

## **Estudo de Caso: O Atentado Terrorista do 11 de Março e o Turismo em Espanha.**

O dia 11 de março de 2004, entrou na história de Espanha. Um grupo de assassinos irrompeu na vida social de este país democrático tirando a vida de 192 pessoas e causando 1.500 feridos. Foi a mais grave crise pela qual passou a Espanha desde a Guerra Civil.

Sem dúvidas é um fato histórico, mas para os jornalistas do turismo que trabalhamos o dia a dia significou um desafio para lidar com a possibilidade de uma grave crise na promoção do turismo espanhol. Espanha ocupa a segunda posição no mundo em número de visitantes, recebendo 85,7 milhões de pessoas por ano, estando atrás somente da França e ocupa a segunda posição por ingresso de divisas com 47.3 bilhões de euros, atrás dos Estados Unidos. É evidente a importância do turismo como elemento chave da crescente economia espanhola.

Após este triste acontecimento, era necessário trabalhar duro para que os mercados emissores turísticos, dos que depende meu país sigam mantendo a confiança no destino Espanha. Trata-se de Europa, de onde procede o 90% dos visitantes que chegam a Espanha. Por esses dias se realizava em Berlim a feira de turismo mais importante do mundo a ITB, a onde jornalistas, e não apenas de jornalistas de turismo, estavam interessados em saber sobre o atentado terrorista.

Era necessário atuar com urgência. Era um momento chave onde poderia-se desencadear uma crise turística. Agora apresentou alguns procedimentos do manual: “A crise é por natureza um fenômeno difícil de se tratado. A principal situação que devia-se evitar era passar uma má imagem que poderia quebrar a confiança no turismo espanhol.”

De imediato, os funcionários espanhóis em Berlim, liderados pelo Secretário Geral de Turismo, tentaram administrar a má imagem que produzia a crise, pois os meios de comunicação apresentavam a cada instante informações em tempo real.

A qualidade das mensagens se deteriorava por momentos, era um estado de emergência. Por um lado, o partido da oposição daquele momento, o Partido Socialista, obrigava o Governo a dar informação quase que em tempo real; por outro, era difícil aceder a informações consistentes. Tudo isto, sobre passava a idéia de acalmar-se para poder dar informação de forma tranqüila. Se misturava a informação política com a mensagem de que Espanha continuava sendo um destino turístico seguro.

Era necessário reduzir as incertezas com ações rápidas, explicando a situação aos meios de comunicação com transparência e honestidade, ao mesmo tempo que se pedia para propiciar espaços de diálogo.

As mensagens que se deram faziam referencia a tranqüilidade dos países emissores frente a crise e a normalidade das reservas de férias. Não houveram nem cancelamentos, nem desvios, salvo em um pequeno grupo de turistas que procediam dos Estados Unidos e de Japão, lugares distantes e que desconheciam a situação espanhola. Mesmo assim 934.000

americanos vieram passar suas férias em Espanha nesse ano, 0,5% a mais que no ano anterior e 157,3000 turistas japoneses, 36,5% a menos que no 2003. Mesmo que estes mercados são importantes, supõem uma percentagem pequena para o turismo de Espanha.

As pesquisas mensais que se realizam aos turistas quando regressam a seus países, indicam em sua grande maioria satisfação pela experiência turística em Espanha. Os aspectos da viagem que oferece a maior satisfação é a gastronomia e a diversão, 92% dos entrevistados, consideram aos espanhóis um povo alegre, simpático e hospitaleiro. E não se descuida a publicidade turística. Neste ano 2005 se investirão 32 milhões de euros, acompanhado de uma campanha de marketing para “vender” o produto turístico espanhol fora da união européia, sempre apelando a um turismo de qualidade.

Os grupos de trabalho que se criaram nos 31 escritórios espanhóis de turismo no estrangeiro remarcaram a mensagem de que o atentado terrorista não foi um atentado ao turismo espanhol. Inclusive o então Ministro de Economia de Alemanha, alentou seus cidadão a seguir viajando a Espanha. Isto se constatou com números concretos: No ano de 2004, entraram em Espanha um total de 10 milhões de turistas alemães, com um incremento de 2,7% com relação ao ano de 2003. A percentagem de turistas alemães sobre o total dos que viajam a Espanha é de 18,7%.

Também o Ministério de Assuntos Exteriores do Reino Unido, emitiu uma nota a onde dizia que Espanha era um país seguro, pese a que o terrorismo ataca algumas vezes lugares turísticos. É bem verdade que o terrorismo afeta nossas vidas e o turismo. A esta ameaça, a sociedade deve dar uma resposta global baseada na confiança e não no medo, pois é a única forma de derrotar o terrorismo.

Esta foi à forma de contra atacar ao terrorismo em nosso país, que intenta afetar uma e outra vez a economia de Espanha, mas sempre o povo espanhol e suas autoridades, junto as forças da policia, estão atentos para que as pessoas cruéis de dentro e de fora de nossas fronteiras causem o menor dano possível em nosso país. Não devemos ter medo dos terroristas, mas há que vencê-los com as armas da Lei e do Estado de Direito. É assim que avança a sociedade espanhola.

Fonte: Dr.Francisco Rivero  
Serviço de Prensa de Turespaña - 2005