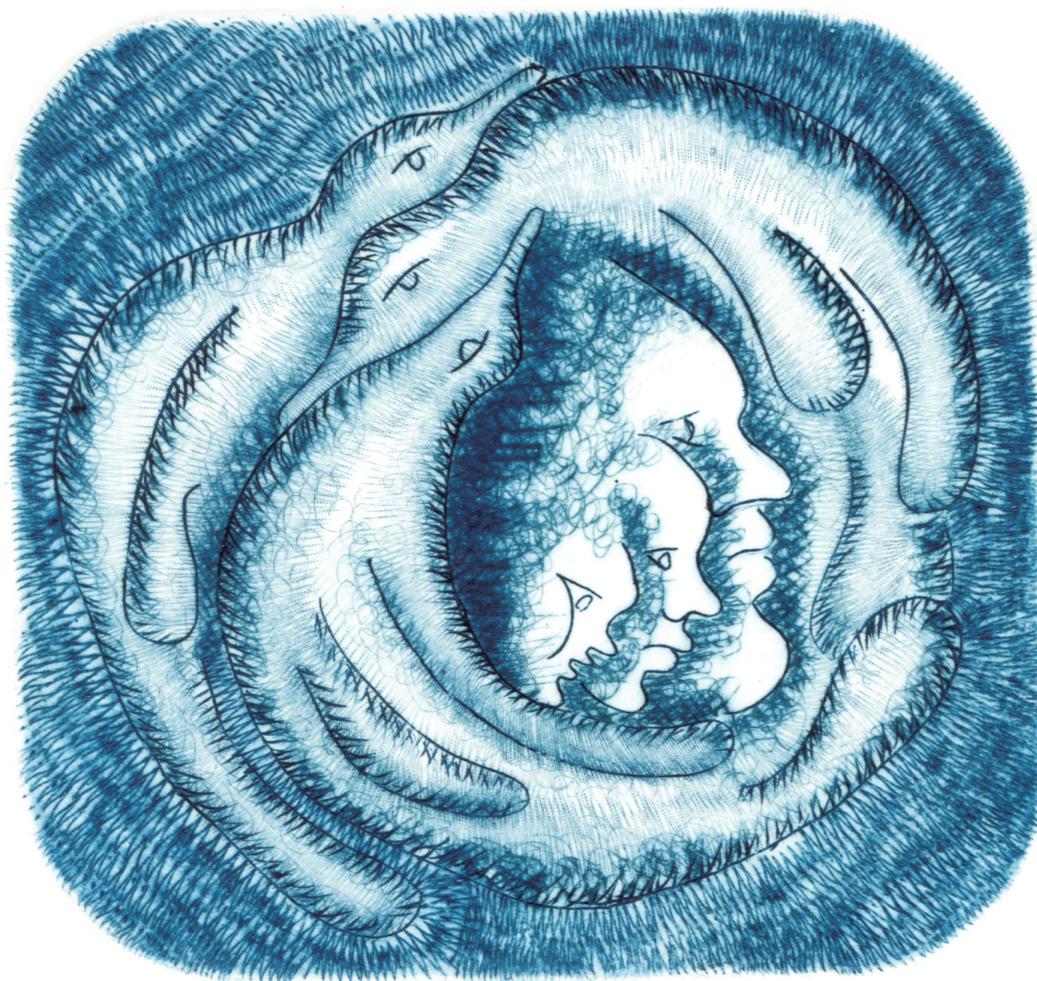


Organizadores

Iara Brasileiro • David Bouças • Helena Costa • Daniela Alvares



Coleção Travessias

# Turismo, Sustentabilidade e COVID-19

entre incertezas e esperanças

# Turismo, Sustentabilidade e COVID-19

entre incertezas e esperanças

Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade  
(LETS/UnB)

Esse livro está à venda em <http://leanpub.com/turismosustentabilidadeepandemia>

Essa versão foi publicada em 2022-08-08



Leanpub

Esse é um livro [Leanpub](#). A Leanpub dá poderes aos autores e editores a partir do processo de Publicação Lean. [Publicação Lean](#) é a ação de publicar um ebook em desenvolvimento com ferramentas leves e muitas iterações para conseguir feedbacks dos leitores, pivotar até que você tenha o livro ideal e então conseguir tração.

© 2022 Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB)

*Conselho Editorial LETS:*

*Comitê Editorial*

*Camila Rodrigues (UFRRJ)*

*David Bouças (UFMA)*

*Helena Costa (UnB)*

*João Paulo Faria Tasso (UnB)*

*Susy Simonetti (UEA)*

*Conselho Científico*

*Carlos Costa (Universidade de Aveiro)*

*Cláudia Leitão (UECE)*

*Elimar Nascimento (UnB)*

*Kathleen Andereck (Arizona State University)*

*Marcus Polette (UNIVALI)*

*Marta Irving (UFRJ)*

*Rita de Cássia Ariza da Cruz (USP)*

*Vinicius Lages (Sebrae)*

*Organizadores deste Título: Iara Brasileiro, David Bouças, Helena Costa, Daniela Alvares*

*Assistentes de Editoração Digital: Lucas Lima, Lara Freire*

*Capa*

*Gravura: Cristina Carvalheira, Roda Viva II, Brasília (2005)*

*Design gráfico: Lara Freire*



*[Licença Creative Commons BY-NC-ND: você pode compartilhar esse material, desde que mencionando a fonte de forma apropriada. Proibido utilizar para finalidades comerciais.]  
A responsabilidade pelos direitos autorais de textos e imagens dessa obra é dos autores.*

T938            Turismo, sustentabilidade e COVID-19 [recurso eletrônico] : entre incertezas e esperanças / Iara Brasileiro ... [et al.] (organizadores). – Brasília : Universidade de Brasília, Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade - LETS/UnB, 2022.  
367 p. : il. – (Coleção Travessias)

Inclui bibliografia.

Modo de acesso: World Wide Web:

<<https://lets.etc.br>>

<<https://cds.unb.br>>.

ISBN 978-65-998233-0-5.

1. Turismo. 2. COVID-19 (Doença). 3. Desenvolvimento sustentável. I. Brasileiro, Iara (org.).

CDU 338.484

# Conteúdo

<b>Prefácio</b> . . . . .	<b>1</b>
Foreword . . . . .	1
Rita de Cássia Ariza da Cruz . . . . .	1
<b>Apresentação: atravessando tempos turbulentos</b> . . . . .	<b>4</b>
Presentation: walking through turbulent times . . . . .	4
Iara Brasileiro, David Bouças, Helena Costa, Daniela Alvares (organizadores) . . . . .	4
<b>Sobre transições que nos inquietam: o turismo em transformação</b> . . . . .	<b>10</b>
On transitions that disturb us: tourism in transformation . . . . .	10
Vinicius Lages, Helena Costa . . . . .	10
<b>Pandemia de COVID-19 e turismo: o impacto da percepção de risco à saúde e da intolerância à incerteza nas intenções de viajar</b> . . . . .	<b>27</b>
COVID-19 pandemic and tourism: the impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions . . . . .	27
Anastasiya Golets, Jéssica Farias, Ronaldo Pilati, Helena Costa . . . . .	27
<b>“O turismo parou”: a pandemia e as comunidades do Mosaico do Baixo Rio Negro (AM)</b> . . . . .	<b>50</b>
“Tourism came to a halt”: the pandemic and the communities of the Lower Rio Negro Mosaic (AM) . . . . .	50
Susy Rodrigues Simonetti, Pedro Meloni Nassar, Josângela da Silva Jesus . . . . .	50
<b>Pequenos negócios de turismo do Brasil na pandemia de COVID-19: efeitos da crise, perspectivas e sentimentos atuais</b> . . . . .	<b>72</b>
Small tourism businesses in Brazil during the COVID-19 pandemic: effects of the crisis, current perspectives and feelings . . . . .	72
Graziele Vilela, Ana Clévia Guerreiro, Helena Costa, Fernanda Hümmel . . . . .	72
<b>Negócios sociais do turismo na pandemia: crise, respostas estratégicas e perspectivas de futuro</b> . . . . .	<b>98</b>
Social tourism business during the pandemic: crisis, strategies and future perspectives . . . . .	98
Lara Liz Freire, Helena Costa, David Bouças . . . . .	98

## CONTEÚDO

<b>Turismo de pesca no Pantanal Sul: uma análise dos impactos, riscos e desafios da pandemia da COVID-19</b> . . . . .	<b>128</b>
Fishing tourism in the South Pantanal: an analysis of impacts, risks and challenges of the COVID-19 pandemic . . . . .	128
José Roberto da Silva Lunas, Elizabeth Dalana Pazzello . . . . .	128
<b>Economia criativa e espacialização da inovação: desafios pós-COVID-19 para o desenvolvimento turístico de um bairro de Belo Horizonte</b> . . . . .	<b>147</b>
Creative economy and spatialization of the innovation: the post-COVID-19 challenges regarding tourism development in a neighborhood of Belo Horizonte . . . . .	147
Daniela Maria Rocco Carneiro, Alberto dos Santos Cabral, Daniela Fantoni Alvares . . . . .	147
<b>Ética e turismo: (des)compromisso das políticas nacionais no processo de retomada pós-pandemia da COVID-19</b> . . . . .	<b>168</b>
Ethics and tourism: (dis)commitment of national policies in the post-COVID-19 recovery process . . . . .	168
João Paulo Faria Tasso . . . . .	168
<b>Estratégias para a retomada do turismo no cenário da COVID-19: reflexões sobre os Açores – Portugal</b> . . . . .	<b>199</b>
Strategies for the tourism resumption in the COVID-19 scenario: reflections on the Azores – Portugal . . . . .	199
Daniela Fantoni Alvares, Daniela Maria Rocco Carneiro, David Ross . . . . .	199
<b>Sustentabilidade, inclusão e resiliência nos planos estaduais de retomada do turismo após a pandemia da COVID-19 no Brasil</b> . . . . .	<b>216</b>
Sustainability, inclusion and resilience in state plans to resume tourism from the COVID-19 pandemic in Brazil . . . . .	216
Maria Cristiane Fernandes da Silva Lunas, José Roberto da Silva Lunas, Nayara Marques . . . . .	216
<b>Plásticos de uso único no turismo costeiro: um debate urgente</b> . . . . .	<b>237</b>
Single-use plastics in coastal tourism: an urgent debate . . . . .	237
Helena Costa, Jaqueline Gil, Elimar Nascimento, Alexander Turra, David Bouças, Nayara Marques, Júlia Souto . . . . .	237
<b>Perspectivas sobre a concessão de serviços de apoio ao turismo no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: um estudo preliminar em tempos de COVID-19</b> . . . . .	<b>261</b>
Perspectives on the concession of tourism support services in Lençóis Maranhenses National Park: a preliminary study in times of COVID-19 . . . . .	261

## CONTEÚDO

David Bouças, Wilmara Figueiredo, Camila Rodrigues, Etacyjara Araújo, Iara Brasileiro . . . . .	261
<b>Análise de discursos aplicada a conflitos socioambientais em contextos de desenvolvimento turístico . . . . .</b>	<b>292</b>
Discourse analysis applied to socioenvironmental conflicts in tourism develop- ment contexts . . . . .	292
Mozart Fazito, Nayara Marques . . . . .	292
<b>Mandala da sustentabilidade no turismo: um instrumento crítico e propositivo</b>	<b>309</b>
Mandala of sustainability in tourism: a critical and purposeful instrument . . . .	309
João Paulo Faria Tasso, Elimar Pinheiro do Nascimento . . . . .	309
<b>A COVID-19 e o chamado de Gaia: felicidade, bem-estar, saúde mental, lazer e turismo de natureza . . . . .</b>	<b>336</b>
COVID-19 and the call of Gaia: happiness, well-being, mental health, leisure and tourism in nature . . . . .	336
Iara Brasileiro . . . . .	336
<b>Sobre as Autoras e os Autores . . . . .</b>	<b>356</b>
<b>Sobre o LETS . . . . .</b>	<b>365</b>
Selo Editorial LETS . . . . .	365

# Prefácio

## Foreword

### Rita de Cássia Ariza da Cruz

Quando a pandemia de gripe espanhola assombrou o mundo no início do século XX, o turismo, enquanto atividade organizada, havia dado ainda poucos passos na direção de se tornar um fenômeno de massa, no seio de uma sociedade que se industrializava a um ritmo galopante e se convertia, paulatinamente, em uma sociedade de consumo de massa. Por isso, os impactos da pandemia sobre o setor, especialmente em um país como o Brasil, situado na periferia dos fluxos internacionais de turistas, despertaram muito menos atenção naquele momento do que o ocorrido, cerca de 100 anos mais tarde, com o SARS-CoV-2.

A crise pandêmica, oficialmente reconhecida pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no início de 2020, por sua vez, encontrou um mundo globalizado, marcado pela hiper mobilidade (Hall, 2010) e profundamente dependente da circulação de mercadorias e de pessoas em uma escala planetária. Não por acaso, tal como ocorrera com a gripe espanhola<sup>1</sup>, não tardou a transparecer uma relação dialética entre pandemia e turismo, o que, no século XXI, implicou em uma rápida disseminação geográfica da doença.

Por outro lado, a pandemia de COVID-19, diante de sua ameaça global à vida e ao bom funcionamento da economia mundial, levou à adoção, praticamente pela totalidade das nações, de medidas situadas no campo do “estado de exceção” (Agamben, 2004), a exemplo dos *lockdowns*, os fechamentos de fronteiras e as normativas diversas que impuseram obrigações novas à população, como o uso de máscaras, e resultaram em imobilidades forçadas e difusas pelo planeta.

O mundo encontrado pela pandemia de COVID-19 é um mundo que sofre com as mudanças climáticas, com o crescimento das migrações forçadas, com a fome, com crises de diversas naturezas, incluindo a guerra, e com a insustentabilidade de um modo de vida que exclui, destrói, segrega e mata.

Em se tratando da atividade turística, ao mesmo tempo em que o evento da pandemia atual produziu lapsos de paralisia, ora total ora parcial no turismo mundial, ele potencializou, no bojo da crise, reflexões profundas sobre o passado, o presente e o futuro da atividade, considerando suas diversas implicações. E é nesse contexto, em que o turismo enquanto prática social e uma das mais importantes atividades econômicas do mundo praticamente entrou em colapso, que se situa a importante contribuição deste livro.

Ao longo de seus 15 capítulos, guiados por um norte comum que atrela turismo, sustentabilidade e COVID-19, os autores se embrenham por diferentes caminhos teórico-metodológicos e conceituais na busca por decifrar essa relação, mesmo diante das incertezas que povoam esses tempos turbulentos. O desafio assumido pelos autores é assim revelador do papel imprescindível da ciência para o desvendamento do mundo, especialmente em um momento crítico e de disrupção como o que vivemos.

Se a COVID-19 afetou negativamente os avanços em direção aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), de um modo geral e, em particular naquilo que concerne ao turismo, no decorrer dos capítulos do livro sobejam elementos que nos permitem compreender criticamente o que isso significa na prática e na teoria e o que pode ser feito na busca por reverter esse quadro.

Por outro lado, se as categorias de análise do passado não são mais suficientes para dar conta das idiossincrasias do mundo atual, coube a esses estudiosos tensionar verdades arraigadas e arejar o nosso pensamento ao longo das mais de 300 páginas do livro com novas propostas metodológicas, estudos de caso e produção de dados primários, fornecendo-nos uma inestimável fonte de reflexões.

Outra característica a ser destacada é o fato de este livro colocar-se além de uma simples coletânea e se realizar, em verdade, como uma obra coletiva na qual as abordagens que transitam entre reflexões teóricas e estudos de caso, da escala mundial às escalas regionais e locais, harmonizarem-se em torno da construção de um livro feito a muitas mãos.

Por fim, em que pesem os gravíssimos efeitos da pandemia de COVID-19 sobre a vida econômica, política e social, os quais reforçam uma necessidade premente – embora já uma anciã – de revermos nossos modos de existir no planeta, encontra-se nas páginas que se seguem, seja nas palavras escritas, seja nas entrelinhas, uma mensagem transgressora da ordem vigente, que não apenas critica o *status quo*, mas também aponta para caminhos mais sustentáveis para o turismo e para além dele. Daí as reflexões sobre “ética”, “inovação”, “negócios sociais”, “economia criativa”, “inclusão”, “resiliência”, “participação popular”, “bem-estar” e “felicidade”, que atravessam os capítulos sob diferentes perspectivas.

“Podemos pensar na construção de outro mundo mediante uma globalização mais humana” (Santos, 2000), em que a sustentabilidade social, ambiental, econômica, política, cultural, territorial e tecnológica rompa a bolha da utopia. E é isso que faz este livro a partir da abordagem de um setor da vida social – o turismo – que muito tem a dizer sobre nós mesmos.

