo o Brasil da obrigação da reciprocidade. A Comissão de Constituição de Justiça e de Cidadania do Ministério da Justiça apresentou um relatório analisando-o, cujo trecho mais relevante transcrevemos abaixo:

A proposta em tela, caso se concretize, deixará o Brasil em uma situação política *sui generis*, pois outros países que mantêm relações de mercado conosco certamente reivindicarão tratamento isonômico sob a ótica das relações exteriores. Caso em que os tratados e acordos internacionais para isenção de visto não mais teriam razão de existir. Do outro lado, a justificativa de que a referida proposta trará aumento significativo para o turismo local não merece prosperar em detrimento da soberania e

do reconhecimento brasileiro no exterior. Não se pode reduzir as relações internacionais a uma mera questão de interesses econômicos da indústria do turismo. Ressalte-se, ainda, que o Direito Internacional moderno tem como pilar o princípio da igualdade entre os Estados, princípio esse que não se compatibiliza com a concessão de vantagens a um Estado sem a devida contrapartida. Assim, no caso de aprovação do projeto em análise, restará suprimido o princípio da reciprocidade e mitigado o princípio da igualdade entre os Estados, o que, sem dúvida, implicará desequilíbrio das relações internacionais.

Sem dúvida, a concretização da proposta deixará o país em uma situação político-internacional vulnerável sob o aspecto das relações exteriores: primeiro, porque outros países que mantêm relações de mercado com o Brasil, certamente, reivindicarão tratamento isonômico ao dispensado aos turistas nacionais dos Estados Unidos da América e dos outros países referidos no substitutivo da CREDN; segundo, porque não será garantido ao Brasil o mesmo tratamento por ele dispensado, o que colocará nosso país numa situação fragilizada no âmbito internacional (2005, p. 03).

De acordo com o relatório em separado do Deputado Luiz Eduardo Greenhalgh, o MRE também foi desfavorável ao projeto, afirmando que “poderá ensejar questionamento quanto à sua injuridicidade, por infringir o princípio da universalidade de aplicação das leis” (2005, p. 04). E complementou afirmando que “a reciprocidade de tratamento constitui a base do relacionamento entre Estados soberanos” (2005, p. 04).

Em 2007, o deputado Otávio Leite (PSDB-RJ) apresentou o PL nº 178/07, que tinha a mesma intenção. Nesse projeto foram apensados os PLs 4010/2008, do deputado Cândido Vaccarezza (PT-SP), e o PL 4652/2009, do deputado Carlos Eduardo Cadoca (PSC-PE).

O projeto nº 4.010 de 2008, do Deputado Cândido Vaccarezza (PT-SP), propunha uma alteração no art. 9º da Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980:

“Art. 9º O estrangeiro que venha ao Brasil em caráter recreativo ou de visita poderá solicitar a concessão de visto de turista através das representações diplomáticas brasileiras no exterior ou na ocasião da entrada no território nacional.

§ 1º Considera-se estrangeiro em caráter recreativo ou de visita aquele que não tenha finalidade imigratória, nem intuito de atividade remunerada ou estudantil no país.

§ 2º Deve ser comprovado ao agente de imigração, na ocasião do desembarque, ou perante as representações diplomáticas no exterior o prazo de permanência, acomodações e condições financeiras para a sua manutenção no país.

§ 3º O estrangeiro de país que dispense aos brasileiros idêntico tratamento pode cumprir o estabelecido em acordo internacional no que tange a reciprocidade.(NR)

Art. 2º Fica revogado o artigo 10 da Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980.”

Entretanto, esses projetos não lograram êxito.

A tramitação em curso é a do PL 3059/2008, do deputado Carlos Eduardo Cadoca (PSC-PE), na forma de substitutivo, apensado. A Comissão de Turismo e Desporto da Câmara dos Deputados aprovou no dia 12 de agosto de 2009 o parecer favorável do deputado Marcelo Teixeira (PR-CE) ao projeto.

O PL estabelece que o visto poderia ser obtido no país de origem do estrangeiro ou em solo brasileiro quando requerido por meio eletrônico, determinando procedimentos e prazos para a solicitação e obtenção do visto eletrônico, mecanismos de controle nos embarques dos turistas e penalidades cabíveis.

Para o deputado Otávio Leite,

“Um detalhe especial da proposta aprovada consiste na estratégia que adotamos de não afetar o "princípio da reciprocidade" que é tão caro ao Itamaraty. A rigor, o visto prosseguirá sendo exigido (também necessário aos brasileiros que desejam ir aos EUA), só que o meio para tal será radicalmente facilitado, pois a ferramenta Internet terá todo o respaldo jurídico para ser utilizada plenamente.” (LEITE, 2009)

A discussão sobre a exigência de vistos para turistas e a aplicação do princípio da reciprocidade pelo Brasil é extensa. De um lado está a indústria turística defendendo a desburocratização das medidas de entrada no País; do outro, há leis, princípios e normas que regem o relacionamento entre os Estados e que não permitem essa facilitação.

Contudo, acreditamos que os Estados Unidos tenham mais razões do que o Brasil para controlar a entrada de turistas por meio da concessão prévia de vistos. O risco de que visitantes temporários do Brasil se tornem imigrantes ilegais nos EUA, por conta da

posição econômica e social que, apesar da crise econômica evidenciada em 2008, segue sendo ocupada pelo país, é maior do que o de um americano em viagem ao Brasil.

