

O DÓLAR E O TURISMO

JÁ escrevi que o Marrocos tem um Ministério de Turismo, coisa que faz falta ao Brasil. Que não seja um Ministério; mas que seja um órgão federal de turismo, com verbas e com força para realizar trabalhos e para se impor às autoridades locais. O Ministério daqui é ativíssimo, está sempre organizando festas e exposições, construindo ou reformando hotéis, cuidando dos monumentos históricos e artísticos, protegendo as belezas naturais, melhorando as praias, promovendo caçadas, ajeitando praças e ruazinhas, inaugurando estradas, apoiando o artesanato, fiscalizando os motoristas de praça e os gerentes de hotéis e restaurantes... O turista se sente bem recebido; os guardas das estradas assinalam no mesmo dia às autoridades qualquer buraco ou estrago que notam; há patrulhas para socorrer carros enguiçados, guardas capazes de dar informações em várias línguas. Agora é a sua costa do Mediterrâneo que o Marrocos procura valorizar, já existindo mesmo um clube cujos sócios vêm da França em aviões especiais passar alguns dias pescando ou tomando banho de mar; no inverno são as cidadezinhas de montanha que funcionam, com pistas para esportes de neve, hotéis e abrigos para os visitantes.

Graças a esse esforço e ao seu interesse geográfico, histórico e humano, o Marrocos já capta muitos milhões de dólares anuais. E note-se que tem contra si uma propaganda ainda muito deficiente no exterior. Um técnico de uma agência de viagens de Paris me disse que muitos grupos de turistas deixam de vir ao Marrocos porque, na cabeça de muitos, Marrocos, Argélia e Tunísia se confundem, e há por isso a lembrança demasiado recente de atentados a plástico e tiroteios; também acontece que muitos judeus dos Estados Unidos ou da Inglaterra têm receio de visitar países árabes — não podendo

saber que no Marrocos os judeus vivem perfeitamente à vontade, com seus costumes e suas crenças respeitados — judeus ou cristãos ou budistas ou seja quem fôr, pois o muçulmano é historicamente tolerante em matéria de religião, embora impenetrável ao proselitismo de outros credos: pobre do missionário que quiser “dobrar” um muçulmano para se converter à sua fé, êle desanimará diante de um sorriso de superioridade e desdém.

Agora no verão, aqui em Tânger, o turista dispõe de uma série de facilidades, inclusive numerosos balneários com cabinas, chuveiros e bar, lugares para tomar banho de sol protegidos do vento (para os dias de “el Levante”) barcos e pedalinhos, tudo isso de particulares que as autoridades apenas fiscalizam e ajudam, mantendo, entretanto, o acesso da praia livre a todos. Em Casablanca há piscinas junto do mar com campos de esporte e também piscinas feitas já entre as rochas do mar, que as águas das marés altas renovam de 12 em 12 horas. Quando penso que no Rio não há sequer um chuveiro na praia...

Li outro dia, no “Sunday Telegraph”, que a indústria britânica mais rendosa em dólares em 1960 — mais que a de automóveis, mais que de uísque — foi o turismo. “Nosso principal produto de exportação: Inglaterra” — dizia pitorescamente o título da reportagem. Agora são os próprios Estados Unidos que fazem propaganda de turismo na Europa para pegar de volta uma parte dos dólares queimados pelos seus turistas no Mercado Comum...

Sim, é verdade que o turismo tem seu lado, digamos a palavra, chato: o turista é um invasor irreverente, que transtorna e até estraga o indígena e sua terra, torna tudo o que toca artificial e inautêntico... Mas o Brasil, graças a Deus, é grande — e precisa de dólares!