Uma boa leitura a todos.

São Paulo, junho de 2022

## Referências

Agamben, G. (2004). *Estado de Exceção*. São Paulo: Boitempo.

Hall, C.M. (2010). Crisis events in tourism: Subjects of crisis in tourism. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 401-417. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.491900>

Santos, M. (2000). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Ed. Record.

---

## Autora

### Rita de Cássia Ariza da Cruz

É graduada em Geografia pela Universidade de São Paulo – USP – (1991), mestrada em Geografia (Geografia Humana) pela USP (1995), doutora em Geografia (Geografia Humana) pela USP (1999) e Livre-Docente pelo Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da USP (2019). É professora Associada do Departamento de Geografia da FFLCH da USP, área de Geografia Regional. Suas pesquisas e produção bibliográfica envolvem, principalmente, temas da Geografia Regional e do Turismo, com destaque para economia política, regionalização do espaço brasileiro e turismo. Coordena a Rede Internacional Turismo em Tempos de Pandemia: uma análise multi e trans-escalar. E-mail: ritacruz@usp.br  
CV completo: <http://lattes.cnpq.br/5125571262722656>

## Nota

<sup>1</sup> Vide a interessante análise sobre a cidade do Rio de Janeiro feita por Alan Faber do Nascimento, no artigo “A atualidade turística o caso da Gripe Espanhola na cidade do Rio de Janeiro (Sept. 1918-Mar. 1919), RBTUR, São Paulo, 14(3), 176-188, dez/2020.

# **Apresentação: atravessando tempos turbulentos**

## **Presentation: walking through turbulent times**

**Iara Brasileiro, David Bouças, Helena Costa, Daniela Alvares  
(organizadores)**

O turismo parou diante do vírus causador da COVID-19 e que se espalhou pelo mundo provocando uma onda devastadora sobre a civilização contemporânea. Embora 2020 e 2021 tenham sido os seus anos mais críticos, a humanidade segue sendo vitimada pela doença e seus desdobramentos. Em 2022, mesmo com a chegada das vacinas e com o desenvolvimento de alguns medicamentos específicos para tratar esta doença, o mundo ainda se encontra diante de incertezas, entre estas, o fim da pandemia. Até o momento, foram contabilizados 516.476.952 casos e 6.258.023 mortes no planeta (OMS, 2022). No Brasil, somam-se até maio de 2022, 30.594.388 casos confirmados e 664.390 mortos. Contudo, recentemente, a Organização Mundial da Saúde (OMS) estimou que entre janeiro de 2020 e dezembro de 2021, o número de mortes causadas em decorrência direta ou indireta pelo novo coronavírus seja de cerca de 15 milhões de pessoas (OPAS, 2022).

Vidas de jovens, adultos, idosos e crianças, perdidas para uma doença que se mostra resistente e resiliente, exigindo total dedicação de pesquisadores das mais diversas áreas do conhecimento, políticos, autoridades e instituições. A percepção da fragilidade humana se tornou mais evidente, mas, ao mesmo tempo, observamos a capacidade de mobilização internacional em busca de conhecer e enfrentar o desconhecido.

Há mais de dois anos o mundo busca respostas, seja para a origem do novo coronavírus, seja para a forma como se alastrou e vem causando estragos, muitos deles irreversíveis, como as mortes e as sequelas permanentes. É certo que os cientistas já alertavam há tempos (e continuam avisando) sobre os perigos iminentes, principalmente aqueles que podem resultar dos maus tratos ao planeta. Desde muito, sabe-se que vírus e outras ameaças naturais existem e que, por isso mesmo, todo cuidado e respeito com a natureza se fazem não só necessários, como obrigatórios e urgentes. Permanecem as perguntas sobre quando poderemos enfrentar outras pandemias, que contornos elas terão e que outros desafios seremos chamados a transpor.

Diante da COVID-19, o mundo “ficou em casa” e o que se considerava uma vida normal sofreu mudanças muitas vezes dramáticas e custosas, tanto do ponto de vista financeiro,

como físico e emocional. Já não podíamos, nem podemos, ir e vir como e quando queríamos, da forma como queríamos. As mobilidades foram afetadas, as fronteiras fechadas, as viagens adiadas. Logo, fez-se necessário reinventar o trabalho, o comércio, as relações pessoais e institucionais. Palavras como *home office*, trabalho remoto, *delivery*, entre outras, passaram a fazer parte da rotina e dos nossos hábitos.

Ao longo do tempo em que a pandemia de COVID-19 se estende, podemos sentir os impactos da doença na vida das pessoas, infectadas ou não pelo vírus, que tem custado valores incontáveis à economia, ao direito, às relações diplomáticas e internacionais, ao meio ambiente, à cultura, à política e às políticas, à história humana na Terra. Se, de um lado, interessa-nos a reflexão sobre as dimensões contidas na sustentabilidade da vida, por outro, os desafios da teoria e da prática do turismo, em um contexto pandêmico, tornaram-se objeto central do nosso interesse.

Ao consideramos que o setor turístico constitui um sistema socioeconômico complexo e aberto (Santos & Moreira, 2021), com forte dependência de fatores externos, a exemplo da segurança sanitária das nações (FGV, 2020), empresas e demais organizações vêm apresentando dificuldades substanciais para a sua retomada integral, o que evidencia que esse contexto de crise tende a seguir se desenrolando no longo prazo (Mogaji et al., 2022). Perdas de empregos, prejuízos financeiros, falência dos negócios, entre outras consequências, provêm da chegada abrupta do novo coronavírus (Santos & Moreira, 2021).

Estima-se que, somente em 2020, a redução/interrupção nas operações do turismo resultou em perdas econômicas na ordem de US\$ 4 trilhões, o que representou até 60% das perdas globais do Produto Interno Bruto (OMS, 2021; UNCTAD, 2021). Em território nacional, as receitas do turismo reduziram 36,6%, em 2020, na comparação com 2019, e mais de 35 mil empreendimentos do setor com vínculos empregatícios formais fecharam, um recuo de 13,9% em relação aos negócios em operação no País, em 2019 (MTur, 2021).

Nesse contexto de inquietações vivenciadas por tantos destinos no mundo, transitamos do *overtourism*, presente em diversos locais no pré-pandemia, para um cenário de pouca ou inexistente visitação. Então, vislumbramos a possibilidade de retomarmos, ou quiçá reconstruirmos, o turismo de uma forma mais equilibrada. Seria este um tempo de rever nossas utopias, tomando distância do modo como as coisas eram, e pensando como elas poderiam ser? Há neste momento de “pausa forçada”, a possibilidade de reiniciarmos com base nas premissas da sustentabilidade? Conseguiremos passar do discurso à prática da sustentabilidade no turismo?

Nós, pesquisadores do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS), estivemos desassossegados durante todo este tempo, buscando ligar pontos, fazer conexões, oferecer insumos e reflexões que pudessem contribuir para um maior entendimento das circunstâncias. Seguimos em buscas de pistas, abraçando o fato de que o nosso mundo é feito de incertezas, mas também de esperanças.

Nossa rede de pesquisadores, de tantas formações, instituições e vivências, articulou-

se de modo colaborativo para pensar e propor um turismo que caminha na direção da sustentabilidade. Desafiados pelas circunstâncias, passamos a fazer nossas reuniões no formato remoto, *online*, por meio de *lives* no canal do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB) no YouTube<sup>1</sup>. Se, por um lado, a pandemia nos trouxe obstáculos, por outro, ensinou-nos que poderíamos encontrar e alcançar um maior número de pessoas, inclusive de diferentes países; conversar com diferentes públicos e construir mais pontes para nossas travessias. Terminamos nos aproximando não somente de novos colaboradores e amigos, como de novas visões de mundo. Passamos a construir e partilhar o conhecimento de forma diferente. Interagimos mais com a sociedade, associações e governos, meios de comunicação e organismos internacionais.

Debruçamo-nos sobre a complexidade das diferentes relações necessárias à compreensão dos muitos e amplos aspectos do turismo. Em julho de 2020, Mozart Fazito discutiu com o grupo sobre o futuro do turismo. Já inseridos na pandemia de COVID-19, Fazito nos instigou a pensar sobre “tempo e a ideia de futuro, e de construção do que seria uma sociedade melhor do que essa que temos hoje”. No mês seguinte, foi a vez de David Bouças conduzir uma reflexão sobre a confiança em redes interorganizacionais do turismo, trazendo-nos um olhar comparativo entre micro e pequenos negócios do Brasil e da Espanha. Em setembro, Marcos Polette gerou o debate sobre os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), como forma de desenvolver a gestão ambiental, apresentando-nos dois estudos de caso na escala municipal em Santa Catarina. Em outubro, Camila Rodrigues compartilhou suas experiências e pesquisas sobre as parcerias para o turismo em áreas protegidas, na perspectiva de novas formas de governança. Em novembro, último encontro de 2020, foi a vez de estarmos com Richard Sharpley, da Universidade de Lancashire (Reino Unido), que socializou suas reflexões, feitas ao longo de 20 anos, a respeito das diferenças entre os conceitos de turismo sustentável e desenvolvimento sustentável. Ele nos convidou a problematizar aspectos do turismo de massa diante de grandes desafios como a COVID-19 e as mudanças climáticas, permitindo repensar o turismo que queremos.

Em fevereiro de 2021, as reuniões do LETS se iniciaram com Iara Brasileiro apresentando sua proposta de utilização do modelo biológico das membranas celulares – o mosaico fluido – como uma possibilidade de compreensão da dinâmica do turismo. A fluidez do modelo poderia contribuir para o entendimento da complexidade e diversidade das relações entre as pessoas e as diferentes governanças, com o meio ambiente, a economia e a cultura, ou seja, com as dimensões da sustentabilidade. Março nos trouxe o turismo Maori da Nova Zelândia, com Diane Ruwhiu e Kylie Ruwhiu-Karawana. Com essa etnia, aprendemos a dizer e a ouvir a saudação *kia ora* que, mais que um “olá”, significa o reconhecimento do outro e que expressamos: “você não tem inimigos aqui”. Aprendemos sobre a interdependência entre os seres humanos (*between and among humankind*); sobre nossa responsabilidade como guardiões do meio ambiente e como receber e tratar o outro, com respeito e generosidade. Sentimos o valor das origens para cada passo rumo ao futuro.

O mês de abril de 2021 nos deu a oportunidade de encontrar o catalão Evarist Saltar, trazendo-nos sua singular experiência com a interpretação do patrimônio natural como guia de turismo, em que a ética com a natureza e entre as pessoas é ressaltada. Pudemos refletir sobre valorizar o único, o local, as histórias e os enredos para o futuro do turismo, visando sempre a sustentabilidade. Fernanda Hummel discutiu conosco, em maio, sobre planos de marketing e desenvolvimento sustentável municipal, dividindo conosco a reflexão de desconstrução de alguns conceitos para reconstruí-los, pensando na interdisciplinaridade e nas múltiplas relações entre as áreas de planejamento e gestão de destinos. Em julho, Nayara Marques tratou de conflitos socioambientais em Cavalcante/GO, com a dinâmica do discurso entre a mineração e a conservação da natureza nesse *hotspot* que é o Cerrado brasileiro.

Renato Calhau e Josivania Farias nos colocaram, em agosto de 2021, diante dos processos de cocriação e sua importância no e para o turismo, conduzindo-nos a uma nova discussão sobre os modos como criamos valores e também os destruimos em experiências turísticas. Em setembro, foi a vez de Helena Costa, Elimar Nascimento e Jaqueline Gil, ao lado de Vitor Leal do PNUMA, incentivarem-nos a refletir sobre o excessivo uso dos plásticos descartáveis em nossa sociedade, particularmente durante a pandemia, suas consequências sobre o meio ambiente, sobre o turismo e sobre a nossa saúde. Nosso encontro de outubro, conduzido por Ana Paula Jacques, levou-nos por um passeio pelo Cerrado e sua rica biodiversidade, orientando a discussão para questões da sustentabilidade não somente ambiental, mas cultural e econômica, tendo a gastronomia como fio condutor. Em dezembro, participamos do 32º encontro Veredas do Futuro do CDS/UnB, quando Vinicius Lages compartilhou suas reflexões sobre as transições e transformações que nos inquietam na atualidade.

Em 2022, até o lançamento deste livro, tivemos dois encontros abertos. No primeiro, houve o debate com representantes da gestão pública, do mercado e da academia, sobre Inteligência Turística e Competitiva, no qual foi possível abordar temas inteligência artificial e Big Data. Os debatedores foram Jeanine Pires, ex-presidenta da Embratur e vice-presidenta da Oner Travel, Leonardo Seabra da EMPROTUR, e Rayane Ruas do LETS/UnB, reforçando importantes trocas e pontes. Em maio, encerramos o primeiro semestre de 2022, convidando a Profa. Dra. Isabel Grimm do Instituto Superior em Administração e Economia (ISAE/Curitiba) para discutir a inter-relação das temáticas do turismo com as mudanças climáticas, uma questão global e urgente para o setor.

Isto posto, para irmos além da riqueza das nossas conversas, resolvemos nos desafiar a escrever um livro que tratasse da temática do turismo em tempos tão turbulentos, sob a ótica da sustentabilidade. O resultado é este, uma obra coletiva, representativa da produção de muitos dos pesquisadores membros do LETS, ao lado de parceiros de trabalho. Nela, o leitor irá encontrar múltiplas abordagens do estudo do turismo, sob diferentes óticas e metodologias.

Iniciamos essa coletânea com um olhar macro sobre as grandes transformações que enfrentamos, procurando compreender como elas podem afetar o turismo do futuro. Um

chamado para buscarmos interpretar a realidade de modo mais múltiplo e menos binário. Seguimos discutindo a interrupção das viagens e os impactos sentidos pelas comunidades, pequenas empresas, localidades e pelos próprios turistas. Continuamos nossas reflexões buscando olhar para a possível retomada do turismo, debatendo políticas federais, estaduais e uma experiência internacional. Nossas preocupações nos levaram, também, a questionar processos de governança e poder, métodos de planejamento, aumento do uso de plásticos descartáveis e poluição, relações público-privadas em áreas naturais, passando pelos conflitos socioambientais. Contudo, ao questionarmos os problemas, também construímos olhares esperançosos e de otimismo diante das incertezas. Foram diversas interpretações da realidade vivida.

Alguns de nós discutimos resultados levantados em momentos prévios à COVID-19, mas que agora são cotejados com a realidade pandêmica. Outros abordam a possível retomada das atividades turísticas após momentos de marcantes preocupações e incertezas, em distintos momentos ao longo dos últimos dois anos. Uns pesquisaram sobre as consequências da pandemia sobre o meio ambiente, sobre as viagens, sobre os empreendimentos, sobre os destinos específicos ou possíveis novos modos de planejamento e gestão do turismo no País; em inovações e em modelos renovados.

Apesar de tantas inquietudes, tristezas e preocupações causadas pela pandemia de COVID-19, o ano de 2022 é especial, pois o mundo comemora 50 anos desde a Conferência de Estocolmo. Desejamos que este livro honre essa data, marcada pelo início do debate internacional da relação natureza/ser humano, chamando-nos para que tenhamos além de precaução, respeito intra e intergeracional. Como parte da celebração, trazemos em nossa capa a bela obra *Roda Viva II*, de Cristina Carvalheira, artista brasileira que nos convida a sentir essa relação que precisa ser, urgentemente, recuperada.

Este livro marca, também, o lançamento do nosso novo projeto: o Selo Editorial LETS, que tem como objetivo ampliar o acesso a conhecimento de qualidade para a academia e para a sociedade em geral, de modo digital, gratuito e independente. Feita a muitas mãos, essa publicação foi possível porque nos unimos e contamos com o suporte de colegas pesquisadores. Aproveitamos para agradecer a Daniela Rocco, Elimar Nascimento, João Paulo Faria Tasso e Jaqueline Gil pelo apoio que nos deram na revisão de materiais. Agradecemos também a todos os membros do Conselho Editorial, que acreditaram na nossa proposta e nos apoiaram para chegarmos até aqui.

Se a doença que assolou todo o planeta nos fez pensar sobre as incertezas do nosso futuro, também nos conduziu a reflexões sobre o nosso presente, igualmente incerto e frágil, mas que nos fizeram acreditar que não nos deixaremos perder pelo caminho, que estaremos vigilantes e, sobretudo, esperançosos.

Esperamos ter contribuído para enriquecer o debate. Em nome de todos os pesquisadores do LETS, o nosso muito obrigado. Ter você, leitora e leitor, conosco nessa caminhada de diálogo e reflexões, incentiva-nos a continuar ampliando nossos espaços e nossa visão de um mundo que, certamente, queremos mais justo e mais afetuoso.