7. Exigências de visto

7.1. Os países que exigem visto dos turistas americanos

De acordo com o *Bureau of Consular Affairs* (Bureau de Assuntos Consulares) do *U.S. Department of State* (Departamento de Estado Norte-Americano), que estabelece uma divisão própria dos continentes e regiões mundiais, são 92, de um total de 206, os países que exigem visto aos turistas norte-americanos.

É importante ressaltar que, para efeito desta análise, considerou-se o visto especificamente para turismo, em viagens de uma média de 18 dias, conforme o perfil descrito anteriormente.

Na região caracterizada como Hemisfério Ocidental¹, composta somente pelas Américas, há 44 países considerados pelo Bureau. Desse total, somente seis exigem visto para turistas norte-americanos: Bolívia, Brasil, Chile, Cuba, Paraguai e Suriname, sendo que o Chile flexibilizou a concessão de vistos, de maneira que o cidadão norte-americano só tem que pagar uma taxa de reciprocidade na chegada ao país, o que lhe dá o direito a um visto que expira juntamente com o passaporte.

O mesmo não acontece nos continentes africano (África Subsaariana)², no Oriente Próximo, nem no centro-sul da Ásia. Nessas três regiões, os países que requerem visto são em maior número do que os que não o fazem. Do total de 48 nações na África Subsaariana, somente oito não solicitam visto a turistas norte-americanos. São elas:

¹ Anguilla, Antígua e Barbuda, Antilhas Francesas, Antilhas Holandesas, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Belize, Bermudas, Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Dominica, El Salvador, Equador, Granada, Guatemala, Guiana, Guiana Francesa, Haiti, Honduras, Ilhas Caimã, Ilhas Virgens Britânicas, Jamaica, México, Montserrat, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Santa Lúcia, São Vicente e Granadinas, São Cristóvão e Neves, Suriname, Trinidad e Tobago, Turks e Caicos, Uruguai e Venezuela.

² África do Sul, Angola, Benin, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camarões, Chade, Comores, Congo, Costa do Marfim, Djibuti, Eritreia, Etiópia, Gabão, Gâmbia, Gana, Guiné, Guiné Equatorial, Guiné-Bissau, Lesoto, Libéria, Madagascar, Maláui, Mali, Maurício, Mauritânia, Moçambique, Namíbia, Níger, Nigéria, Quênia, República Centro-Africana, República Democrática do Congo, Ruanda, São Tomé e Príncipe, Senegal, Serra Leoa, Seychelles, Somália, Suazilândia, Sudão, Tanzânia, Togo, Uganda, Zâmbia e Zimbábue.

África do Sul, Botsuana, Guiné Equatorial, Lesoto, Maláui, Ruanda, Senegal e Suazilândia. Na região classificada pelo bureau como Oriente Próximo e o Centro-Sul da Ásia (*NESCA - Near East & South Central Asia*)³, há 31 Estados, dos quais somente o Marrocos, Omã e a Tunísia não exigem mais do que o bilhete de retorno para a entrada no país.

O continente que o Bureau chama de Europa⁴ inclui o nordeste da Ásia e é composto por 48 países. Desses, somente a Bielorrússia e a Rússia aplicam regras estritas. A Armênia, o Azerbaijão e a Turquia, apesar de exigirem o visto, concedem-no na chegada ao país, mediante o pagamento de uma taxa.

A Ásia Oriental e os países do Pacífico⁵ totalizam 35 nações. Treze delas requerem a permissão para entrada, sendo que Austrália, Camboja, Indonésia, Laos, Papua Nova Guiné, Timor Leste e Tuvalu facilitam a concessão pela Internet ou na chegada ao país. A antiga Birmânia, atual Myanmar, a China, a Coreia do Norte, Nauru e o Vietnã obrigam o turista a obter o visto antes da viagem.

7.2. Os países aos quais os EUA não exigem visto

Visa Waiver Program – ESTA

Conforme explicações anteriores, os EUA mantêm um programa que chamam de VWP – *Visa Waiver Program* (Programa de Isenção de Vistos), cuja intenção é a de facilitar a entrada de cidadãos de 35 países eleitos com base em critérios de segurança

³ Afeganistão, Arábia Saudita, Argélia, Bahrein, Bangladesh, Butão, Cazaquistão, Catar, Egito, Emirados Árabes Unidos, Índia, Irã, Iraque, Israel, Jordânia, Kuwait, Líbano, Omã, Quirguistão, Síria, Líbia, Maldivas, Marrocos, Nepal, Paquistão, Sri Lanka, Tadjiquistão, Tunísia, Turcomenistão, Uzbequistão e Iêmen.

⁴ Albânia, Alemanha, Andorra, Armênia, Áustria, Azerbaijão, Bélgica, Bielorrússia, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Chipre, Cidade do Vaticano, Croácia, Dinamarca, Eslovênia, Eslováquia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Geórgia, Grécia, Holanda, Hungria, Islândia, Itália, Kosovo, Letônia, Lituânia, Luxemburgo, Macedônia, Malta, Moldávia, Mônaco, Montenegro, Noruega, Polónia, Portugal, Reino Unido, República Tcheca, Romênia, Rússia, San Marino, Sérvia, Suécia, Suíça, Turquia e Ucrânia.

⁵ Austrália, Birmânia, Brunei, Camboja, China, Cingapura, Coreia do Norte, Coreia do Sul, Fiji, Filipinas, Ilhas Marshall, Ilhas Salomão, Indonésia, Japão, Kiribati, Laos, Macau, Malásia, Micronésia, Mongólia, Nauru, Nova Caledônia, Nova Zelândia, Palau, Papua Nova Guiné, Polinésia Francesa, Hong Kong, Samoa, Tailândia, Taiwan, Timor Leste, Tonga, Tuvalu, Vanuatu e Vietnã.

estabelecidos pelos Estados Unidos. O VWP permite que, a lazer ou a negócios, essas pessoas fiquem nos EUA por até 90 dias ou menos sem a necessidade de obter um visto.

