

BUENOS AIRES, diciembre 4 (AP).—La depreciada moneda argentina se ha convertido en la principal atracción turística del país.

Con sus crocantes puñados de billetes fuertes, turistas de los países vecinos principalmente, de Brasil y Uruguay, y algunos de regiones más alejadas, como Perú, Ecuador y Estados Unidos, compran artículos de vestir por un total de millones traducidos al modesto peso argentino.

Y la población vernácula debe contentarse con ver la cara de satisfacción de esos turistas a los que comparativamente resulta tan barato lo que el argentino debe acostumbrarse a considerar como artículo prescindible.

Ello explica que a diario lluevan sobre los dos aeropuertos que sirven a la ciudad de Buenos Aires centenares de viajeros dispuestos a hacer su agosto en cualquier mes del año. Y que los contingentes de turistas se refuerzan y renuevan a diario con los que arriban en ómnibus o en barco, listos para desperdigarse a la carrera por las tiendas céntricas, convertidas de la noche a la mañana en atractivo turístico.

Dentro de la misma tónica, el director de turismo de la provincia de Buenos Aires, Luis Pani, acaba de anunciar que "se ha despertado en Brasil, un creciente interés turístico para visitar Mar del Plata y otros centros de veraneo".

Según dijo Pani, se ensayará con Brasil un plan piloto, que consistirá en destinar aviones Charter que conducirán directamente desde Río de Janeiro, Porto Alegre y San Pablo, nutridos grupos turísticos. Si el plan tiene el éxito que se espera se extenderá a San Carlos de Bariloche y otros puntos turísticos de Argentina, anticipó el funcionario.

Pero, bellezas naturales aparte y descontando el desarrollo de la infraestructura hotelera que se promete desde el ámbito oficial, el verdadero panal de miel que atrae al turismo es la baratura relativa de los artículos argentinos.

La mejor demostración la dio recientemente en la puerta de su hotel a pocos pasos de la atrayente calle Florida, el turista Joao Almeyda, de

## La Depreciada Moneda Argentina es su Mayor Atracción Turística

San Pablo:

"Es como para no creerlo, pero Buenos Aires, es jaja. Llevo una semana aquí y me cuesta tres dólares diarios el hotel con baño privado y media pensión".

Como se le hiciera notar que ello lo obligaba a comer diariamente en restaurantes, cosa que los argentinos consideran poco menos que prohibitivo, Almeyda agregó:

"No gasto más de cuatro a cinco cruzeiros por comida (alrededor de un dólar)" y según dijo en esa comida se incluía siempre alguna bebida gaseosa y un postre.

La diferencia salta a la vista: si un argentino medio comiese todos los días fuera de casa, a ese precio que para el brasileño resulta tan económico, gastaría por lo menos la mitad de su ingreso.

No menos ilustrativa es la explicación de la señora Iraseman que acompaña a Almeyda en su visita turística:

"Todo lo que dice mi marido es verdad —acota— pero hay algo más".

Y explica acentuando palabras de su portugués para hacerse entender con claridad, que con sólo 150 dólares pudo comprarle dos chaquetas deportivas y tres pantalones para combinar, además de varias camisas, calcetines, ropa interior "y por si fuera poco, un sacón de cuero y un tapado corto de gamuza para mí".

En un hotel vecino, pues debido al incrementado turismo han proliferado esos establecimientos en la zona céntrica, José Vázquez jura y perjura a todo cliente en potencia que "no queda una sola habitación por lo menos hasta fin de diciembre... tenemos todo reservado desde Brasil y Uruguay".

El mismo Vázquez, refiriéndose a turistas brasileños, acota: "No vienen con mucho dinero, pero es que con unos cuantos miles de cruzeiros hacen maravillas, aquí todo les resulta ba-

rato".

Según explica Vázquez, cada familia de turistas no permanece más de cuatro a cinco días en Buenos Aires, y de inmediato parte a algún centro de atracción del interior, "pero aprovechan bien el tiempo. Entran y salen todo el día, cargados de paquetes..."

Los comerciantes de la zona céntrica, que debido a la crisis económica en algún momento temieron lo peor, respiran aliviados al asistir al incesante desfile de turistas que compran sin discutir los precios.

En un conocido establecimiento de artículos para hombres, en la avenida de Mayo, Julián Verzura, relata como ejemplo la compra efectuada por un turista uruguayo: cuatro trajes veraniegos de calidad mediana a buena, un sacón de cuero para dama, cinco pares de zapatos de diversa calidad y una docena de camisas, incluyendo tres de gran vestir y cuatro deportivas.

De acuerdo con la estimación de Verzura "el hombre invirtió alrededor de 300 dólares, y salió muy satisfecho porque en su país, por igual dinero, apenas puede comprar un traje de mala confección".

Varias farmacias céntricas, que tienen como anexo venta de cosméticos y perfumes, se cuentan entre los negocios más visitados por el turismo. Artículos tan comunes como dentífricos, desodorantes y colonias, suelen faltar en determinado día de la semana y la explicación que se da es siempre la misma:

"Ayer llegaron nuevos contingentes de turistas", o "nos visitaron turistas que se volvían para su país".

El caso es que literalmente desvalijan los estantes y compran por docenas lo que un argentino promedio apenas puede adquirir por unidad, y muchas veces regateando el precio o buscando los productos más baratos, aunque deba renunciar algo en materia de calidad.