E, como aprendemos com o povo maori:  
*Kia ora!*

Brasília, junho de 2022

## Referências

Fundação Getúlio Vargas [FGV]. (2020). *Impactos Econômicos do COVID-19. Propostas para o Turismo Brasileiro*. Recuperado em 04 abril 2022 de [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19\\_impactoeconomico\\_v09\\_compressed\\_1.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf)

Ministério do Turismo [MTur]. (2021). *Dados & Informações do Turismo no Brasil. O impacto da pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura do Brasil*. Ministério do Turismo. 1. 2ª Ed., junho. Recuperado em 03 abril 2022 de <http://dadosefatos.turismo.gov.br/revista.html>

Mogaji, E., Adekunle, I., Aririguzoh, S., & Oginni, A. (2022). Dealing with impact of COVID-19 on transportation in a developing country(...). *Transport Policy*, 116, 304-314. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2021.12.002>

Organização Mundial do Turismo [OMS]. (2021). *Tourism and COVID-19 – Unprecedented Economic Impacts*. Recuperado em 05 março 2022 de <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>

Organização Mundial da Saúde [OMS]. (2022). *Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. Recuperado em 6 maio 2022 de <https://covid19.who.int/region/amro/country/br>

Organização Pan-Americana da Saúde [OPAS]. (2022). *Excesso de mortalidade associado à pandemia de COVID-19 foi de 14,9 milhões em 2020 e 2021*. Recuperado em 6 de maio 2022 de <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2022-excesso-mortalidade-associado-pandemia-covid-19-foi-149-milhoes-em-2020-e-2021>

Santos, N., & Moreira, C.O. (2021). Uncertainty and expectations in Portugal's tourism activities. Impacts of COVID-19. *Research in Globalization*, 3, 100071. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100071>

United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]. (2021). *Global economy could lose over \$4 trillion due to COVID-19 impact on tourism*. Recuperado em 05 abril 2022 de <https://unctad.org/news/global-economy-could-lose-over-4-trillion-due-covid-19-impact-tourism>

## Nota

<sup>1</sup> As *lives* realizadas entre 2020 e 2022, e mencionadas aqui, estão todas disponíveis em <https://www.youtube.com/c/CentrodeDesenvolvimentoSustentavelCDSUnB> Playlist LETS.

# Sobre transições que nos inquietam: o turismo em transformação

## On transitions that disturb us: tourism in transformation

Vinicius Lages, Helena Costa

### Resumo

Os futuros, utópicos ou distópicos, chegam a uma velocidade cada vez maior. Percebemos que as categorias de análise do passado se esgotaram e as novas ainda não dão conta da atual sociedade, na qual convivem elementos velhos e novos. A pandemia de COVID-19 acelerou ainda mais as transformações e ressaltou questionamentos acerca de um conjunto de dinâmicas econômicas, demográficas, sociais, tecnológicas, psíquicas e culturais que já vinham presentes em nossas realidades. As grandes transições testam nossos limites de compreensão, provocando-nos a analisar os rebatimentos delas sobre o setor de turismo. Neste texto, abrimos um sendeiro inicial de reflexão acerca de quatro transições que nos inquietam: a transformação digital, as mudanças climáticas, a demografia e a política. Buscamos problematizá-las e compreendê-las para construir uma maior fluência nos futuros, apoiando a construção de um turismo que as enfrente de modo atento e responsável.

**Palavras-chave:** Transições; Futuro; Turismo.

### Abstract

Futures, in their utopian or dystopian forms, arrive at an ever-increasing speed. We realize that analyses based on categories and concepts from the past have been defeated. At the same time, the new ones still do not account for the trends in current society and economy, in which old and new elements coexist. The COVID-19 pandemic further accelerated the transformations and brought more uncertainty. It also highlighted questions about a set of economic, demographic, social, technological, psychic, and cultural dynamics that were already present in our realities. Major transitions test our limits of understanding and provoke us to analyze their implications on the tourism sector. In this text, we open an initial reflection path about four transitions that are thought-provoking: digital transformation, climate change, demography, and politics. We seek to raise questions aiming to understand these transitions. We must build a greater future fluency, supporting

the development of a tourism sector that faces transitions with proper attention and responsibility.

**Keywords:** Transitions; Future; Tourism.

### **A Aceleração do Futuro: quando o velho já não serve e o novo ainda está em gestação**

Em poucos momentos da história vivemos um contexto tão inquietante de transições, grande parte decorrentes de transformações que afetam os padrões de produção/consumo e o modo como vivemos. Os impactos das atividades econômicas sobre os sistemas vitais do planeta, as mudanças climáticas, a transição demográfica, a degradação das instituições que representaram a ordem do século XX, todas perpassadas pela ubiquidade da tecnologia nas múltiplas esferas da vida humana, são pontas de uma coleção inquietante de icebergs que nos circundam.

O turismo, que representava cerca de 10% do PIB global antes da pandemia, fechou em 2019 com o impressionante volume de 1,4 bilhão de chegadas internacionais realizadas por turistas que cruzam as fronteiras de seus países (OMT, 2020a). Soma-se a este fluxo o mercado de turismo doméstico, seis vezes maior do que o internacional (OMT, 2020a). Em conjunto, estes números revelam a importância que tem o setor em termos econômicos, na geração de emprego e em sua articulação com dezenas de cadeias de valor, mas também, o potencial de impacto que gera sobre os destinos turísticos. Afetado pela pandemia, o turismo viu seus números caírem abruptamente, chegando a uma perda de 70% dos fluxos internacionais em 2020, voltando a patamares de 30 anos antes (OMT, 2020b). O setor foi duramente afetado diante da necessidade de isolamento social e contenção de deslocamentos. Em março de 2020, 90% da população mundial vivia em países com restrições de mobilidade internacionais e até domésticas (Gössling et al., 2020).

A pandemia de COVID-19, que vivenciamos desde 2020, atualmente com taxas inéditas de transmissão da doença pela variante Ômicron, que se tornou dominante em pouco tempo<sup>1</sup> (OMS, 2022), reforça a percepção de que estamos em um contexto de mudanças aceleradas. Elas acentuam a sensação de que estamos vivendo um interregno, como destacou o sociólogo Zygmunt Bauman (2016), ao sinalizar que o passado já não mais nos serve, mas também o futuro não chegou plenamente. É um momento de crise, de passagem. Antonio Gramsci dizia que a crise consiste, precisamente, no fato de que o velho está morrendo e o novo ainda não pode nascer. Nesse interregno, aparece uma grande variedade de sintomas mórbidos (Gramsci, 1975).

Em Babel (2016), Bauman fala da transição entre a agonia de uma ordem passada – política, econômica, social, cultural, afetiva e simbólica – que se esvai e a gênese de outra, incerta, cheia de riscos e ameaças, mas também de esperanças. No estado de interregno, as formas como aprendemos a lidar com os desafios da realidade não funcionam mais. As instituições de ação coletiva, os sistemas políticos, a forma de

organizar a própria vida social e política, as relações com as outras pessoas, todas essas formas aprendidas e institucionalizadas de sobrevivência no mundo não funcionam mais da mesma forma. As novas formas, que substituiriam as antigas, ainda estão em fase embrionária. Deparamo-nos com um ambiente VUCA – volátil, incerto, ambíguo e complexo – e uma sociedade BANI – *Brittle* (frágil), *Anxious* (ansiosa), *Nonlinear* (não linear) e *Incomprehensible* (incompreensível) – (Cascio, 2020). Ambos os termos traduzem inquietações do nosso tempo.

Não somos mais nem uma coisa nem outra, não vivemos mais em uma sociedade industrial, conduzida pelo princípio do conflito capital *versus* trabalho, mas a sociedade pós-industrial ainda não se configurou, completamente, com sua profusão de novos conflitos. Por isso esse sentimento de não mais sentir o solo sob os pés, que caracteriza os momentos de crise.

Embora a pandemia tenha acelerado mudanças, acentuado prioridades, escancarado desigualdades e, de certo modo, provocado um freio de arrumação no que ainda tínhamos de carregamento da herança do século XX, “as mudanças civilizacionais demandam tempo”<sup>2</sup>. Ocorrendo simultaneamente, e muitas vezes gerando sinergias e externalidades negativas, essas transformações se sobrepõem e nos recusam a possibilidade de ter certezas sobre o futuro. As incertezas se ampliaram e se tornaram lugar comum. Ao invés de tentarmos encontrar respostas para tudo, as perguntas se tornaram parte do pensar com mais clareza. Refletir juntos sobre elas nos dá a chance de romper com a angústia da impermanência e buscar possibilidades de futuros e, quiçá, esperança. Este entendimento nos possibilita sair de um *mindset* de busca de certezas, com categorias analíticas binárias que já não se encaixam no presente, muito menos diante da emergência de futuro(s) que eclodem a cada dia.

A pandemia de COVID-19 antecipou urgências em um mundo que extrapolou seus limites de crescimento, ampliou as desigualdades, inundou seus mares de plásticos, espalhou mentiras em massa, apoiadas por tecnologias digitais usando as redes sociais. Um mundo em que a natureza se degrada a olhos vistos e a desigualdade ameaça tornar-se dessemelhança (Buarque, 1993). Em que a democracia é assaltada por novas forças políticas que nascem de seu interior e em que novas exclusões sociais são criadas (Nascimento, 2020).

Entre os excessos cometidos, o próprio turismo, por ter assumido escalas expressivas de fluxos, especialmente em alguns destinos (*overtourism*), tornou-se uma atividade indesejada, gerando reações da chamada *turismofobia*. Pois onde há excessos, há rupturas nas dinâmicas culturais, econômicas e naturais, que podem desencadear fortes reações. O futuro do setor deve levar em conta estas ameaças e o fato de que a crise sanitária aumentou questionamentos que já existiam. Isso se exemplifica pelas preocupações com as consequências do turismo para as populações locais, com o impacto das viagens em ecossistemas frágeis e em cidades já saturadas. Sem falar da pegada de carbono de uma jornada turística, especialmente a mobilidade baseada em fontes de energias fósseis, bem como o excesso de consumo e as consequências para as comunidades receptoras, entre

outras mazelas.

Hoje ficaram mais nítidas as apreensões sobre as condições sanitárias e a infraestrutura de saúde nos destinos turísticos, as faltas de previsibilidade sobre as fronteiras e suas regras de entrada, mas também a ânsia pela viagem ao primeiro sinal de arrefecimento da pandemia (ou até antes dele). A frágil retomada das viagens observada no último trimestre de 2021, e já no primeiro mês de 2022, aponta para novas rupturas de contratos, com milhares de cancelamentos de voos em todo mundo, especialmente entre o Natal e as primeiras semanas de janeiro<sup>3</sup>. Adicionalmente, ficou mais evidente a importância da comunicação, da qualificação, das condições de trabalho e da garantia de protocolos seguros e confiáveis nas operações de hospedagem, deslocamento, alimentação e entretenimento. Passou-se a discutir o quanto o setor seria efetivamente atravessado pelo conjunto de transformações que vivenciamos ou o quanto as adaptações seriam temporárias e conjunturais.

Antes mesmo da pandemia, já existiam apelos para repensar o capitalismo, ou o que restou desse sistema econômico de pretensões hegemônicas ao final do século XX, mesmo com suas variações de maior ou menor presença do Estado. Seu esgotamento enquanto modo de assegurar bem-estar social, progresso material e reprodutibilidade em bases sustentáveis dos sistemas econômicos já foi suficientemente debatido nas conferências e fóruns globais sobre a sustentabilidade. O encontro de Davos, em 2020, já trazia luz para o debate sobre os limites de um capitalismo de acionistas (*shareholders*), no qual o foco prioritário em retorno para os acionistas fosse ampliado para se pensar nas partes interessadas. Isso promoveria a valorização do ambiente externo e faria um chamado para que novas orientações guiassem os negócios, inserindo pautas socioambientais de forma contundente.

Em setembro de 2020, já sob efeitos da pandemia, o *World Economic Forum* (WEF) convidou para o que chamou de *The Great Reset Initiative*<sup>4</sup>, que seria basicamente, um reinício (ainda que controverso) nessa sociedade que promove riscos para sua própria manutenção, como já falava Ulrich Becker (2010). O sociólogo alemão descreve a maneira pela qual a sociedade moderna produz, organiza e testa respostas aos riscos crescentes que sua organização cria. Becker (2010) defende a ideia de que a modernidade passa por um momento de ruptura histórica, assim como ocorreu na passagem da sociedade feudal para a industrial. Vivemos um momento de transformação da sociedade industrial clássica, caracterizada pela produção e a distribuição de riquezas, para uma chamada sociedade (industrial) de risco, na qual a produção deles domina a lógica da produção de bens. Trazendo para a atualidade, a mais recente análise de riscos, publicada pelo WEF (2022), dá destaque às tensões ao redor da transição climática, da segurança cibernética, da mobilidade e da competição por alcançar o espaço sideral. Ao que Nial Fergusson<sup>5</sup> acrescenta ameaças como a criação de uma guerra mundial quente (com conflitos militares diretos), entre China e Rússia de um lado, e Europa Ocidental e Estados Unidos de outro, que viria a substituir a nova guerra fria que vem se construindo. Atualmente, a guerra na Ucrânia concretiza esse temor. O futuro ainda não se desvendou

por completo.

### **Quatro Transições que nos Inquietam: a transformação digital, as mudanças climáticas, a demografia e a política**

Extremos, liquidez, incertezas, ambiguidades e volatilidade são marcas das reflexões que colecionamos sobre o século XX de pensadores que ajudaram a interpretá-lo. Pela nossa frente existe um conjunto de transformações que se desdobram e nos desafiam, quatro das quais trataremos neste capítulo<sup>6</sup>, buscando analisar os rebatimentos sobre o turismo. Esses elementos, na medida em que observados com maior detalhamento, nos permitem situar em um espectro mais amplo a reflexão sobre o turismo e sua sustentabilidade em longo prazo, objeto de estudo a que o LETS se dedica<sup>7</sup>. Apenas assim não ficaremos embotados diante da necessidade de ação para construir um futuro na diversidade do nosso “pluriverso”, termo desenhado por Kothari et al. (2021). Afinal, já não nos basta conhecer um universo, dado que ele é, essencialmente, plural e diverso.

A primeira transição que apresentamos é a que decorre da chamada **transformação digital**. Em um entendimento simplificado<sup>8</sup>, é importante deixar claro que ela diz respeito a uma transformação estratégica e não uma simples adoção de tecnologias digitais. Vai muito além da aplicação de inteligência artificial, internet das coisas (IoT), computação em nuvem (*cloud computing*), automação inteligente, *blockchain*, 5G ou mesmo as mais recentes aplicações de criptoativos, *tokens* não-fungíveis (NFT), tecnologias hápticas ou metaverso. Hoje ela é conceitualmente mais abrangente, pois integra o mundo físico e as múltiplas realidades (virtual, real, aumentada e subtraída), o chamado *figital*.

A penetração das tecnologias digitais tem uma importância enorme para redefinir as transações, os processos e mesmo como os modelos de negócios são desenhados. Trata-se de uma transformação estratégica na forma de captar e gerar valor, na cultura e competências daqueles envolvidos nos circuitos de produção, distribuição e consumo, na captação e análise de dados. Dados passaram a ser um ativo estratégico, pois são gerados por meio da aplicação de *analytics* que capturam dos usuários – de plataformas digitais, de aplicativos, de *websites* – informações de suas jornadas digitais. Vimos a produção não apenas de novos modelos de negócios habilitados por tecnologias digitais (dentre os quais Amazon, Facebook, Airbnb, OTAs – Online Travel Agencies –, Uber, Lift e ifood), mas também incontáveis aplicações que impactam diversas dimensões da vida humana e dos negócios. Desde o surgimento da internet comercial em 1995, ao crescimento do número de pessoas conectadas através da rede global de computadores (www, chamada web 1.0), passando pelo surgimento dos *smartphones*, a computação em nuvem e a explosão das redes sociais (web 2.0), assistimos a uma verdadeira transformação na forma como produzimos, distribuimos e consumimos conteúdos, bens e serviços. E o turismo se beneficiou na medida em que mais informações, serviços e possibilidades de conhecer os destinos tornaram-se parte da jornada turística contemporânea. Como analisam pesquisadores do Instituto Valenciano de Tecnologia para o Turismo (Invat.tur)<sup>9</sup>, um

destino que não conseguir desenvolver um modelo de gestão inovador, apoiado por uma estratégia digital, tornando-se mais inteligente, provavelmente encontrará dificuldades para competir diante das mudanças do mercado.