O programa foi iniciado em 1986 com o objetivo de eliminar barreiras desnecessárias às viagens, estimulando a indústria turística e permitindo que o Departamento de Estado concentrasse seus esforços e recursos consulares em outras áreas.

Apesar dessa liberalização, os cidadãos de “países VWP” têm que cumprir algumas regras, como provar que têm recursos suficientes para se manter no país pelo período previsto. Além disso, desde o dia 12 de janeiro de 2009 os EUA requerem que o turista obtenha uma autorização através do *ESTA – Electronic System for Travel Authorization* (Sistema Eletrônico para Autorização de Viagem) antes da viagem.

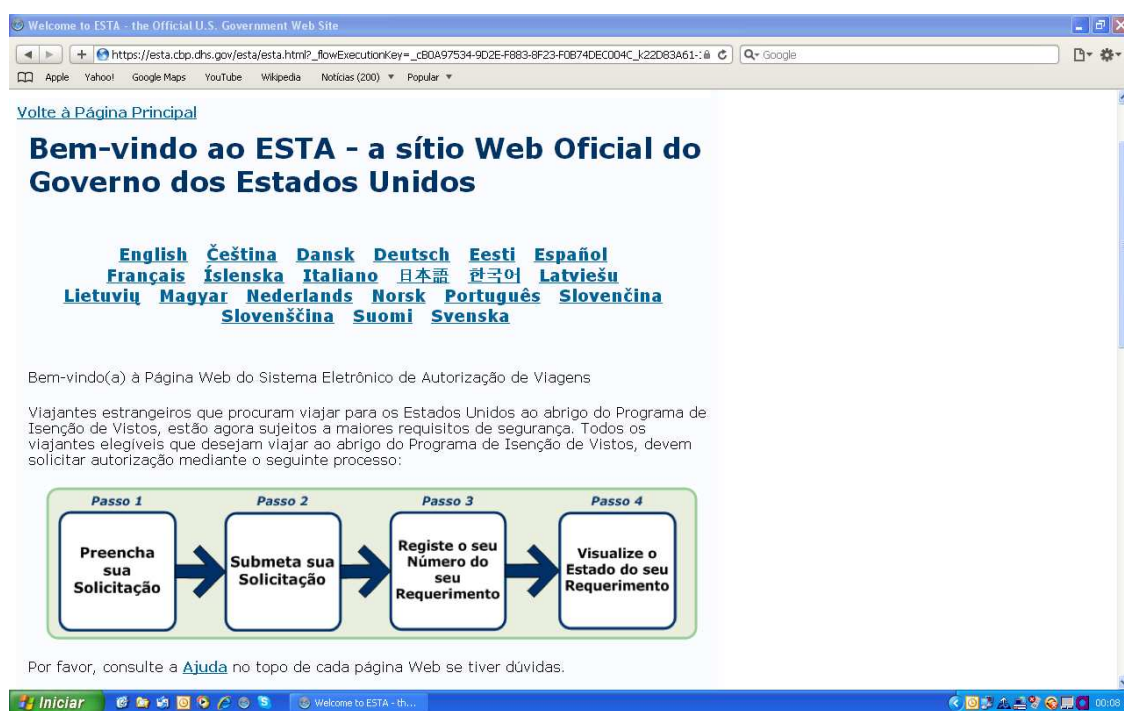


Ilustração 4. Formulário *ESTA* para portugueses

Fonte: <https://esta.cbp.dhs.gov/esta>

Welcome to ESTA - the Official U.S. Government Web Site

https://esta.cbp.dhs.gov/esta.html?_flowExecutionKey=_c0A97534-9D2E-F8B3-8F23-F0B74DEC004C_K22D83A61-1

Solicitar Autorização para Viajar para os Estados Unidos

Selecione esta opção se:

- É um cidadão ou nativo elegível de um país participante do Programa de Isenção de Visto.
- Actualmente não possui um visto de visitante.
- A sua viagem será de 90 dias ou menos.
- Planeia viajar para os Estados Unidos em negócios ou lazer.

Atualizar ou Verificar o Estado da Autorização Anteriormente Apresentada para Viagem para os Estados Unidos

Selecione esta opção se:

- Anteriormente apresentou uma solicitação electrónica para autorização de viagem e deseja executar um dos passos seguintes:
 - Determinar o estado da sua solicitação de autorização para viagem.
 - Atualizar a sua solicitação de autorização para viagem.

Por favor indique as seguintes informações sobre a sua solicitação:

Número da solicitação *

Data de nascimento

Dia *
Mês *
Ano *

Número do passaporte *

Ilustração 5. Formulário *ESTA* para portugueses

Fonte: <https://esta.cbp.dhs.gov/esta>

Também é imperativo que os passaportes dos usuários do VWP sejam eletrônicos ou que possam ser lidos por um equipamento específico do setor de imigração dos EUA.

Os países que atualmente participam do programa são: Andorra, Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Brunei, Cingapura, Coreia do Sul, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Holanda, Hungria, Irlanda, Islândia, Itália, Japão, Letônia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Mônaco, Noruega, Nova Zelândia, Portugal, Reino Unido, República Checa, San Marino, Suécia e Suíça.