A transformação digital permite a fruição de experiências turísticas em dimensões de realidade virtual e aumentada, com apoio de tecnologias hápticas, que permitem imersões em destinos ou experiências turísticas antes só acessíveis com a presença humana. O tato e o olfato poderão, portanto, ser incorporados às experiências. Assistentes digitais com inteligência artificial conectados a plataformas digitais em nuvem serão ubíquos, respondendo, apoiando decisões e até antecipando ações ao longo de uma jornada turística (exemplos: reserva de restaurante, chamada de um meio de mobilidade, entre outros).

Outra dimensão desafiadora para o turismo, tanto como alavanca para potencializar experiências quanto como substituto da fruição real, é o metaverso. Em que pese ser algo imaginado especulativamente em um romance publicado inicialmente na década de 1990 (Stephenson, 2015), ele ganhou maior atenção após os movimentos mais recentes das chamadas *bigtechs* como Facebook (que passou a se chamar Meta), Microsoft, Amazon, entre outras. Descrito como a web 3.0, é onde múltiplas realidades se misturam, em suas diversas formas. Atualmente já há sinais de espaços de experimentações e fruição de experiências enriquecedoras, lúdicas, de interações humanas e mesmo com os objetos naturais e físicos dos ambientes construídos.

A ocorrência da fusão das realidades chega a ponto de falarmos em uma era pós-digital. Essa transição ainda está em processo, pois apesar das tecnologias estarem evoluindo velozmente, sua adoção ainda é muito desigual, gerando vazios digitais que ainda excluem cerca de três bilhões de pessoas<sup>10</sup> no planeta do acesso à economia digital.

A segunda transição da qual precisamos falar é aquela trazida pelas **mudanças climáticas** e a necessária concertação global para enfrentá-la. O IPCC (2021) enfatizou que o aquecimento global está sendo acelerado, em ritmo ainda mais rápido do que se esperava e que ele decorre das atividades humanas. De acordo com o relatório conhecido como AR6, a elevação da temperatura mostra seus efeitos em todos os cantos do globo, levando a climas extremos como secas, enchentes e ciclones tropicais (IPCC, 2021), como temos visto anunciados com frequência nos meios de comunicação. A severidade desses eventos deve ser aumentada caso não haja uma redução drástica das emissões ao longo das próximas décadas (IPCC, 2021). Ainda em 2021, a comunidade médica internacional se articulou, em 233 manifestos publicados simultaneamente, para alertar para os danos das mudanças climáticas sobre a saúde humana<sup>11</sup>. O *World Economic Forum* (2022), por sua vez, enfatiza que falhar em agir pelo clima é visto como o risco número 1 entre os 10 mais severos de nossos tempos.

Se o Acordo de Paris, firmado na COP 21, trazia uma certa euforia ao redor do consenso alcançado entre 195 países na questão climática, acabamos de sair da COP 26, em Glasgow, com desânimo. Os compromissos entre os principais atores não foram suficientemente abrangentes e bem costurados de modo a gerar consensos em torno da

agenda prioritária. Existem hoje mais dados científicos e alternativas como energia eólica, solar, entre outras. Porém, o custo da transição da economia descarbonizada traz uma série de implicações socioeconômicas. A transição energética e do modelo econômico para descarbonizar estão postas para setores altamente poluentes como transportes, agro, entre outros.

O secretário-geral da ONU, António Guterres, afirmou que o AR6 lançava um “alerta vermelho para a Humanidade”<sup>12</sup>. Em paralelo, Higham et al. (2021) fizeram um “alerta vermelho para o turismo sustentável”, compreendendo que o setor está sob júdice, na medida em que é responsável por 5% das emissões de gases de efeito estufa (WTO & ITF, 2019). Não apenas os excessos de fluxos turísticos passaram a ser objeto de manifestações negativas quanto à presença de turistas em certos destinos, mas também o modo como as pessoas se deslocam e, portanto, a mobilidade baseada em combustíveis fósseis que envolve, sobretudo, os transportes rodoviário, aéreo e de cruzeiros. O turismo tanto é vetor das transformações climáticas quanto já é vítima, uma vez que enchentes, secas e temperaturas extremas vêm impactando os sistemas vitais do planeta e, por consequência, destinos turísticos em regiões mais afetadas.

Na Conferência, em novembro de 2021, foi lançada a Declaração de Glasgow pela Ação Climática no Turismo<sup>13</sup>, um acordo de redução pela metade da emissão de gases até 2030, com o pacto de zerá-las até 2050, incluindo cerca de 300 organizações signatárias. A Declaração sugere algum avanço rumo a uma maior responsabilização do setor, ainda que isso esteja muito distante da garantia de resultados efetivos sobre a problemática. Apesar de limitada, é a primeira Declaração em que organizações privadas do turismo definiram metas específicas para a redução de emissões, um marco temporal para alcançá-las, ao lado da necessidade de planos de redução e relatórios de evolução (Scott & Gössling, 2021), se comparada às duas declarações anteriores específicas do setor sobre o clima (Djerba, em 2003, e Davos, em 2007). Scott e Gössling (2021) alertaram que esta é uma década decisiva de ação climática que pede um turismo revisado e compatível com os desafios atuais do clima, pois não temos mais “outra década para procrastinar”. Todavia, em um mundo mais fragmentado e polarizado, de retrocessos no multilateralismo, é difícil acreditar que uma declaração, entre as tantas que se fizeram em meio século desde a Conferência de Estocolmo<sup>14</sup>, pioneira no debate ambiental global, possa gerar as inflexões necessárias e urgentes.

Isso dá o espaço para tratar da terceira transição, de natureza **demográfica**. Em 1950, apenas uma em cada 12 pessoas no mundo tinha mais de 65 anos. Projeções indicam que em 2050, uma em cada 4 pessoas terão mais de 65 anos<sup>15</sup>. Este alargamento da vida pode significar uma oportunidade para a chamada economia prateada, caso seja acompanhada de condições de saúde e renda que oportunizem a ampliação dos fluxos turísticos dessa faixa etária.

Todavia, não sabemos ainda o quanto este aumento de longevidade vai ser sustentado tanto pelos sistemas de previdência pública e privada, quanto pelos rendimentos de uma população que teve seu ciclo de vida dilatado para além dos ciclos demográficos

de gerações anteriores. Nascíamos, estudávamos, trabalhávamos e nos aposentávamos, podendo usufruir deste tempo de ócio para as tão sonhadas viagens. A ampliação dos ciclos de vida implica em termos que trabalhar por muito mais tempo para dar conta do sustento desses 10, 20, 30 anos a mais acrescidos neste novo ciclo demográfico.

Uma pergunta que deriva dessa transição é o que fazer com pessoas que vão viver por mais de 100 anos. Os avanços da medicina preventiva e curativa, além da evolução da convergência entre nanofármacos, nanorobôs e edição genética, têm revelado que já é possível termos uma longevidade ativa beirando os 120, 130 anos, já nestas próximas duas décadas. Isso implica redefinir as fases da vida humana, dando espaço para questões existenciais como aparece no cinema no filme “O preço do amanhã” (2011), em que as pessoas nascem com tempos determinados, que podem ser ampliados ou subtraídos, cujo tempo é a moeda, mas lidar com o excedente de tempo vira um dilema existencial e é um desafio de múltiplas implicações. Deve-se acrescentar a isto o fato de que o avanço das tecnologias digitais no campo da saúde e da assistência à vida humana tem levado a especular sobre a imortalidade. Próteses, edições genéticas, convergência da inteligência artificial com a humana, entre outros elementos, podem trazer uma transformação da própria humanidade, passando pelos ciborgues (organismos que incorporam partes cibernéticas) de que tratou Lovelock (2020), podendo chegar a pós-humanos em uma perspectiva muito mais distópica.

Isso nos faz refletir sobre a própria essência do que é ser “humano”, entendida como seres que têm consciência de si, memória, um corpo e entendimento de sua existência, bem como de seu vínculo e interdependência social e cultural. Para o turismo, atividade que permite a evasão, o enriquecimento da existência humana, os encontros e a ampliação do conhecimento a partir das vivências turísticas, lidar com essas transformações, tornou-se um desafio. A separação entre as realidades física e virtual do mundo já se encaminha para ser cada vez mais turva, o que requer uma reflexão sobre as experiências que serão demandadas e valorizadas por esses seres humanos do futuro. A própria ideia da memória, subjacente à busca por oferecer experiências “memoráveis” no turismo, pode ser posta em xeque diante de tamanhas redefinições.

Assim, alcançamos a quarta transição da qual trataremos aqui, que é de natureza **política**. Vemos um mundo polarizado, com narrativas conflitantes e buscando hegemonia. Um mundo de instituições multilaterais enfraquecidas, de ameaças às instituições que deram forma ao ordenamento social e político até recentemente, como analisam Levitsky e Ziblatt (2018). Os mediadores do século XX perderam espaço sobre a interpretação da verdade. Já se fala de uma “era da pós-verdade”, entendida por McIntyre (2018) como um momento em que “fatos alternativos” se sobrepõem aos reais, assim como as sensações tomam espaço das evidências<sup>16</sup>.

As fontes tradicionais de poder vêm se deteriorando (Naim, 2013). Partidos políticos, intelectuais, igrejas, instituições multilaterais e a mídia vêm perdendo espaço para outras narrativas, constantemente em conflito. Exércitos se revelam com poderes mais restritos do que se pensava, nos quais lobos solitários enfrentam forças militares poderosas, como

observado no caso dos EUA no Afeganistão, em 2021, que após gastar cerca de US\$ 2 trilhões em sucessivas batalhas, desde 2001, com centenas de milhares de mortos, deixou uma terra arrasada para trás e bateu em retirada.

Como destacado por Moisés Naim (2013), há uma perda de conhecimento institucional diante do vazio de uma política que se apresenta como “nova”, sem coesão e sem fundamentos capazes de gerar novos consensos. Os microatores interferem em processos, apoiados ou não por robôs, cibernética e o vazio da instantaneidade das redes sociais. As redes virtuais – que podem ser da *dark web* – alimentam monstruosidades. Trata-se de uma sociedade em rede (Castells, 2000), mas marcada por acesso limitado, desigualdade, racismo, pobreza e um abismo digital. É nesta mesma sociedade em que as instabilidades políticas e conflitos forçaram migrações involuntárias de mais de 34 milhões de pessoas, um número recorde alcançado em 2020. Com a pandemia, os migrantes e refugiados têm encontrado barreiras cada vez maiores para se inserir, ao passo em que as tensões mundiais se exacerbam (WEF, 2022).

A transformação da política precisa dar conta de um mundo em que a elevada concentração de riqueza segue cada vez mais dramática: o mapa da desigualdade que mostra que os 10% mais ricos capturam 76% da riqueza mundial, enquanto os 50% mais pobres, que correspondem a 2,5 bilhões de pessoas, detêm apenas 2% dela, de acordo com o estudo do *World Inequality Lab* (Chancel et al., 2022). Essa disparidade cresceu durante a pandemia, momento em que os multimilionários e bilionários expandiram suas riquezas<sup>17</sup>. A degradação social já observada na virada do século, portanto, agrava-se. A revolução digital está posta: automatização, 5G, algoritmos inteligentes, criptografia, inteligência artificial, realidade virtual aumentada levada ao limite no metaverso, que já mencionamos. Diversas são as implicações sobre o trabalho, a propriedade, os vínculos sociais e emocionais. Empregos tendem a ser raros, o empreendedorismo seguirá se ampliando, mas também se precarizando nas chamadas *gig economies*, com seus arranjos de trabalho baseados em contratos informais, flexíveis, intermitentes e temporários.

Em recente livro, a economista e diretora da *London School of Economics*, Minouche Shafik (2021) apontou o esfacelamento dos contratos sociais que permitiram acordos de mutualidade e reciprocidade, de obrigações e responsabilidade diante das fraturas sociais. Shafik (2021) alertou que diante das transições demográficas, tecnológicas, do papel da mulher na sociedade, além das mudanças climáticas, que atuarão sinergicamente para dissolver os fundamentos de coesão social tal como alcançamos de algum modo no século XX, temos que repensar um contrato social. É preciso dar conta de uma sociedade de centenas de milhões de seres humanos considerados disfuncionais, inadequados ao mercado de trabalho ou aos processos industriais e de serviços, por hiatos de competência para trabalhar junto com máquinas inteligentes, uma das previsões distópicas já feitas por Yuval Harari (2020), e outros como Nascimento (1994) e Ford (2009). A velocidade das transformações advindas da ampla aplicação de inteligência artificial deverá, ao menos no curto prazo, ser maior que nossa capacidade social, institucional e política de encontrar respostas para o emprego ou para criar novas fontes de subsistência.

Assim, a fragilidade humana foi exposta, bem como as limitações de seus sistemas econômicos, políticos e de governança global. Simultaneamente, a evolução tecnológica avança rumo à nanorobótica, implementação de chips neurais, exoesqueletos inteligentes e processos bioquímicos digitalizados. Nossa capacidade de sentir e interagir com o entorno será ampliada. E esta interação entre as tecnologias e os humanos pode ser desastrosa, caso se confirme o abismo, com uma parte da sociedade que será vista como dispensável e eliminável.

Com a evolução da transformação digital e a adesão em massa de presença em metaversos, as pessoas seguirão sendo fonte de dados para grandes corporações. Essa relação de geração de valor a partir de dados tem sido assimétrica e já se debate a necessidade de regulação que preveja não apenas a auditoria desses algoritmos, mas também o compartilhamento de valor gerado pelo uso dos dados. São muitas as necessidades que surgem desta realidade: regulação dos algoritmos, direito à privacidade e defesa de questões coletivas para enfrentar os monstros do passado. Eles são a degradação ambiental e do ser humano, a violência contra a mulher, a homofobia, a precarização do trabalho, a deterioração da saúde mental, a epidemia de depressão e o *burnout*.

Vivemos em uma sociedade esgotada em busca do mérito e da performance (Han, 2015) na qual os processos de educação formal não atendem ao que está posto. Esses problemas todos convivem com avanços realizados na produção de alimentos, de conhecimento, de comunicação, dos deslocamentos. Lamentavelmente, como apresenta o Relatório Global de Riscos 2022, há o predomínio da sensação, por parte de 89% dos respondentes, de que o futuro em curto prazo será fraturado, volátil e até catastrófico. São pungentes sentimentos de “preocupação” com os cenários, enquanto apenas 11% dos respondentes acreditavam em uma recuperação global acelerada até 2024 (WEF, 2022).

### **E como essas Transições, tão Abrangentes, influenciam os futuros do turismo?**

As categorias de análise do passado se esgotaram e as novas ainda não dão conta desta sociedade em que o tempo se acelera de tal forma que tudo se torna passado mais rapidamente (Han, 2021). Isso testa nossos limites de compreensão e ainda não sabemos, de modo certo, as implicações destas transformações.

Antes mesmo de buscar elencar essas implicações, precisamos reconhecer a tendência a refletir sobre o setor com olhares fragmentados e que não dão conta das grandes questões. Em seguida, é preciso reconhecer que o turismo que irá se materializar nestes futuros portará elementos novos e velhos em convívio. Neste texto, buscamos observar, ainda que de forma modesta, quatro transições que nos inquietam: a transformação digital, as mudanças climáticas, a demografia e a política.

A **transformação digital** já vem impactando os modelos de negócios turísticos ao mesmo tempo em que empodera turistas em sua relação com a oferta de experiências, tanto para planejar, adquirir, pagar, compartilhar nas redes sociais e serem assistidos ao longo de sua viagem. Para o futuro, espera-se que as experiências turísticas ocorram com a aplicação de um conjunto de tecnologias que permitam a ativação de todos os

sentidos dentro das múltiplas realidades. A expectativa de que haja uma vida “paralela” para nossos avatares pode alterar o modo como percebemos a própria realidade física, impactando hábitos, percepções, interações e regras sociais<sup>18</sup>. Esta transição tecnológica advinda da transformação digital pode transformar profundamente o entretenimento, os deslocamentos e o turismo, por isso merece a devida atenção por formuladores de políticas públicas, pesquisadores e agentes de mercado.

No encontro das **mudanças climáticas** e do turismo, veremos crescer a urgência por uma transição energética dos modais que servem ao turismo, especialmente o transporte rodoviário e aeroviário. A pegada de carbono do turismo extrapola o uso de combustíveis fósseis, pois em toda cadeia de consumo, de ponta a ponta, nos meios de hospedagem, nos bares, restaurantes, parques temáticos, vemos o quanto o setor é intensivo no uso de energia e precisa fazer uma transição para bases mais sustentáveis. Há setores que já se encontram mais pressionados, especialmente em mercados mais maduros, a dar respostas para a redução da pegada de carbono, ao vazamento dos plásticos descartáveis para a natureza e a perda de biodiversidade, os três maiores desafios ambientais de nossos tempos. Apenas acordos, como a Declaração de Glasgow, são limitados em oferecer resultados, mas são um estímulo inicial à responsabilização. Se não vieram agora da COP 26, as restrições a este processo acelerador do aquecimento global logo virão e o setor precisa agir para essa transição o quanto antes.

Devemos levar em consideração, adicionalmente, as demais variáveis da equação ESG (*Environment, Social e Governance*). O turismo ainda envolve a produção de externalidades negativas nas dimensões social e ambiental, que vão além da questão energética e da poluição, o que torna urgente a adoção de uma agenda de sustentabilidade que saia das intenções para a ação, como já debatido pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em sucessivos eventos<sup>19</sup>.

A COVID-19 afetou negativamente os avanços em relação aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), como constataram Seidel et al. (2021), mas também mostrou que precisamos de esforços coordenados para atacar os desafios globais. Não é possível concluir ainda que a construção de respostas aos impactos da pandemia serão positivos rumo a um turismo mais sustentável, como alertaram Hall et al. (2020). Ao mesmo tempo em que há mudanças de comportamentos de viagens, com a valorização das proximidades, que resultam em deslocamentos com uma menor pegada de carbono, há também inúmeros clamores para que se retorne ao “*business as usual*” em razão da estagnação econômica e do desemprego que afetam o setor de turismo globalmente (Hall et al., 2020). Muitas destas vozes pressionam para que se retomem os padrões anteriores à COVID-19, postergando mudanças, a exemplo dos compromissos climáticos. Assim, os autores (2021) apuraram que os efeitos da pandemia serão seletivos e diversos, bem como as medidas para contê-los, podendo variar da reorientação do turismo para uma atividade mais sustentável e de menor impacto, em alguns casos, até um recrudescimento de nacionalismos excludentes em outros países.

Na confluência entre a **demografia** e o turismo, devemos estar atentos ao que significa

uma extensão da longevidade ativa em termos de novas oportunidades para a oferta turística para octogenários, nonagenários, centenários e até mesmo pessoas com mais de 120 anos. Isso tende a ocorrer de forma muito gradual, mas é possível já assistirmos o crescimento da demanda pela chamada economia prateada a partir desta década. Vemos que demografia e tecnologia passaram a ser indissociáveis. Veremos exoesqueletos, próteses inteligentes, implantes neurais ou subcutâneos facilitando a fruição de experiências turísticas seguras, mesmo com mais intensidade física, a segmentos demográficos de idades mais avançadas. Simultaneamente, precisamos entender o lugar do ócio e dos novos ciclos de vida, bem como do financiamento desta ampliação da longevidade ativa. Quanto mais vivermos, mais perto estaremos de uma longevidade ativa e demandante de novas experiências.

Já nas transições **políticas**, tendem a rebater sobre o turismo os muros, as interdições, os conflitos emergentes, as pressões das migrações, as tensões e os riscos de uma guerra mundial quente. Crescentes barreiras, quer sejam sanitárias, nacionalistas, religiosas e raciais, colaboram para nos afastar da facilitação de viagens<sup>20</sup> pela qual advogamos durante a última década. Do ponto de vista da gestão dos destinos, somos levados a refletir sobre um mundo em que o poder centralizado se dilui cada vez mais, podendo alterar o lugar das políticas de apoio ao desenvolvimento do turismo por parte de autoridades públicas, bem como o funcionamento das cadeias produtivas do turismo, cada vez menos intermediadas.

No âmbito social, os rebatimentos sobre o turismo podem ser relativos a uma ampliação da desigualdade e a limitação de acesso a experiências turísticas por parte de uma significativa parte da humanidade em decorrência da inexistência, ainda que em uma transição, de meios de obtenção de renda através de emprego ou outras fontes. Quanto maior a desigualdade, quanto menor o poder de compra, menores são as chances de expandirmos o acesso às experiências turísticas, especialmente em escala internacional, sobretudo em um cenário pouco otimista com a recuperação global em curto prazo. Ainda, deve haver uma preocupação com a distribuição dos benefícios gerados pelo turismo, buscando realizar a promessa de inclusão das comunidades, inclusive dos mais pobres, em um mundo em que a desigualdade e a concentração de renda são ainda mais marcantes em 2022.

Por fim, do ponto de vista da tecnologia posta e da fragilidade humana, os atores do setor de turismo devem permanecer atentos aos impactos dessas transições sobre sua própria essência. Participar de uma experiência turística é uma espécie de deslocamento muito além da dimensão física, espacial, é uma evasão de espírito, é experimentação da alteridade, de conhecimento de outras realidades e de interações humanas que devem ser mutuamente enriquecedoras.

### **Considerações Finais**

Nesta reflexão, vimos que são várias as implicações das transições debatidas para o setor de turismo. Elas passam pela necessidade de se adaptar às tecnologias digitais e aos modelos de negócios que dela decorrem, o que traz implicações tanto para o próprio

desenho de experiências turísticas, quanto para o planejamento e gestão de destinos turísticos. Passam também pela necessidade de reinventar os modos de transporte e suas matrizes energéticas para descarbonizar a economia dentro de um chamado urgente para essa década. Passam, ainda, por revisar o modo como usamos os recursos naturais que mantêm a competitividade de tantos destinos de natureza em diversos biomas, bem como as condições do tecido social urbano para que as cidades sejam inteligentes e agradáveis para seus moradores e visitantes. Passam por rever o modo como as pessoas são incluídas na geração das riquezas do turismo, com atenção aos mais vulneráveis. Perpassam, inclusive, por rever as escalas e características dos produtos turísticos no pós-pandemia, ao lado de um olhar atento sobre a limitação dos indicadores de desempenho do turismo que são utilizados atualmente, focados em número de visitantes (sobretudo internacionais) e aumento dos gastos. As transformações políticas tendem a rebater no desenho das políticas públicas e da governança, enquanto as tecnológicas podem apresentar novas formas de viajar em distintos limites: sem sair de casa ou saindo do Planeta Terra. Afinal, empreendedores como Elon Musk vêm trabalhando insistentemente nesta perspectiva de sermos uma espécie humana multi-planetária, onde uma elite viajará com mais frequência para fora do Planeta Terra.

Percebemos que esses futuros, sejam utópicos ou distópicos, alcançam-nos a uma velocidade cada vez maior (Lages, 2021). Ao lado disso, há um *gap* de fluência de futuros, como apontado pelo WEF (2020), e a nossa limitada capacidade de reconhecer os sinais do que está acontecendo. As incertezas se reforçam e nos levam para esse lugar de inquietude. Chegamos até aqui acreditando em um mundo mais compreensível, mais previsível, mais categórico e, em contrapartida, mais inteligível. Não nos serve mais o preto *versus* o branco, o azul *versus* o rosa, o masculino em oposição ao feminino, direita, esquerda. Pouco servem essas categorias analíticas de um mundo binário para explicar as fronteiras borradas do mundo VUCA e da sociedade BANI.

A pandemia nos clareou que somos interdependentes: ou todos estão protegidos ou ninguém está a salvo. De nada adianta a proteção apenas individual quando a questão é coletiva, fazendo-nos lembrar dos desafios da gestão de recursos de uso comum, tratados por Elinor Ostrom (1990). Pouco adianta meia dúzia de países com um estoque de vacinas, enquanto outros padecem e aparecem condições para as novas variantes. É limitado o alcance de vacinas desenvolvidas em tempo recorde, compradas e estocadas, se as informações *fake* nas redes sociais alimentam teorias da conspiração contra a Ciência.

Os efeitos da pandemia serão diversos no tempo e no espaço, fortalecendo nossas inquietudes e nossos questionamentos. Como nos provocam Hall et al. (2020), devemos revisitado com cuidado o turismo que desejamos, sob pena de termos mais do mesmo. Para assegurar uma fluência nos futuros, é preciso um esforço de entendimento e flexibilização das regras, pois a inovação vai sempre nos surpreender e não há regulação prévia assertiva, a formação de talentos e de educação para ler o que está se configurando. Além disso, as convergências das transformações nos permitirão enfrentar a transição entre o que não serve mais e o que vem pela frente.

Para terminar, esperamos que essa análise possa contribuir para enriquecer nossos olhares, honrando os ensinamentos de Sachs (2010) de que “quanto mais pessimista a análise, mais temos uma obrigação de assumir uma atitude otimista para agir, para tentar mudar, para fazer com que haja uma inflexão da trajetória”. O turismo, ao permitir a troca de experiências e a ampliação da compreensão do mundo e de nós mesmos, deve estar atento a estas transformações e transições e, assim, enfrentar este novo sem medo, de espírito aberto e com muita responsabilidade, ajustando sempre as lentes.

### Agradecimento

Os autores agradecem ao professor Dr. Elimar Pinheiro do Nascimento pelo estímulo e por conduzir as reflexões no LETS, desde sua fundação, mas sobretudo pela leitura construtiva do texto.

### Referências

- Bauman, Z. (2016). *Babel: entre a incerteza e a esperança*. Zahar.
- Becker, U. (2010). *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*. Editora 34.
- Buarque, C. (1993). *O que é apartação: o apartheid social no Brasil*. Brasiliense.
- Cascio, J. (2020). *Facing the age of chaos*. Recuperado em 23 fevereiro 2022 de <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d>.
- Castells, M. (2000). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.
- Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2022). *World Inequality Report 2022*. World Inequality Lab. Recuperado em 10 janeiro 2022 de [https://wir2022.wid.world/www-site/uploads/2021/12/Summary\\_WorldInequalityReport2022\\_English.pdf](https://wir2022.wid.world/www-site/uploads/2021/12/Summary_WorldInequalityReport2022_English.pdf).
- Ford, M. (2019). *Os robôs e o futuro do emprego*. Best Business.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Gramsci, A. (1975). *Quaderni del carcere*. Einaudi.
- Hall, M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598
- Han, B. (2015). *Sociedade do cansaço*. Vozes.
- Han, B. (2021). *Favor fechar os olhos: em busca de um outro tempo*. Vozes.
- Harari, Y. (2020). *Sapiens: uma breve história da humanidade*. Cia das Letras.
- Higham, J., Font, X., & Wu, J. (2021). *Code red for sustainable tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, (ahead of print), 1-13. DOI: 10.1080/09669582.2022.2008128
- Intergovernmental Panel on Climate Change [IPCC]. (2021). *Summary for Policymakers. Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the*

*Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/#SPM>.

Kothari, A., Salleh, A., Escobar, A., Demaria, F., & Acosta, A. (2021). *Pluriverso: dicionário do pós-desenvolvimento*. Elefante.

Lages, V. (2021). Sobre algumas transições e transformações que nos inquietam [comunicação oral]. *32º Seminário Veredas do Futuro*. Centro de Desenvolvimento Sustentável CDS, UnB. Recuperado em 21 dezembro 2021 de <https://www.youtube.com/watch?v=Yr2U9DtWe3A>.

Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Como as democracias morrem*. Editora Zahar.

Lovelock, J. (2020). *Novaceno: o advento da era da hiperinteligência*. Edições 70.

Naim, M. (2013). *O fim do poder: como os novos e múltiplos poderes estão mudando o mundo e abalando os modelos tradicionais na política, nos negócios, nas igrejas e na mídia*. Leya.

Nascimento, E.P. (1994). *Hipóteses sobre a nova exclusão social: dos excluídos necessários aos excluídos desnecessários*. Cadernos CRH, Salvador, 21, 29-47.

Organização Mundial da Saúde [OMS]. (2022). *Statement – Update on COVID-19: Omicron wave threatening to overcome health workforce*. WHO. Recuperado em 11 janeiro 2022 de <https://www.euro.who.int/en/media-centre/sections/statements/2022/statement-update-on-covid-19-omicron-wave-threatening-to-overcome-health-workforce>.

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020a). *UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 3. Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities*. UNWTO. Recuperado em 11 janeiro 2022 de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422111>.

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020b). *Impact Assessment of the Covid-19 Outbreak on International Tourism*. UNWTO. 11 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>.

Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.

Sachs, I. (2010). *Os graus de liberdade* [comunicação oral]. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://youtu.be/ihsZs-kwFjs>.

Scott, D., & Gössling, S. (2021). From Djerba to Glasgow: have declarations on tourism and climate change brought us any closer to meaningful climate action?. *Journal of Sustainable Tourism*, ahead of print, 1-24. DOI: 10.1080/09669582.2021.2009488

Seidel, S., Vrenegoor, F., & Cavagnaro, E. (2021). Sustainable behaviour in tourism and hospitality. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(5), 471-474.

Shafik, M. (2021). *What we owe each other: a new social contract for a better society*. Princeton University Press.

Stephenson, N. (2015). *Snowcrash*. Aleph

World Economic Forum [WEF]. (2020). *Schools of the Future: Defining New Models of Education for the Fourth Industrial Revolution*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://www.weforum.org/reports/schools-of-the-future-defining-new-models-of-education-for-the-fourth-industrial-revolution>.

World Economic Forum [WEF]. (2022). *Global Risks Report 2022*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2022/digest>.

World Tourism Organization, & International Transport Forum [WTO & ITF]. (2019). *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results*. UNWTO. Recuperado em 07 janeiro 2022 de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416660#:~:text=Transport%2Drelated%20CO2%20Emissions%20of%20the%20Tourism%20Sector%20%E2%80%93%20Modelling%20Results,-Published%3A%20December%202019&text=Abstract%3A,15.6%20billion%20domestic%20tourist%20arrivals>.

---

## Autores

**Vinicius Lages:** Doutor em Socioeconomia do Desenvolvimento, Diretor Técnico Sebrae AL. Email: [viniciusnobrelages@gmail.com](mailto:viniciusnobrelages@gmail.com)

**Helena Costa:** Doutora em Desenvolvimento Sustentável, Professora Associada II da UnB e Coordenadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS). Email: [helenacosta@unb.br](mailto:helenacosta@unb.br)

## Notas

<sup>1</sup> As previsões do IHME (Health Metrics and Evaluation) da Europa na data de finalização deste capítulo dão conta de que mais de 50% da população europeia será infectada pela Ômicron nas próximas 6-8 semanas (OMS, 2022). Acesso em 11/01/2022.

<sup>2</sup> Frase que absorvemos das trocas com o prof. Dr. Elimar Nascimento durante a construção do capítulo.

<sup>3</sup> Recuperado em 12 janeiro 2022 de <https://pt.flightaware.com/live/cancelled>

<sup>4</sup> Recuperado em 11 janeiro 2022 de <https://www.weforum.org/great-reset/>

<sup>5</sup> Recuperado em 12 janeiro 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=l6B6rSoDWNs>

<sup>6</sup> Esse capítulo foi desenvolvido a partir da palestra de Vinicius Lages (2021) chamada “Sobre algumas transições e transformações que nos inquietam”. Realizada em 8/12/21

no 32º Seminário Veredas do Futuro a convite do CDS/UnB. Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=Yr2U9DtWe3A>

<sup>7</sup> Recuperado em 23 fevereiro 2022 de <https://lets.etc.br>

<sup>8</sup> Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://silvio.meira.com/silvio/sinais-do-futuro-imediate-4-a-grande-transformacao-digital/>

<sup>9</sup> Recuperado em 16 dezembro 2021 de <https://www.invattur.es/>

<sup>10</sup> Recuperado em 17 dezembro 2021 de <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/12/01/mais-de-um-terco-da-populacao-mundial-nao-tem-conexao-com-a-internet-segundo-a-onu.ghtml>

<sup>11</sup> *Call for emergency action to limit global temperature increases, restore biodiversity, and protect health.* Recuperado em 22 dezembro 2021 de <https://www.bmj.com/content/374/bmj.n1734>

<sup>12</sup> Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://news.un.org/pt/story/2021/02/1742802>

<sup>13</sup> *Glasgow Declaration for Climate Action in Tourism.* Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.unwto.org/news/tourism-unites-behind-the-glasgow-declaration-on-climate-action-at-cop26>

<sup>14</sup> *Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UN Conference on the Human Environment).* Recuperado em 23 fevereiro 2022 de <https://www.un.org/en/conferences/environment/stockholm1972>

<sup>15</sup> Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://brasil.un.org/pt-br/83427-populacao-mundial-deve-chegar-97-bilhoes-de-pessoas-em-2050-diz-relatorio-da-onu>

<sup>16</sup> Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://mitpress.mit.edu/books/post-truth>

<sup>17</sup> Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://brasil.elpais.com/economia/2021-12-07/os-10-mais-ricos-com-76-do-patrimonio-do-planeta-o-retrato-da-desigualdade-na-pandemia.html>

<sup>18</sup> Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=IqTC4lsxNfk>

<sup>19</sup> Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://www.unwto.org/sustainable-development>

<sup>20</sup> Os temos mais utilizados em inglês são *easy/seamless travelling*. Recuperado em 14 janeiro 2022 de [https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Security\\_and\\_Travel\\_Facilitation\\_Seamless\\_Travel\\_Journey\\_Situation\\_Report\\_Jun\\_2019.pdf?ver=2021-02-25-182806-487](https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Security_and_Travel_Facilitation_Seamless_Travel_Journey_Situation_Report_Jun_2019.pdf?ver=2021-02-25-182806-487)

# **Pandemia de COVID-19 e turismo: o impacto da percepção de risco à saúde e da intolerância à incerteza nas intenções de viajar**

## **COVID-19 pandemic and tourism: the impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions**

**Anastasiya Golets, Jéssica Farias, Ronaldo Pilati, Helena Costa**

### **Resumo**

Compreender o comportamento do turista durante e após grandes crises do setor turístico é essencial para ajudar na recuperação dos destinos. A pandemia de COVID-19 — um período de incerteza e risco — torna relevante avaliar os fatores que influenciam as intenções de viajar. Há poucas pesquisas sobre o comportamento do turista durante crises sanitárias e, em particular, sobre o risco à saúde percebido e os efeitos da incerteza sobre as intenções de viajar. Este estudo foi realizado no início da pandemia no Brasil e teve como objetivo investigar o papel da percepção de risco à saúde e da intolerância à incerteza nas intenções de viajar para os anos de 2020 e 2021. Foi aplicado um survey online a 1.150 participantes brasileiros de abril a maio de 2020. Os resultados indicam que a gravidade percebida da COVID-19, a probabilidade percebida de infecção e a duração esperada da pandemia são preditores significativos das intenções de viajar em ambos os anos. Este artigo contribui para uma compreensão das características dos turistas resistentes à crise e fornece ideias para a recuperação dos destinos.