Profissionais mexicanos e canadenses (NAFTA)

O *NAFTA – North American Free Trade Agreement* (Tratado Norte-Americano de Livre Comércio) facilita as relações econômicas e de comércio entre os Estados Unidos, o Canadá e o México. O visto NAFTA de não-imigrante permite que cidadãos do Canadá e do México, como “profissionais NAFTA”, trabalhem nos EUA. Residentes

permanentes, incluindo canadenses, não estão aptos a se candidatar como um “profissional NAFTA”.

Cidadãos da Micronésia e das Ilhas Marshall

A partir da assinatura do Tratado de Livre Associação de 1985, a Micronésia e as Ilhas Marshall deixaram de estar sob a tutela dos EUA. Entretanto, o Tratado manteve a isenção de visto, sem a garantia de admissão por se tratar de cidadãos que, daquele ponto em diante, não eram mais americanos.

Cidadãos do Canadá e das Bermudas

Cidadãos canadenses em viagem aos EUA, a lazer ou a negócios, não necessitam de um visto de não-imigrante.

Já os mexicanos, se não tiverem um cartão chamado *Border Crossing Card* (Cartão para Cruzar a Fronteira), também conhecido como “visto a laser”, implantado em 1998, não podem cruzar a fronteira. O cartão é válido por dez anos e deve ser emitido pelas vias consulares dos EUA no México.

Os nativos do Território Britânico das Bermudas não precisam de visto de não-imigrante para viagens de até 180 dias aos Estados Unidos.

Desta forma, concluímos que são 40 os Estados que estão isentos de visto para ingressar nos EUA.

7.3. O processo de obtenção de um visto brasileiro de turismo por um americano

Conforme orientações obtidas no *website* da Embaixada do Brasil em Washington, a obtenção de um visto brasileiro de turismo por um americano requer o cumprimento dos seguintes procedimentos:

1. O preenchimento *online*, adequado e completo, de um formulário por candidato. Cada formulário deve ser enviado ao consulado juntamente com a seguinte documentação:
 - o Passaporte válido por 6 meses com pelo menos uma página em branco para o carimbo do visto;
 - o Uma foto recente de 2" x 2";
 - o Cópia do bilhete aéreo ou, se em viagem por terra, extrato de banco provando a existência de fundos para se manter no Brasil;
 - o O pagamento de USD 130,00, em reciprocidade à taxa cobrada pelos Estados Unidos aos cidadãos brasileiros;
 - o Os formulários que contiverem as informações sobre trabalho como “autônomo” ou “desempregado” deverão ser complementadas com um balanço de extratos bancários que contenha o nome do candidato;
 - o Atestado de vacinação contra a febre amarela se o candidato tiver estado em um dos locais onde a doença ainda exista.

Em uma observação, a Embaixada informa que, mesmo com a documentação acima entregue corretamente, se julgar necessário, o Escritório Consular Brasileiro pode solicitar mais documentos e informações.

Para validar o visto, a primeira viagem ao Brasil após a emissão deverá ocorrer em até 90 dias.

O período de estada no Brasil pode ser de até 90 dias, extensíveis a 180 mediante aprovação da Polícia Federal, desde que solicitada com 30 dias de antecedência da data de validade daquela estada.

O prazo estabelecido para a concessão de vários tipos de visto é de 15 dias úteis.

Existe a possibilidade de se solicitar o visto pelo correio, de acordo com as seguintes regras:

- o O serviço de correio utilizado tem que ser o *U.S. Postal Service (USPS)*, por meio de envelopes do tipo *Express Mail* (correio expresso).

- o Deve-se incluir um envelope pré-pago de retorno, igual ao de envio, já endereçado ao candidato.
- o A única forma de pagamento aceita para solicitações de visto feitas pelo correio é via *U.S. Postal Money Order* (Ordem de Pagamento dos Correios dos EUA), na quantia exata, pagáveis ao “Consulate General of Brazil”.

O Consulado informa, também, que devolverá os envelopes de outras transportadoras que não o USPS, tais como a FEDEX. Além disso, declara que não se responsabiliza por atrasos, perdas ou roubos de documentos ou de dinheiro enviados pelo correio.

Uma taxa não-reembolsável de USD 20 por processo se aplica a candidatos que enviem a documentação pelo correio ou que a apresentem por outra pessoa que não o próprio candidato ou um membro imediato da sua família.

A página também afirma que os Consulados não processarão os vistos de cidadãos cujas origens não forem as da jurisdição de cada um. Para isso solicitam, nos casos de envios pelo correio e por meio de despachantes, que se anexe um comprovante de endereço.

São nove os consulados brasileiros nos Estados Unidos para efetuar o atendimento a todo o país, conforme demonstra a tabela abaixo.

Localização do Consulado	Jurisdição
Atlanta	Estados do Alabama, Georgia, Mississippi, North Carolina, South Carolina e Tennessee
Boston	Estados do Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island e Vermont
Chicago	Estados de Illinois, Indiana, Iowa, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, South Dakota e Wisconsin
Houston	Estados do Arkansas, Colorado, Kansas, Louisiana, New Mexico, Oklahoma, e Texas
Los Angeles	Estados do Arizona, Hawaii, Idaho, Montana, Nevada, Utah, Wyoming, e no Estado da Califórnia, os condados de Imperial, Kern, Los Angeles, Orange, Riverside, San Bernardino, San Diego, San Luis Obispo, Santa Barbara e Ventura
Miami	Estado da Florida, Porto Rico e as Ilhas Virgens Norte-americanas.
Nova York	Estados de Connecticut, Delaware, New Jersey, New York, Pennsylvania e Bermudas.
São Francisco	Estados do Oregon, Washington, Alaska, Califórnia (os condados de Alameda, Alpine, Amador, Butte, Calaveras, Colusa, Contra Costa, Del Norte, El Dorado, Fresno, Glenn, Humboldt, Inyo, Kings, Lake, Lassen, Ladera, Marin, Mariposa, Mendocino, Merced, Modoc, Mono, Monterey, Napa, Nevada, Placer, Plumas, Sacramento, San Benedito, San Francisco, San Joaquin, San Mateo, Santa Clara, Santa Cruz, Shasta, Sierra, Siskyou, Solano, Sonoma, Stanislaus, Sutter, Tehama, Trinity, Tulare, Tuolumne, Yolo e Yuma).
Washington, D.C.	Distrito de Columbia, Estados do Kentucky, Maryland, Ohio, Virginia, West Virginia e bases norte-americanas, exceto Guam