**Palavras-chave:** COVID-19; Pandemia; Intenções de Viajar; Risco; Incerteza.

### **Abstract**

Understanding tourist behavior during and after major tourism crises is essential to help destinations recover. The COVID-19 pandemic — a period of uncertainty and risks — makes it relevant to assess factors that influence travel intentions. There has been little research on tourist behavior during health crises and, in particular, on perceived health risk and uncertainty effects on travel intentions. This study was carried out at

the beginning of the pandemic in Brazil and aims to investigate the role of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions for 2020 and 2021. We applied an online survey to 1,150 Brazilian participants from April to May 2020. Our findings indicate that perceived COVID-19 severity, perceived probability of infection, and expected duration of the pandemic are significant predictors of travel intentions for both years. This paper contributes to a deeper understanding of crisis-resistant tourists' characteristics and provides insights for destinations' recovery.

**Keywords:** COVID-19; Pandemic; Travel Intentions; Health Risk Perception; Intolerance of Uncertainty.

*Este capítulo é uma tradução em português do original: Golets, A., Farias, J., Pilati, R. et al. COVID-19 pandemic and tourism: The impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions. Curr Psychol (2021). <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02282-6>. A subseção "Medidas" foi suprimida na versão em português, mas pode ser consultada no artigo original em inglês.*

## Introdução

Desde o início do século XXI, o mundo tem enfrentado vários surtos de vírus emergentes e reemergentes, como H5N1 (gripe aviária), SARS, H1N1 (gripe suína), MERS, Ebola, Zika, entre outros (Bedford et al., 2019). Em 31 de dezembro de 2019, uma doença altamente contagiosa causada pelo vírus SARS-CoV-2 (COVID-19) foi detectada na cidade de Wuhan, China. Nos primeiros 3 meses, o vírus infectou mais de 750 mil pessoas em 172 países e causou mais de 36 mil mortes, o que levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a declarar uma pandemia (OMS, 2020). Na tentativa de conter a rápida disseminação do surto da COVID-19 e prevenir o colapso dos sistemas de saúde, os governos nacionais adotaram medidas como fechamento de escolas, restrições de viagens e quarentenas (Nicola et al., 2020).

O setor de turismo foi um dos mais afetados pela pandemia. A COVID-19 causou a pior crise enfrentada pelo turismo internacional desde a década de 1950, quando a Organização Mundial do Turismo (OMT) começou a analisar as tendências do turismo internacional (OMT, 1980). No primeiro semestre de 2020, as chegadas de turistas internacionais caíram 65% quando comparadas ao mesmo período de 2019. Na época da realização deste estudo, 100% dos destinos turísticos em todo o mundo apresentavam alguma restrição de viagens e 76% dos destinos haviam fechado suas fronteiras total ou parcialmente (OMT, 2020b, 2020c). Esse impacto já se traduziu, segundo dados de abril de 2020, em uma perda de cerca de US\$ 460 bilhões em receitas de exportação do turismo internacional, o que representa cerca de 5 vezes a perda financeira da crise econômica global de 2009. Além disso, colocou em risco entre 100 e 120 milhões de empregos diretos no turismo. De acordo com os cenários da OMT, o retorno aos níveis de chegadas de turistas de 2019 levaria de 2 a 4 anos (OMT, 2020a, 2020c).

Como na maioria dos destinos turísticos, o turismo brasileiro foi fortemente impactado pelo surto da COVID-19 (Tomé, 2020). No primeiro semestre de 2020, as receitas do país com turismo receptivo caíram 37,2%, enquanto os gastos do turismo emissor apresentaram queda de 59,4% em relação ao mesmo período de 2019. O setor perdeu 364.044 empregos formais até julho de 2020, o que correspondeu a cerca de 12% de todos os empregos formais do turismo em 2019 (CNC, 2019; MTur, 2020). A perda total da indústria de turismo brasileira foi estimada em cerca de US\$ 22 bilhões no biênio 2020–2021. Para atingir o nível pré-pandêmico, a indústria teria que crescer 17% por ano em 2022 e 2023 (FGV, 2020). Portanto, compreender as intenções de viagem dos indivíduos no contexto de pandemia — um período que envolve um grande nível de incerteza e gerenciamento de risco — é um componente crucial no desenvolvimento de estratégias de recuperação de destinos turísticos.

O efeito da incerteza sobre o turismo é pouco discutido. Estudos anteriores mostraram que os turistas de culturas com alta evitação de incerteza (EI) diferem das culturas com média evitação de incerteza quando se trata de planejamento, estilo de viagem (Money & Crotts, 2003), tomada de decisão, duração da viagem e principal fonte de informação utilizada (Litvin et al., 2004). Além disso, para culturas que evitam a incerteza de modo semelhante ou diferente, viagens têm características distintas (Crotts, 2004). No entanto, não foram identificadas pesquisas sobre a influência da intolerância à incerteza (ININ) — uma variável de diferença individual (Carleton et al., 2007) — nas intenções de viajar. Considerando que o Brasil é um país cujos habitantes se sentem desconfortáveis com a incerteza e a ambiguidade (Hofstede Insights, s.d.), uma pandemia pode ser particularmente estressante para sua população. Tendo em vista que a incerteza pode minimizar a eficácia da preparação para o futuro e contribuir para a ansiedade (Grupe & Nitschke, 2013; Tanovic, Gee, & Joormann, 2018), espera-se que a pandemia de COVID-19 cause tal efeito prejudicial nas pessoas em geral e, considerando o alto índice de evitação de incerteza, espera-se que esse efeito seja ainda mais pronunciado no Brasil.

Este estudo foi realizado no Brasil durante o primeiro bimestre da pandemia de COVID-19 e tem como objetivo analisar a influência da variável de diferença individual de intolerância à incerteza (ININ), bem como da gravidade percebida da doença, da probabilidade percebida de infecção e da duração esperada da pandemia nas intenções de viajar nos anos de 2020 e 2021. Também controlamos o efeito de algumas medidas sociodemográficas (experiência em viagens internacionais, idade, nível educacional e renda) sobre essas intenções. Este estudo lança luz sobre os processos psicológicos que fundamentam o comportamento do viajante durante crises e fornece uma compreensão mais profunda das características dos turistas resistentes à crise, o que é essencial para a recuperação pós-crise dos destinos turísticos.

### **Incerteza e Comportamento do Turista**

Evitação da incerteza (EI) consiste em um valor cultural que expressa o grau em que os membros de uma sociedade se sentem desconfortáveis com situações incertas (Hofstede et al., 2010). Culturas com alto índice de EI se sentem ameaçadas pelo desconhecido e

pelo ambíguo, enquanto as culturas com baixo índice de evitação de incerteza estão mais dispostas a aceitar riscos (Litvin et al., 2004). Foram conduzidas algumas pesquisas em turismo e viagens para investigar a influência desta dimensão cultural no comportamento turístico. Por exemplo, descobriu-se que os japoneses, que evitam incerteza, preferem adquirir pacotes turísticos para reduzir o risco da viagem e viajar em grandes grupos de pessoas (Money & Crotts, 2003). Ao contrário, os alemães e os australianos, que apresentam baixo índice de evitação de incerteza, são propensos a se envolverem em atividades arriscadas e buscam aventuras durante a viagem (Money & Crotts, 2003; Reisinger & Mavondo, 2005). O Brasil é caracterizado como uma cultura com alta evitação de incerteza (Hofstede Insights, s.d.). Portanto, espera-se que, diante da ambiguidade ou incerteza, os brasileiros tendam a fugir de fazer escolhas para evitar desconforto.

Além do valor cultural da EI, que reflete como os membros de uma determinada sociedade lidam com a incerteza em nível coletivo, os indivíduos podem diferir no grau em que suportam respostas aversivas desencadeadas pela percepção de incerteza e falta de informação (Carleton et al., 2016). Ou seja, eles podem diferir em níveis de intolerância à incerteza (ININ), que é uma característica de diferença individual. A ININ é a tendência de considerar a possibilidade de um evento negativo ocorrer como inaceitável, independentemente de sua probabilidade de ocorrência (Carleton et al., 2007). A incerteza, por sua vez, pode ter efeitos prejudiciais sobre indivíduos, uma vez que pode minimizar a eficácia da preparação para o futuro e contribuir para a ansiedade (Grupe & Nitschke, 2013; Tanovic et al., 2018). No entanto, não existem muitos estudos na literatura do turismo que avaliem o papel da incerteza nas decisões dos viajantes (Minnaert, 2014). Algumas exceções são os relatos de que uma maior experiência em viagens resulta em diminuição do papel dos fatores de incerteza (Quintal et al., 2010) e de que os viajantes potenciais com níveis de incerteza mais baixos são mais propensos a participar de atividades de turismo “desafiadoras” (Minnaert, 2014). Considerando a relação entre ININ e evitação de respostas aversivas, é proposta a Hipótese 1:

**H1.** Indivíduos com alta ININ provavelmente terão intenções mais fracas de viajar nos anos de 2020 e 2021.

### **Turismo e Percepção de Risco**

Existem vários conceitos de percepção de risco em estudos de turismo (Chen & Zhang, 2012; Liu & Gao, 2008; Reichel et al., 2007; Sönmez & Graefe, 1998a; Tsaur et al., 1997). Apesar da pequena discordância na literatura acadêmica, a percepção de risco em turismo é geralmente considerada uma perda potencial que decorre da incerteza dos resultados da atividade turística (Roehl & Fesenmaier, 1992; Sönmez & Graefe, 1998b). Está relacionada a várias consequências do comportamento do consumidor, incluindo intenção de compra (Liu et al., 2013; Mohseni et al., 2016), intenção de (re)visitar o destino (Chew & Jahari, 2014; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Zhu & Deng, 2020), satisfação (Quintal & Polczynski, 2010; Xie et al., 2020) e fidelidade (Casidy & Wymer, 2016; Chahal & Devi, 2017). Estudos anteriores revelaram que o risco percebido de turismo pode diminuir a intenção de re(visitar) o destino em caso de desastres naturais (Chew & Jahari, 2014;

Lehto et al., 2008; Rittichainuwat et al., 2018), terrorismo (Adeloye & Brown, 2017; Floyd et al., 2004; Sönmez & Graefe, 1998b) e enfermidades (Mizrachi & Fuchs, 2016; Nazneen et al., 2020; Neuburger & Egger, 2020; Novelli et al., 2018).

Notavelmente, o impacto das preocupações com a saúde no turismo tem despertado um crescente interesse acadêmico nas últimas duas décadas (Hamer & Connor Bradley, 2004; Jonas et al., 2010; Lopez-Velez & Bayas, 2007; Novelli et al., 2018; Senbeto & Hon, 2020). Entre todos os riscos percebidos relacionados ao turismo, os de saúde são alguns dos fatores que exercem a influência mais considerável sobre o comportamento do turista (Chien et al., 2017; Kozak et al., 2007; McKercher & Chon, 2004; Novelli et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b). As principais crises sanitárias, como surtos de SARS, em 2003, e de gripe aviária, em 2015, parecem impactar o comportamento do turista mais do que uma crise financeira, causando ansiedade e influenciando as intenções de viajar, independentemente do perfil dos turistas (Senbeto & Hon, 2020). Na mesma linha, estudos que abordam a pandemia de COVID-19 (Nazneen et al., 2020; Neuburger & Egger, 2020) mostraram que a percepção de risco à saúde do turista aumentou durante a pandemia, afetando negativamente as intenções de viajar dos indivíduos.

Para avaliar a percepção de risco à saúde do turista, vários autores propuseram considerar a gravidade percebida, ou seja, impactos negativos graves da doença (Brewer et al., 2007; Provost & Soto, 2002). A gravidade percebida é um indicador do modelo de crenças em saúde (HBM), usado para prever o comportamento relacionado à saúde em vários contextos (Janz & Becker, 1984; Jones et al., 2014). Nesse sentido, os indivíduos que percebem uma doença como muito grave e com complicações potenciais tomam medidas para evitar adoecer (Champion & Skinner, 2008). No contexto de viagens e turismo, a maior gravidade percebida pode também levar a comportamentos preventivos de saúde e intenções mais fracas de viajar (Brewer et al., 2007; Champion & Skinner, 2008; Das & Tiwari, 2020; Huang et al., 2020). Assim, hipotetizamos que:

**H2.** Os indivíduos que percebem a COVID-19 como grave terão intenções mais fracas de viajar em 2020 e 2021.

Além disso, a suscetibilidade percebida — a probabilidade de adquirir uma doença — é outro indicador do HBM usado por pesquisadores de turismo (Brewer et al., 2007; Das & Tiwari, 2020; Floyd et al., 2000; Huang et al., 2020; Janz & Becker, 1984; Jones et al., 2014; Neuburger & Egger, 2020). Relata-se que os indivíduos com maior suscetibilidade percebida têm uma atitude negativa em relação aos riscos e assumem comportamentos preventivos (Taymoori et al., 2014). Isso também é válido para estudos de viagens e turismo, que mostram que esses viajantes são mais propensos a se envolver em medidas de mitigação de risco e evitar riscos (Chien et al., 2017; Huang et al., 2020; Van der Plight, 1996; Zhang et al., 2018). Consequentemente, surge a Hipótese 3:

**H3.** Indivíduos que percebem a probabilidade de contrair a COVID-19 como alta terão intenções mais fracas de viajar em 2020 e 2021.

Além disso, alguns estudos mostram que a duração esperada do surto pode prever

mudanças de comportamento. No contexto do surto da gripe suína, o cronograma esperado da epidemia foi associado a vários comportamentos de evitação (Rubin et al., 2009). Quanto ao turismo, Li et al. (2020) sugeriram que a duração esperada do surto poderia prever o comportamento do turista. Quanto mais tempo se espera que o surto dure, menos fortes as intenções de viajar tendem a ser. Portanto, hipotetizamos que:

**H4.** Indivíduos que esperam que a pandemia de COVID-19 dure mais tempo terão intenções mais fracas de viajar em 2020 e 2021.

### **Outras Determinantes das Intenções de Viajar**

Vários estudos sobre o comportamento do turista apontaram que algumas características individuais podem afetar as intenções de viajar. Variáveis como idade (Hajibaba et al., 2015; Khan et al., 2018; Neuburger & Egger, 2020), experiência em viagens (Kozak et al., 2007; Polas et al., 2019; Sönmez & Graefe, 1998a), renda (Djeri et al., 2014; Floyd et al., 2004; Li et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b) e nível educacional (Qi et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998b) foram preditores relevantes de intenções de viajar também durante períodos de crise.