Tabela 4. Consulados Brasileiros nos EUA e sua jurisdição

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: MRE

Há consenso de que este procedimento burocrático, muito semelhante ao aplicado pelos EUA aos turistas brasileiros, é custoso nos dois sentidos: o prático e o financeiro. Se considerarmos que a média em uma família americana é de quatro pessoas, o custo da viagem, somente em vistos, seria aumentado em USD 520. Isso se o visto não for solicitado por correio, o que geraria um acréscimo de USD 80 dólares àquele valor. Além disso, o caráter prático dos cidadãos norte-americanos gera resistência a tanta burocracia.

8. O individualismo característico dos norte-americanos

Considerando-se a cultura americana de uma maneira geral, podemos dizer que é, acima de tudo, individualista. Stewart-Allen (2002) relata que esse fato tem origem na religião, pois os Protestantes estabeleceriam uma relação direta com Deus, o que, segundo a autora, é interpretado como se cada indivíduo fosse valioso o suficiente no mundo para falar com Deus diretamente.

Esse acultramento é incentivado desde cedo, “quando aprendem que podem ter opiniões, tomar decisões e conseguir o que querem” (STEWART-ALLEN, 2002).

Esse é um fator importante na avaliação daquele mercado, porque são essas características particulares que os fazem decidir viajar para onde houver mais benefícios concedidos, mais informação disponível e maior facilidade de acesso.

Se há tantos destinos disputando pelos turistas americanos e oferecendo-lhes vantagens, por que haveriam de enfrentar uma batalha burocrática para obter um visto para vir ao Brasil?

9. As relações entre o número de turistas, o gasto efetuado a turismo e a exigência de visto a turistas americanos

Inúmeras são as relações que se pode estabelecer entre os dados obtidos para esta pesquisa. Elegemos nesta seção as seguintes:

- A relação entre a quantidade de viagens de turistas americanos às regiões estabelecidas pelo Departamento de Estado Norte-Americano e a porcentagem de países que exige visto aos turistas americanos em cada um deles;
- A relação entre o gasto efetuado pelos turistas americanos nas regiões estabelecidas pelo Departamento de Estado Norte-Americano e a porcentagem de países que exige visto aos turistas americanos em cada um deles.

A tabela abaixo ilustra a relação inversamente proporcional entre a quantidade de países que exige visto a turistas americanos em cada região e as suas viagens a esses continentes:

Região	% viagens americanos (longo curso)	% países que não exigem visto/região
Europa	34,91%	89,58%
Hemisfério Ocidental	33,96%	86,36%
Ásia Oriental e Pacífico	22,64%	68,57%
Oriente Próximo e o centro-sul da Ásia	5,66%	6,45%
África	2,83%	16,67%
Total	100%⁶	

Tabela 5. Relação entre a quantidade de viagens de longo curso dos turistas americanos em 2008 e a porcentagem de países que exigem visto por região visitada

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: US Department of Commerce e US Department of State

De acordo com a Tabela 5 acima, pode-se concluir que, quanto maior a quantidade de países a isentar os turistas norte-americanos da exigência do visto, mais visitas recebem deles.

A exceção fica por conta do turismo no Oriente Próximo, que cresceu 18,2% de 2007 para 2008, sendo que a média mundial foi de somente 2% no período. Esse fenômeno pode ser explicado pelo desejo dos turistas de buscar novas experiências e interação com os destinos. Querem observar como alguns países que emergiram de crises, conflitos ou regimes fechados são e estão atualmente. (UNTWO e ETC 2009). Além

⁶ O OTTI afirma no relatório que utilizou porcentagens arredondadas. Por isso, a fim de que as porcentagens somassem 100%, estabeleceu-se uma relação com a quantidade total a que se chega se forem somadas todas as porcentagens do relatório, que era de 106%.

disso, vale reforçar que, dos 5,66% do total de turistas americanos recebidos pelo Oriente Próximo, 2% deles tinham destino a Israel, que os concede o visto renovável de 90 dias na chegada ao país, sem a cobrança de taxa alguma.

Como já mencionamos, o impacto social e econômico ocasionado pelo turismo receptivo é gerado prioritariamente pelos gastos efetuados pelos turistas estrangeiros. Por isso, acreditamos ser fundamental a avaliação da relação estabelecida na tabela 6 abaixo:

Região	% países que não exigem visto/região	Gastos de viagem (em USD bi)	Tarifa aérea (em USD bi)	Gasto total (em USD bi)
Europa	89,58%	24,77	15,30	40,07
Ásia Oriental e Pacífico	68,57%	17,43	11,13	28,56
Hemisfério Ocidental	86,36%	15,81	2,92	18,73
África	16,67%	2,57	0,48	3,05
Oriente Próximo e o centro-sul da Ásia	6,45%	2,03	1,48	3,51

Tabela 6. Relação entre o gasto efetuado pelos turistas americanos em viagens ao exterior em 2008 e a porcentagem de países que exigem visto por região visitada

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: US Department of Commerce e US Department of State

Para esta análise, consideraram-se somente os gastos de viagem efetuados pelos turistas norte-americanos em viagens ao exterior. Isso porque, se inseríssemos as tarifas aéreas, incorreríamos na exigência da avaliação sobre as distâncias aéreas e os valores dos bilhetes. Porém, o que de fato nos interessa é a receita deixada e distribuída no país.

Podemos verificar que a Europa, como o continente que concentra relativamente a menor quantidade de países que exige vistos de turistas americanos, é também a mais beneficiada pelos gastos de viagem efetuados por eles.

Em segundo lugar está a Ásia Oriental e Pacífico. Se observarmos atentamente, concluímos que a diferença entre o gasto de viagem dessa região e do Hemisfério Ocidental é de USD 1,62 bilhões. A distância entre os demais países do Hemisfério Ocidental e os Estados Unidos é muito menor do que entre a região da Ásia Oriental e Pacífico. Portanto, a permanência do turista norte-americano na Ásia é maior do que nas Américas. Sendo assim, essa diferença no gasto pode ser relativizada.

As posições ocupadas pela África e pela região do Oriente Próximo e do centro-sul da Ásia seguem a lógica de que, quanto maior a quantidade de países que os exima do visto, maior será o gasto de viagem efetuado pelos turistas norte-americanos.

10. Comparações com os destinos turísticos concorrentes do Brasil

De acordo com o Plano Aquarela – Plano de Marketing Turístico Internacional do Brasil (MTur, 2006), os concorrentes do Brasil, quando se trata do mercado turístico dos Estados Unidos, são a América Central (Costa Rica, Guatemala e Honduras), a Argentina, as Bahamas, o Equador e o Peru, a Jamaica, o México e a República Dominicana.

Entretanto, para efeito desta análise, trabalharemos com os destinos Bahamas, Colômbia, Costa Rica, Guatemala e Honduras, Equador e Peru, Jamaica e República Dominicana.

Apesar de oferecer uma grande quantidade de atrativos naturais comparáveis aos do Brasil, o México não pode ser considerado um concorrente porque a distância e a facilidade de acesso oferecida aos americanos o coloca numa posição de extrema vantagem em relação ao Brasil. A Argentina, apesar de estar a uma distância semelhante à do Brasil relativamente aos Estados Unidos, também não pode ser considerada uma concorrente porque não dispõe da natureza exuberante que os americanos buscam nos demais países definidos como concorrentes. A Colômbia foi inserida porque oferece atrativos dos segmentos sol e praia, cultura e ecoturismo, que compõem a combinação de produtos buscados no Brasil pelos americanos (Embratur, 2008).

Viagens de americanos ao exterior (longo curso)				2007		%	2008	
				31.228.000		-1,4%	30.789.000	
Destinos	Turistas americanos (em mil)			Total de turistas (em mil)			% americanos/total	
	2007	%	2008	2007	%	2008	2007	2008
Bahamas	1.355	-1,8%	1.331	1.528	-4,3%	1.463	88,7%	91,0%
Colômbia	625	-1,4%	616	1.195	2,3%	1.222	52,3%	50,4%
América Central	2.248	-11,0%	2.001	4.259	6,0%	4.515	52,8%	44,3%
Equador e Peru	687	25,5%	862	2.853	7,4%	3.063	24,1%	28,1%
Jamaica	1.530	-5,4%	1.447	1.701	3,9%	1.767	89,9%	81,9%
Rep. Dominicana	812	44,3%	1.172	3.980	0,0%	3.980	20,4%	29,4%
Brasil	696	-10,1%	626	5.026	0,5%	5.050	13,8%	12,4%

Tabela 7. Relação entre a quantidade de turistas americanos e o total de turistas estrangeiros do Brasil e seus concorrentes

Elaborada por Flávia M. Matos

Fonte: US Department of Commerce, Embratur/MTur e UNWTO

É preciso dizer que nenhum desses países exige visto aos turistas norte-americanos. Afinal, como já se elucidou, somente seis países exigem visto aos EUA nas Américas: Bolívia, Brasil, Chile, Cuba, Paraguai e Suriname, sendo que o Chile somente aplica uma taxa de reciprocidade na chegada ao país.

A tabela acima evidencia a dependência que alguns destinos têm dos turistas norte-americanos, como é o caso das Bahamas e da Jamaica que, por serem os mais próximos, tem a predileção daqueles visitantes.

O turismo internacional na América Central (Costa Rica, Guatemala e Honduras, neste caso) e na Colômbia se mantém com cerca de 50% dos turistas norte-americanos.

Unindo-se o Equador e o Peru, a dupla cresceu 25,5% de 2007 para 2008 em quantidade de turistas norte-americanos, chegando a quase 30% do seu total em 2008.

A República Dominicana, que em 2007 contava com 20,4% da sua economia do turismo gerada pelos norte-americanos, em 2008 viu essa quantidade chegar a 29,4%, apesar da crise econômica.

A título de esclarecimento, acrescentamos que a Bolívia, um dos seis países que exigem vistos aos turistas americanos, atingiu os resultados de USD 275 milhões em ingresso total de divisas a turismo em 2008 e USD 292 milhões em 2007. O Paraguai, que também integra o grupo daqueles seis países, chegou a USD 105 milhões em 2008 e

a USD 102 milhões em 2007. Certamente se deve considerar o contexto político e os atrativos turísticos desses dois países para uma análise mais aprofundada mas, para efeito de comparação, a Venezuela, que não exige visto dos turistas americanos, obteve resultados de USD 895 milhões em 2008 e USD 817 milhões em ingressos de divisas a turismo em 2007 (UNWTO, 2009).