#### *Experiência em Viagens*

Estudos anteriores mostraram que turistas com maior experiência internacional tendem a ter intenções mais fortes de viajar durante os períodos de crise (Floyd et al., 2004; Pennington-Gray et al., 2011; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Sönmez & Graefe, 1998b). A experiência em viagens diminui a percepção de risco do turista e, ao mesmo tempo, influencia positivamente as intenções de viajar (Kozak et al., 2007; Neuburger & Egger, 2020; Polas et al., 2019; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Sönmez & Graefe, 1998a). Da mesma forma, a experiência anterior em viagens parece fornecer uma maior sensação de segurança aos turistas (Reza & Samiei, 2012) e alterar as decisões turísticas mais do que informações de fontes externas (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009). De acordo com Sönmez e Graefe (1998a), e Rittichainuwat e Chakraborty (2009), pode-se esperar que os indivíduos com mais extensa experiência em viagens internacionais tendam a ter intenções de viajar mais fortes em 2020 e 2021.

#### *Idade*

A idade foi considerada um preditor da percepção de risco do turista e das intenções de viajar (Hajibaba et al., 2015; Khan et al., 2018). Pesquisas anteriores mostraram que indivíduos mais velhos tendem a evitar visitar destinos turísticos com maiores riscos percebidos (Aschauer, 2010; March & Woodside, 2005), enquanto os mais jovens estão menos preocupados com os riscos físicos relacionados ao turismo e mostram intenções mais fortes de viajar. Os jovens turistas também são mais orientados para o curto período de tempo e propensos a visitar destinos pós-desastre (Chew & Jahari, 2014). Ao considerar esse raciocínio, faz sentido que os indivíduos mais jovens tenham intenções de viajar mais fortes em 2020 e 2021.

### *Renda*

Níveis de renda mais altos são associados a intenções de viajar mais fortes. Estudos têm mostrado que há uma relação entre renda e intenções de viajar em períodos de risco ou não (Djeri et al., 2014; Floyd et al., 2004; Li et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b). Em um contexto sem risco, Djeri et al. (2014) constataram que os indivíduos com maior renda passam o tempo livre de forma mais ativa do que aqueles com menor renda, o que implica viagens mais frequentes entre os primeiros. Em um contexto de risco, Floyd et al. (2004) demonstraram que, entre as variáveis sociodemográficas, a renda foi o único preditor significativo das intenções de viajar após um ato terrorista. Portanto, é concebível que os indivíduos com níveis de renda mais elevados tenham maior probabilidade de viajar durante a pandemia de COVID-19.

### *Nível Educacional*

A preocupação do turista com a segurança diminui à medida que o nível educacional aumenta. Isso foi demonstrado por Qi et al. (2009), que argumentaram que viajantes com maior nível de escolaridade tendem a ser mais aventureiros e a viajar apesar dos possíveis riscos. Também nesse sentido, Graburn (1983) afirmou que turistas com mais anos de escolaridade estão em busca de novas experiências e têm maior probabilidade de explorá-las. Além disso, turistas com maior escolaridade mostram atitudes de viagem mais positivas em caso de possíveis riscos envolvidos (Sönmez & Graefe, 1998b). Com base nessas informações, poderia ser esperado que indivíduos com maior nível educacional tenham intenções de viajar mais fortes em 2020 e 2021.

## **Método**

### **Participantes da Pesquisa**

As respostas foram obtidas por meio de amostragem por conveniência. Um total de 1163 participantes respondeu a um questionário online, dos quais 13 deles foram retirados da amostra. Os respondentes foram 810 mulheres (70,43%), 331 homens (28,78%) e 9 participantes não relataram sexo (0,78%). A média de idade foi de 39,22 (DP = 12,42), variando de 18 a 80 anos e a faixa de renda mais citada (n = 354) foi de 4 a 10 salários mínimos. Nossa amostra é de alto nível educacional: 591 (51,39%) participantes são alunos de pós-graduação ou já concluíram a pós-graduação, e 387 (33,65%) indicaram ter concluído a graduação. Os participantes têm considerável experiência em viagens domésticas: 836 (72,68%) participantes fizeram 6 ou mais viagens nos últimos 5 anos. Também possuem alguma experiência internacional, pois 395 (34,34%) fizeram 6 ou mais viagens nos últimos 5 anos. Houve participantes de todos os 26 estados brasileiros e do Distrito Federal. A maioria era procedente do estado de São Paulo e Distrito Federal (28,08% e 21,04%, respectivamente). As características sociodemográficas detalhadas são ilustradas na Tabela 1.

**Tabela 1**

*Características Sociodemográficas e Experiência em Viagens dos Participantes (n = 1,150)*

		<i>n</i>	%
Gênero	Feminino	810	70.43
	Masculino	331	28.78
	Outro	9	0.78
Idade	18–25	148	12.86
	26–33	292	25.39
	34–41	293	25.47
	42–49	152	13.21
	50–57	151	13.13
	58–65	87	7.56
	Acima de 66	27	2.34
Escolaridade	Ensino médio incompleto	1	0.08
	Ensino médio completo	28	2.43
	Ensino superior incompleto	142	12.34
	Ensino superior completo	387	33.65
	Pós-Graduação	591	51.39
Renda mensal	Até 2 SM*	161	14.00
	2–4 SM	239	20.78
	4–10 SM	354	30.78
	10–20 SM	226	19.65
	Acima de 20 SM	170	14.78
Experiência em viagens nacionais nos últimos 5 anos	0 viagens	47	4.08
	1–5 viagens	267	23.21
	6–10 viagens	236	20.52
	11–20 viagens	168	14.60
	Mais de 20 viagens	432	37.56
Experiência em viagens internacionais nos últimos 5 anos	0 viagens	255	22.17
	1–5 viagens	500	43.47
	6–10 viagens	207	18.00
	11–20 viagens	116	10.08
	Mais de 20 viagens	72	6.26

*Nota.* SM = salários mínimos.

### **Procedimentos de Coleta de Análise de Dados**

Os dados foram coletados de 5 de abril a 5 de maio de 2020, quando a COVID-19 já havia sido declarada uma pandemia pela Organização Mundial de Saúde. No início da coleta de dados, havia 1.133.758 casos confirmados no mundo e 9.056 no Brasil<sup>1</sup> (OMS, 2020). A maioria dos países europeus estava totalmente bloqueada, e outros países adotaram o bloqueio parcial ou recomendações nacionais para conter a propagação do novo coronavírus (BBC, 2020). Até 56% da população do Brasil estava seguindo ordens para ficar em casa (Inloco, 2020).

Foi realizada um survey de auto-seleção. O método de amostragem por conveniência

foi adotado para recrutar um número considerável de participantes em um curto período sem grande necessidade de recursos. O instrumento de pesquisa foi um questionário online que continha quatro seções: intenções de viajar, percepção de risco à saúde, intolerância à incerteza e medidas sociodemográficas. O questionário online facilitou o acesso à amostra durante o período de isolamento social, permitindo o alcance de grupos de interesse específicos — como viajantes — e foi rápido para divulgar e responder (Beling et al., 2011; Whitehead, 2007). Os convites para participar da pesquisa foram distribuídos em grupos de viagens por meio de uma rede social (Facebook), um aplicativo de mensagens (WhatsApp) e e-mails. O estudo seguiu as diretrizes éticas de pesquisa com seres humanos. Os dados coletados foram classificados no SPSS 22.

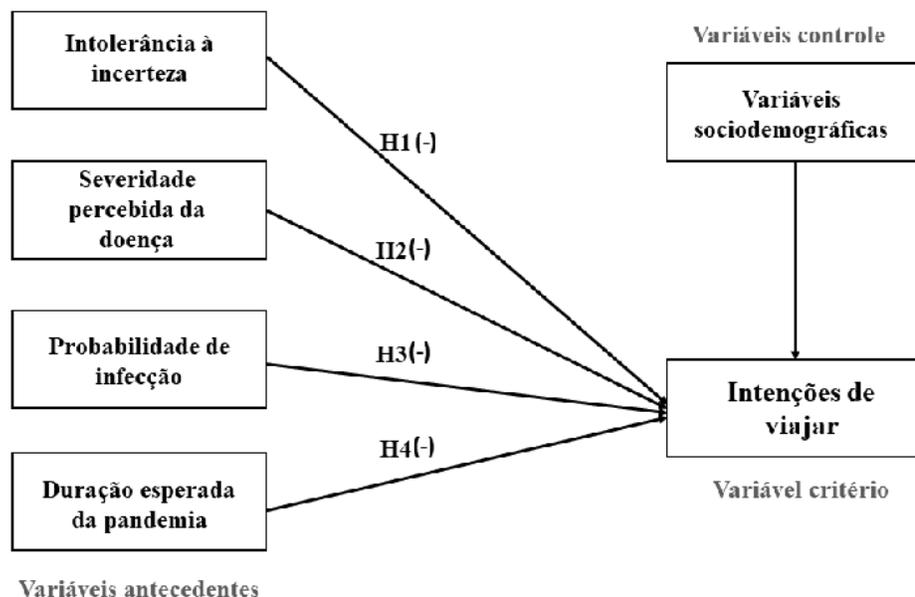
## Resultados

Quando se tratou dos planos de viagem para 2020, a maioria dos participantes (70,76%,  $n = 823$ ) afirmou que a COVID-19 afetou seus planos de viagem, enquanto 29,23% ( $n = 340$ ) disseram que ela não os afetou. Dos que afirmaram ter planos de viagem, 749 participantes responderam sobre como a pandemia de COVID-19 os afetou. A maioria (56,32%) afirmou ter remarcado a viagem e 36,58% disseram ter cancelado. Os 7,00% restantes relataram outros tipos de alterações. Quanto a 2021, uma porcentagem ainda maior (81,94%,  $n = 953$ ) afirmou ter planos de viagem, enquanto 18,06% ( $n = 210$ ) não relataram nenhum. Dos que afirmaram ter planos de viagem para esse ano, 23,21% ( $n = 270$ ) responderam que alteraram os planos. As intenções observadas para 2020 foram semelhantes às de 2021, com a maioria dos participantes (51,12%) indicando que optou por remarcar suas viagens em detrimento de cancelá-las (11,85%). Os 37,03% restantes relataram outros tipos de alterações. Esses resultados confrontaram nossas expectativas de que — por ser o Brasil um país com alta pontuação no valor cultural de evitar a incerteza — os brasileiros tenderiam a optar pelo cancelamento das viagens em vez de postergá-las.

Um modelo foi proposto para prever as intenções de viajar em 2020 e 2021 (ver Figura 1)<sup>2</sup>. Para avaliar se as variáveis antecedentes em nosso modelo (ININ, gravidade percebida de COVID-19, probabilidade percebida de infecção e duração esperada da pandemia) explicam uma proporção significativa da variância da variável de critério (qualquer intenção de viagem para 2020 ou 2021) mesmo considerando os efeitos das variáveis de controle (renda mensal, idade, nível educacional, experiência em viagens internacionais), conduzimos duas regressões múltiplas *stepwise*. Ao realizar essas análises, inserimos as variáveis sociodemográficas na primeira etapa e as variáveis antecedentes na segunda etapa. Ao fazer isso, observamos que o coeficiente de determinação ( $R^2$ ) melhorou significativamente. No Modelo I, aumentou de 0,01 para 0,13. No Modelo II, aumentou de 0,05 para 0,14. Avaliamos os pressupostos de normalidade e linearidade multivariada usando o SPSS 22. Por meio da observação de *box plots* e do cálculo da distância de Mahalanobis, identificamos 13 *outliers* multivariados, que foram removidos da amostra.

## Figura 1

*Modelo de Previsão de Intenções de Viajar*



Quanto às intenções de viajar em 2020 e 2021, a Hipótese 1 foi rejeitada, enquanto as Hipóteses 2, 3 e 4 foram aceitas. Ou seja, ININ não é um preditor significativo de viagens em 2020 e 2021, ao passo que a gravidade percebida da COVID-19, a probabilidade percebida de infecção e a duração esperada da pandemia previram significativamente as intenções de viagem para ambos os anos.

Também conduzimos análises exploratórias de moderação usando a macro PROCESS (Hayes, 2012) para avaliar se as variáveis de controle (renda, gênero, idade, nível de educação e experiência em viagens internacionais) poderiam afetar a relação entre as variáveis antecedentes (ININ, gravidade percebida da doença, probabilidade percebida de infecção e duração esperada da pandemia) e variáveis de critério (intenções de viajar para 2020 e 2021). Quanto menor a probabilidade percebida de infecção e quanto maior a renda, mais fortes foram as intenções de viagem para 2020,  $F(1146, 3) = 40,20$ ,  $t(1146) = -2,31$ ,  $b = -,03$ ,  $p = 0,02$ ,  $R^2 = 0,10$ , IC 95%  $[-,11, -,009]$ . Além disso, a idade moderou o efeito da probabilidade de infecção nas intenções de viagem para 2020,  $F(1146, 3) = 44,76$ ,  $t(1146) = -3,75$ ,  $b = -,009$ ,  $p = 0,0002$ ,  $R^2 = 0,10$ , IC95%  $[-,05, -,008]$ , em que quanto maior a idade e menor a percepção de risco, mais fortes foram as intenções de viagem. A renda também moderou o efeito da duração percebida da pandemia nas intenções de viajar,  $F(1146, 3) = 28,17$ ,  $t(1146) = -2,74$ ,  $b = -,03$ ,  $p = 0,006$ ,  $R^2 = 0,07$ , 95 % CI  $[-,05, -,008]$ . Ou seja, quanto mais alta a renda e mais curta a duração esperada da pandemia, mais fortes foram as intenções de viajar em 2020.

Além disso, encontramos um efeito significativo da experiência em viagens internacionais na relação entre a duração esperada da pandemia e as intenções de viagem para 2020,  $F(1146, 3) = 26,51$ ,  $t(1150) = -2,06$ ,  $b = -,02$ ,  $p = 0,04$ ,  $R^2 = 0,06$ , IC 95%  $[-,05,$

–,001]. Isso significa que ter mais experiência em viagens internacionais e esperar que a pandemia dure por um período mais curto foram indicadores significativos de mais intenção de viajar. Finalmente, constatou-se que a renda moderou o efeito da gravidade percebida da doença nas intenções de viagem em 2021,  $F(1146, 3) = 27,04$ ,  $t(1150) = -2,18$ ,  $b = -,04$ ,  $p = 0,03$ ,  $R^2 = 0,07$ , IC 95% [ $-,08$ ,  $-,004$ ], em que quanto menor a gravidade percebida de COVID-19 e maior a renda, mais fortes são as intenções de viajar. Nenhuma outra moderação significativa foi encontrada.

## Discussão

Neste estudo, objetivamos avaliar as variáveis relacionadas à pandemia de COVID-19 que têm impacto nos planos de viagem. Especificamente, este estudo avaliou o efeito da incerteza, das percepções de risco à saúde (gravidade da COVID-19 e probabilidade de contraí-la) e da duração esperada do surto nas intenções de viajar dos brasileiros para os anos de 2020 e 2021. Também controlamos o efeito de variáveis individuais (experiência em viagens, idade, nível educacional e renda) sobre essas intenções.

Considerando que o Brasil tem uma alta classificação no valor cultural EI (Hofstede Insights, s.d.), espera-se que haja um grande número de indivíduos intolerantes à incerteza. Assim, esperávamos que os participantes estivessem mais propensos a cancelar suas viagens para evitar a espera no estado de incerteza. No entanto, verificamos que os brasileiros tenderam a remarcar suas viagens em tempos incertos em detrimento de cancelá-las. A teoria dos prospectos — uma teoria psicológica que afirma que os indivíduos geralmente buscam o risco ao lidar com possíveis perdas, mas são avessos ao risco ao lidar com ganhos (Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1992) — fornece uma explicação plausível para esses inesperados resultados. Segundo essa teoria, as pessoas tendem a aceitar correr mais riscos para evitar possíveis perdas do que correr riscos para obter ganhos potenciais. Embora a reprogramação de viagens geralmente seja gratuita, os cancelamentos frequentemente exigem que altas taxas sejam descontadas do valor a ser reembolsado, o que gera prejuízos para os viajantes. Portanto, os participantes podem ter optado por uma decisão mais arriscada (remarcação), além de outros motivos, para evitar o pagamento de taxas de cancelamento, bem como porque os indivíduos tendem a preferir ganhos e perdas futuros quando o presente não é certo (Hardisty & Pfeffer, 2016). Como a pandemia é incerta, os indivíduos podem ter optado por adiar suas viagens para evitar perdas imediatas representadas pelas taxas usualmente<sup>3</sup> cobradas pelas companhias aéreas e agências de turismo.