11. A imagem do Brasil no exterior e nos Estados Unidos

11.1. A atratividade do Brasil como destino turístico

De acordo com informações fornecidas pela Embratur, o Plano Aquarela – Plano de Marketing Internacional do Brasil considerou diversas pesquisas para elaborar o que chama de “decálogo”, ou seja, um conjunto de palavras (não necessariamente de dez) que traduzem o que o Brasil tem e que deve ser utilizado no marketing turístico do País. O “decálogo” definido pelo Plano foi o seguinte (MTur, 2006):

- Natureza (praia e mar, beleza natural, floresta, patrimônios da humanidade)
- Cultura viva (festas, alegria, música, patrimônios da humanidade)
- Povo (alegria, atendimento)
- Clima (sol o ano inteiro)
- Modernidade

Portanto, esses são, muito resumidamente, os fatores que dão ao Brasil a imagem necessária para que o turista internacional deseje visitar o País.

11.2. A imagem do Brasil nos Estados Unidos

Elaboramos esta análise a partir dos documentos intitulados *Background notes* e *Country Specific Information* sobre o Brasil, publicados pelo Departamento de Estado Norte-Americano.

O *Background notes* relata positivamente temas como o do etanol, o petróleo, a atratividade para investimentos estrangeiros e o fato de que o Brasil pertence aos BRIC⁷.

Na área política, avalia que a gestão do Presidente Lula tem trazido grandes benefícios ao País. Além disso, a liderança política na América do Sul e a excelente relação estabelecida com os Estados Unidos, especialmente na “Era Obama”, reforçam a percepção de que o Brasil está no caminho certo.

Os temas que receberam análise negativa foram a alta taxaço de impostos, a burocracia e o meio-ambiente, por conta do desmatamento da Amazônia.

Já no documento *Country Specific Information* sobre o Brasil, no item segurança, há até a menção aos atentados do PCC (Primeiro Comando da Capital) em São Paulo, no ano de 2006, da seguinte maneira:

“In addition, criminal organizations in Sao Paulo occasionally stage campaigns against public institutions.”

O relato sobre a criminalidade, principalmente nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Brasília e Recife, fala desde estupros que foram reportados por americanos em 2008 até os furtos feitos por trombadinhas nas regiões de maior circulação de turistas. A recomendação é de que se suspeite de atitudes do tipo “bom samaritano” quando alguém oferecer ajuda.

O tema da saúde pública também é relacionado e se refere aos surtos de dengue, febre amarela e gripe suína nos anos de 2008 e 2009.

12. Conclusão

Pode-se observar, então, que há, além do visto, uma série de outras questões relativas à imagem do País que justificam o fato de os americanos representarem somente 12,4% do total de turistas que vêm ao Brasil. Um trabalho não só da imagem divulgada no exterior, mas concreto de combate à violência, à corrupção e ao desmatamento da Amazônia deve ser realizado a fim de que se possa promover uma imagem real.

⁷ Sigla criada para se referir aos países Brasil, Rússia, Índia e China.

Apesar disso, e diante do exposto anteriormente, conclui-se que, em termos de resultados econômicos, existem diversas razões para isentar os Estados Unidos do visto de entrada ao Brasil.

Entretanto, isso requereria a abstenção do Princípio da Reciprocidade, caro não somente à concepção de soberania do MRE, mas também à auto-estima nacional. Basta que nos recordemos da reação positiva da opinião pública quando o Brasil, em resposta à extradição de brasileiros pela Espanha em 2008, respondeu impedindo a entrada de alguns espanhóis ao Brasil.

Além disso, preocupa-nos a questão da identidade do turismo nacional. A fim de evitar que o Nordeste se transforme na Cancun brasileira, a crença de que os americanos só se destinam a países que têm *resorts all-inclusive*, ou seja, com tudo incluído no valor do pacote, deve ser desmistificada. Afinal, o que eles vão fazer no Peru, no Equador e na Colômbia? Não se acredita que a maioria dos americanos que viaja a esses países tenha propósitos comerciais nessas viagens.

Por meio de vastas pesquisas realizadas com turistas internacionais em viagem ao Brasil, identificou-se que o que eles vêm buscar no País é a experiência causada pela união de dois fatores, primordialmente: a natureza exuberante, traduzida como o clima, as praias, a biodiversidade, as florestas e os rios, entre outros, e o estilo de vida do brasileiro, que é único (MTur, P. Aquarela, 2006). Por isso, as políticas concebidas nesse sentido devem considerar, sobretudo, a manutenção dessa identidade.

Também alertamos para as relações comerciais que se pode estabelecer. Em se tratando do mercado dos Estados Unidos, há que se ter muita cautela na condução dos investimentos feitos pelos americanos no Brasil. Pelo seu caráter individualista, há operadoras que, para evitar que a prestação do serviço fuja ao padrão estabelecido por eles (não de qualidade, mas de formato), tornam-se proprietárias de todos os itens que compõem o pacote turístico: os equipamentos de transporte (de aviões a carros), os hotéis, os serviços de turismo receptivo, os barcos para os passeios etc. Além disso, a maioria de seus funcionários é americana, não só para que seus clientes se sintam “em casa” de uma maneira geral, mas principalmente para evitar que tenham que falar outro idioma.

Dessa forma, além de não haver contato algum com a cultura local, também não há resultado econômico para o destino, pois toda a receita fica nos EUA. É o caso da *Apple Vacations*, a operadora que detém a maior fatia de mercado dos Estados Unidos. Seus principais produtos são o México e o Caribe.

Outra questão a se mencionar é a maneira como o MRE enxerga o turismo nacional. Lumertz (2009) conclui, em sua tese, que a Espanha faz uso do turismo como um instrumento de *soft power*, de difusão da cultura e obtenção da simpatia do resto do mundo. O Brasil também tem todos os pré-requisitos para fazê-lo. No entanto, o turismo no País é visto exclusivamente sob a ótica financista, o que evita que as políticas nacionais do turismo tenham a aprovação do MRE.

12.1. Considerações finais

Em se eximindo a aplicação do Princípio da Reciprocidade neste caso, acreditamos que há maneiras de se unir as vantagens econômicas e a manutenção da identidade nacional por meio de políticas baseadas em estratégias sólidas. Prova disso é que nem a Venezuela de Chávez exige visto aos turistas americanos.

Todavia, o argumento do MRE de que outros países, tais como a China, a Índia e a Rússia, também reivindicariam esse direito, leva-nos a crer que a melhor solução para esta questão seja a do projeto de lei em curso, que pretende facilitar a emissão de vistos por meio eletrônico.

13. Referências

- HUSEK, Carlos Alberto. **Identificação de Brasileiros e Americanos (Princípio da Reciprocidade)** in Informativo da Comunidade Jurídica Damásio de Jesus (Newsletter), ano 1, n. 7 – São Paulo: Escritório Online, 2004. Disponível em http://www.escriptorioonline.com/webnews/noticia.php?id_noticia=4460.
- LEITE, Otávio. **Flexibilização dos vistos é igual a mais turistas** – Rio de Janeiro: Mercado & Eventos, 2009. Disponível em <http://www.mercadoeventos.com.br/script/FdgDestaqueTemplate.asp?pStrLink=2,151,0,48326&pstrpaginaseguinte=Conteudo&IndSeguro=0>.
- LUMERTZ, Juliane Santos. **O Turismo e a Diplomacia: na Espanha e no Brasil** 2009. 256 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (UFRGS), Porto Alegre, 2009.
- Ministério das Relações Exteriores. **Brazilian Embassy – Washinton D.C.** Disponível em <http://www.brasilemb.org/>.
- Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico 2009/ano base 2008** – Brasília: MTur, 2009. Disponível em www.turismo.gov.br/dadosefatos.
- Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010 – Uma viagem de inclusão** – Brasília: MTur, 2007. Disponível em www.turismo.gov.br.
- Ministério do Turismo. **Estudo da demanda turística internacional 2005/2007** – Brasília: MTur, 2008. Disponível em www.turismo.gov.br/dadosefatos.
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Serviços – Panorama do Comércio Internacional** – Brasília: MDIC, 2009
- Ministério do Turismo/Chias Marketing. **Plano de Marketing Turístico Internacional do Brasil – Plano Aquarela 2007/2010** – Brasília: MTur, 2006. Disponível em www.brasilnetwork.tur.br.
- PRIDEAUX, Bruce. **Factors affecting bilateral flows. *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 3, pp. 780–801** – Grã-Bretanha: Elsevier Ltd., 2005
- RODRIGUES, GILBERTO M. **Reciprocidade fere o interesse nacional**. 06 jan 2004. Disponível em: <http://www.aomestre.com.br/mnd/48.htm>
- STEWART-ALLEN, Alysson & DENSLOW, Lanie. **Working with Americans. How to build profitable business relationships** – Grã-Bretanha: Prentice Hall Business, 2002

- United Nations World Tourism Organization and European Travel Commission:
Handbook on Tourism Destination Branding – Madri: UNWTO, 2009
- United Nations World Tourism Organization: **Tourism 2020 Vision** – Madri: UNWTO, 2001
- United Nations World Tourism Organization: **Tourism Highlights** – Madri: UNWTO, 2008
- United Nations World Tourism Organization: **World Tourism Barometer – Vol. 02 – no. 1** – Madri: UNWTO, 2004
- United Nations World Tourism Organization: **World Tourism Barometer – Vol. 03 – no. 1** – Madri: UNWTO, 2005
- United Nations World Tourism Organization: **World Tourism Barometer – Vol. 07 – no. 1** – Madri: UNWTO, 2009
- U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Manufacturing and Services, Office of Travel and Tourism Industries: **2008 Outbound Profile** – Washington: OTTI, 2009. Disponível em <http://tinnet.ita.doc.gov>.
- U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Manufacturing and Services, Office of Travel and Tourism Industries: **2008 Outbound Analysis** – Washington: OTTI, 2009. Disponível em <http://tinnet.ita.doc.gov>.
- U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Manufacturing and Services, Office of Travel and Tourism Industries: **2008 United States Resident Travel Abroad** – Washington: OTTI, 2009. Disponível em <http://tinnet.ita.doc.gov>.
- U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Manufacturing and Services, Office of Travel and Tourism Industries: **United States Travel and Tourism Exports, Imports, and the Balance of Trade: 2008** – Washington: OTTI, 2009. Disponível em <http://tinnet.ita.doc.gov>.
- U.S. Department of State, Bureau of Consular Affairs: **Country Specific Information** – Washington: Bureau of Consular Affairs, 2009. Disponível em http://travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1765.html
- U.S. Department of State, Bureau of Public Affairs: Electronic Information and Publications Office: **Background notes: Brazil** – Washington: Bureau of Public Affairs, 2009. Disponível em <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/35640.htm>.
- World Travel & Tourism Council: **Progress and Priorities 2008/2009** – Londres: WTTC, 2008