Embora a ININ alta tenha sido positivamente associada à percepção da pandemia como mais grave e à percepção de uma maior probabilidade de infecção, não encontramos que a ININ seja um indicador significativo das intenções de viagem para 2020 e 2021, o que contradiz nossas expectativas. Portanto, parece que os níveis de ININ não afetam diretamente as intenções de viagem. Por outro lado, as variáveis de risco à saúde (gravidade percebida da doença e probabilidade de infecção) foram consideradas preditores significativos de intenções de viagem mais fracas para 2020 e 2021, o que está de acordo com pesquisas anteriores (Das & Tiwari, 2020; Huang et al., 2020; Li et

al., 2020; Neuburger & Egger, 2020; Provost & Soto, 2002). Esses resultados também são consistentes com os achados de que os riscos à saúde têm um efeito significativo no comportamento do viajante (Chien et al., 2017; Kozak et al., 2007; McKercher & Chon, 2004; Neuburger & Egger, 2020; Novelli et al., 2018; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Sönmez & Graefe, 1998b) e que os indivíduos que percebem maior suscetibilidade a riscos à saúde e gravidade de doenças podem se tornar mais propensos a adotar comportamentos preventivos à saúde, que incluem evitar viagens (Brewer et al., 2007; Chapman & Skinner, 2008; Huang et al., 2020; Das & Tiwari, 2020). Além de estar positivamente relacionada à gravidade percebida da COVID-19 e à probabilidade percebida de infecção em 2020 e 2021, a duração esperada da pandemia também teve um impacto negativo significativo nas intenções de viajar em ambos os anos. Esse resultado está alinhado com os relatos de que a linha do tempo esperada de uma epidemia está ligada a comportamentos de evitação (Rubin et al., 2009) e que a duração esperada do surto é um preditor notável do comportamento do turista (Li et al., 2020).

Nesta pesquisa, controlamos o impacto de características individuais nas intenções de viajar dos brasileiros. Constatamos evidências de apoio para sustentar que em tempos pós-crise de menor incerteza, representada por 2021 neste estudo — uma vez que 66,80% dos participantes acreditavam que a pandemia duraria até 6 meses, ou seja, até setembro-outubro de 2020 —, experiência em viagens e receita são indicadores significativos das intenções de viajar. Nesse sentido, encontramos que os indivíduos que têm mais experiência em viagens internacionais e esperavam que a pandemia durasse por um período mais curto, tenderam a ter intenções de viagem mais fortes em 2020. Conforme relatado por vários estudos (Floyd et al., 2004; Kozak et al., 2007; Neuburger & Egger, 2020; Polas et al., 2019; Reza & Samiei, 2012; Sönmez & Graefe, 1998b), turistas com experiência em viagens mais extensa são mais propensos a viajar em situações de risco. Isso pode ser o caso porque, conforme constatado em nossa pesquisa, possuir uma experiência em viagens mais extensa está relacionado a ter menor intolerância à incerteza, perceber a doença como menos grave e acreditar que há menor probabilidade de se infectar.

Experiência em viagens e renda apresentam uma relação forte e positiva. Verificamos que a renda afetou positivamente as intenções de viagem para 2021 e que as pessoas com renda mais alta também tenderam a ser mais intolerantes à incerteza, a perceber menor gravidade da COVID-19 e a ter uma experiência em viagens mais extensa. Além disso, encontramos um efeito de interação entre a percepção de risco e a renda, em que indivíduos com menor percepção de risco e maior renda tenderam a ter intenções de viagem mais fortes para 2020. Ademais, pessoas com renda mais alta e que percebem a pandemia por um período mais curto eram mais propensas a ter intenções de viagem mais fortes ainda em 2020. A menor gravidade percebida de COVID-19 e a renda mais alta também são responsáveis por intenções de viagem mais fortes em 2021. Todas essas descobertas estão alinhadas com os relatos de que os níveis de renda predizem decisões turísticas em contextos arriscados e sem risco (Djeri et al., 2014; Li et al., 2018; Sönmez & Graefe, 1998b).

Quanto ao efeito do nível educacional sobre as intenções de viagem para 2021, nossos resultados contradizem os relatos de que indivíduos com níveis educacionais mais elevados tendem a viajar mais em situações de risco (Qi et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998b). Na verdade, encontramos a tendência oposta. Além disso, a interação entre ser menos intolerante à incerteza e ter um nível de educação mais baixo indicou intenções de viagem mais fortes. A análise de correlação indicou uma relação positiva entre o nível de educação e a duração esperada da pandemia, sugerindo que indivíduos com maior escolaridade tendem a esperar que a pandemia dure mais. Supomos que isso pode ser o caso porque as pessoas mais educadas tendem a ter atitudes mais positivas em relação à ciência (Allum et al., 2008; Evans & Durant, 1995; Hayes & Tariq, 2000; Pardo & Calvo, 2004). Ao considerar as evidências científicas, esses indivíduos podem ter previsto que a pandemia ainda ocorreria em 2021 e, portanto, têm intenções mais fracas de viajar neste ano.

Não encontramos um efeito único significativo da idade como um preditor das intenções de viagem para ambos os anos. No entanto, encontramos um efeito de interação em que ter percepções sobre a COVID-19 como menos grave e ser mais velho indicou intenções de viagem mais fortes para 2020. Esses resultados estão parcialmente em linha com Neuburger e Egger (2020), que relataram que os indivíduos mais velhos com mais experiência em viagens e menor percepção de risco da COVID-19 provavelmente não evitariam viajar. No entanto, nossos achados não apoiam outros estudos anteriores que apontam que turistas mais velhos mostram uma diminuição na intenção de fazer viagens devido a um surto de doença (Das & Tiwari, 2020; Senbeto & Hon, 2020). Nossos resultados na verdade contradizem o entendimento de que turistas mais jovens são mais propensos a viajar em face de riscos em comparação com os mais velhos (Gibson & Yiannakis, 2002; Williams & Baláz, 2013). Esses resultados são inesperados, uma vez que indivíduos mais velhos correm mais risco de desenvolver sintomas mais graves de COVID-19 (Kluge, 2020). Vale ressaltar também que as análises de correlação apontaram que, além de perceberem menos riscos à saúde em 2020, os idosos tendem a ser menos intolerantes à incerteza e possuir maiores rendimentos.

## **Conclusão**

Este é o primeiro estudo multivariado publicado que avalia as intenções de viagem dos brasileiros durante a pandemia de COVID-19. Nossos achados têm implicações para os profissionais de turismo e autoridades porque permitem traçar o perfil do viajante que pode ajudar os destinos a se recuperarem mais rapidamente. Como o Brasil está entre os 20 países com maiores gastos com turismo internacional (Banco Mundial, 2020), é importante compreender o comportamento dos turistas brasileiros durante as crises de saúde, ao passo em que se espera que a retomada do turismo seja iniciada pelo turismo doméstico, ou seja, por aquelas viagens que os brasileiros farão no próprio país (FGV, 2020). Avançamos no sentido de aprofundar a compreensão do comportamento do turista durante crises sanitárias, em particular, da pandemia de COVID-19. Dada a necessidade de mais pesquisas interdisciplinares que possam fornecer soluções práticas no contexto

da crise da COVID-19 (Wen et al., 2020), nosso estudo oferece *insights* sobre estratégias de recuperação públicas e privadas para a indústria de turismo.

Este estudo contribui para aprofundar a discussão sobre o comportamento do turista no contexto dos riscos à saúde. Nossos resultados estão de acordo com pesquisas anteriores sobre a COVID-19 realizadas em países europeus e asiáticos, mostrando que as variáveis relacionadas ao risco à saúde são fortes preditores de intenções de viajar. Isso reforça a importância de os estudiosos do turismo realizarem pesquisas interdisciplinares, especialmente com a Psicologia, para compreender os processos psicológicos que fundamentam o comportamento do viajante durante as crises sanitárias. Em nossa pesquisa, abordamos a influência de fatores já mencionados na literatura do turismo — como idade, renda, experiência em viagens, nível educacional, sobre as intenções de viajar — durante o período de pandemia. Isso poderia fornecer uma compreensão mais profunda das características dos turistas resistentes à crise. Também é importante destacar que a maioria das afirmações sobre o comportamento humano é baseada em amostras retiradas inteiramente de sociedades ocidentais, educadas, industrializadas, ricas e democráticas (WEIRD) (Henrich, Heine, & Norenzayan, 2010). No entanto, os padrões de comportamento típicos das sociedades WEIRD podem não ser encontrados em sociedades não-WEIRD. Até onde sabemos, este é o primeiro estudo a analisar as intenções de viajar durante uma crise sanitária ocorrida no Brasil em uma sociedade não-WEIRD.

O estudo revelou, ainda, que as variáveis de percepção de risco à saúde, nomeadamente a gravidade percebida da COVID-19, a probabilidade de contraí-la e a duração esperada da pandemia foram os fatores mais influentes nas intenções de viajar mais fracas para 2020 e 2021. Portanto, fornecemos evidências da relevância da adoção de medidas de prevenção de riscos à saúde nos destinos turísticos para aumentar as intenções de viajar. Além disso, trabalhar no sentido de se engajar em práticas de comunicação eficazes, junto com o fornecimento de informações transparentes e facilmente acessíveis, pode fazer com que os indivíduos se sintam mais seguros para viajar e os turistas mais confortáveis para retomar as atividades turísticas.

A experiência em viagens e a renda também parecem ser relevantes no período percebido pelos participantes como pós-crise (o ano de 2021). Ao considerar essas informações, a indústria de turismo é orientada a focar nos viajantes de alta renda no período pós-pandêmico, considerando a instabilidade econômica que já está afetando ou afetará grande parte da população brasileira. Indivíduos com alto nível de escolaridade, entretanto, pareciam propensos a não viajar durante a pandemia, bem como em um período pós-pandêmico recente. Outra contribuição consistiu em fornecer informações sobre como os planos reais de viagem para os anos de 2020 e 2021 foram afetados pela pandemia. Tendo esses dados em mente, é possível traçar uma imagem mais clara do impacto da COVID-19 nos planos de viagem dos indivíduos e na elaboração de estratégias de recuperação.

### **Agradecimentos**

Os autores agradecem o apoio recebido do Ministério do Turismo do Brasil, em especial

da Rede de Inteligência de Mercado do Turismo (RIMT), e da BRAZTOA (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo) na divulgação da coleta de dados da pesquisa.

## Referências

- Adeloye, D., & Brown, L. (2017). Terrorism and domestic tourist risk perceptions. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 217-233. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1304399>
- Allum, N., Sturgis, P., Tabourazi, D., & Brunton-Smith, I. (2008). Science knowledge and attitudes across cultures: A meta-analysis. *Public Understanding of Science*, 17(1), 35-54. <https://doi.org/10.1080/10761000701591111>
- Aschauer, W. (2010). Perceptions of tourists at risky destinations. A model of psychological influence factors. *Tourism Review*, 65(2), 4-20. <https://doi.org/10.1108/16605371011061589>
- BBC (2020). *Coronavirus: The world in lockdown in maps and charts*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.bbc.com/news/world52103747>.
- Bedford, J., Farrar, J., Ihekweazu, C., Kang, G., Koopmans, M., & Nkengasong, J. (2019). A new twenty-first century science for effective epidemic response. *Nature*, 575(7781), 130-136. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1717-y>
- Beling, J., Libertini, L.S., Sun, Z., Masina, V.M., & Albert, N.M. (2011). Predictors for electronic survey completion in healthcare research. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 29(5), 297-301. <https://doi.org/10.1097/ncn.0b013e3182065fbb>
- Brewer, N.T., Chapman, G.B., Gibbons, F.X., Gerrard, M., McCaul, K.D., & Weinstein, N.D. (2007). Meta-analysis of the relationship between risk perception and health behavior: The example of vaccination. *Health Psychology*, 26(2), 136-145. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.26.2.136>
- Carleton, R.N., Norton, M.A.P.J., & Asmundson, G.J.G. (2007). Fearing the unknown: A short version of the intolerance of uncertainty scale. *Journal of Anxiety Disorders*, 21(1), 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2006.03.014>
- Carleton, R.N., Duranceau, S., Shulman, E.P., Zerff, M., Gonzales, J., & Mishra, S. (2016). Self-reported intolerance of uncertainty and behavioral decisions. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 51, 58-65. <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2015.12.004>
- Casidy, R., & Wymer, W. (2016). A risk worth taking: Perceived risk as moderator of satisfaction, loyalty, and willingness to pay premium price. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 189-197. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.06.014>
- Chahal, H., & Devi, A. (2017). How perceived risk influences image and loyalty relationship in a tourist destination? An Indian perspective. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.1504/ijltm.2017.084618>

- Champion, V.L., & Skinner, C.S. (2008). The health belief model. *Health behavior and health education: Theory, research, and practice*, 4, 45-65.
- Chen, Y.Q., & Zhang, H. (2012). Investigation of sports tourism visitors risk perception and coping behavior. *Journal of Hebei Institute of Physical Education*, 26(3), 38-43.
- Chew, E.Y.T., & Jahari, S.A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382-393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>
- Chien, P.M., Sharifpour, M., Ritchie, B.W., & Watson, B. (2017). Travelers' health risk perceptions and preventative behavior: A psychological approach. *Journal of Travel Research*, 56(6), 744-759. <https://doi.org/10.1177/0047287516665479>
- Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo [CNC]. (2019). *O bom desempenho do emprego no turismo em outubro de 2019*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [http://www.cnc.org.br/sites/default/files/2019-12/An%C3%A1lise\\_Empregabilidade%20no%25%20Turismo\\_Outubro\\_2019.pdf](http://www.cnc.org.br/sites/default/files/2019-12/An%C3%A1lise_Empregabilidade%20no%25%20Turismo_Outubro_2019.pdf)
- Crotts, J.C. (2004). The effect of cultural distance on overseas travel behaviors. *Journal of Travel Research*, 43(1), 83-88. <https://doi.org/10.1177/0047287504265516>
- Das, S.S., & Tiwari, A.K. (2020). Understanding international and domestic travel intention of Indian travelers during COVID-19 using a Bayesian approach. *Tourism Recreation Research*, 46, 1-17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1830341>
- Djeri, L., Armenski, T., Jovanović, T., & Dragin, A. (2014). How income influences the choice of tourism destination? *Acta Oeconomica*, 64(2), 219-237.
- Evans, G., & Durant, J. (1995). The relationship between knowledge and attitudes in the public understanding of science in Britain. *Public Understanding of Science*, 4(1), 57-74. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/4/1/004>
- Fundação Getúlio Vargas [FGV]. (2020). *Impacto econômico do COVID-19*. Propostas para o turismo brasileiro. Centro de Estudos em Competitividade da FGV/EBAPE. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19\\_impactoeconomico\\_v09\\_compressed\\_1.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf)
- Floyd, D.L., Prentice-Dunn, S., & Rogers, R.W. (2000). A meta-analysis of research on protection motivation theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(2), 407-429. <https://doi.org/10.1111/j.1559-201816.2000.tb02323.x>
- Floyd, M.F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2/3), 19-38. [https://doi.org/10.1300/J073v15n02\\_02](https://doi.org/10.1300/J073v15n02_02)
- Gibson, H., & Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the adult life course. *Annals of Tourism Research*, 2, 358-383. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(01\)00037-8](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(01)00037-8)

- Graburn, N.H.H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9-33. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90113-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90113-5)
- Grupe, D.W., & Nitschke, J.B. (2013). Uncertainty and anticipation in anxiety: An integrated neurobiological and psychological perspective. *Nature Reviews*, 14, 488-501. <https://doi.org/10.1038/nrn3524>
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F., & Dolnicar, S. (2015). Crisis resistant tourists. *Annals of Tourism Research*, 53, 46-60. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.04.001>
- Hamer, D.H., & Connor Bradley, A. (2004). Travel health knowledge, attitudes and practices among United States travelers. *Journal of Travel Medicine*, 11(1), 23-26. <https://doi.org/10.2310/7060.2004.%2013577>
- Hardisty, D.J., & Pfeffer, J. (2016). Intertemporal uncertainty avoidance: When the future is uncertain, people prefer the present, and when the present is uncertain, people prefer the future. *Management Science*, 63(2), 519-527. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2349>
- Hayes, A.F. (2012). *PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling* [white paper]. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>
- Hayes, B.C., & Tariq, V.N. (2000). Gender differences in scientific knowledge and attitudes toward science: A comparative study of four Anglo-American nations. *Public Understanding of Science*, 9(4), 433-447. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/9/4/306>
- Henrich, J., Heine, S.J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *The Behavioral and Brain Sciences*, 33(2-3), 61-135. <https://doi.org/10.1017/S0140525X0999152X>
- Hofstede Insights. (s.d.). *Country comparison. Brazil*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.hofstede-insights.com/countrycomparison/brazil/>
- Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw Hill.
- Huang, X., Dai, S., & Xu, H. (2020). Predicting tourists' health risk preventative behavior and travelling satisfaction in Tibet: Combining the theory of planned behavior and health belief model. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100589. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100589>
- Inloco (2020). *Mapa brasileiro da COVID-19*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://mapabrasileirodacovid.inloco.com.br/pt>.
- Janz, N.K., & Becker, M.H. (1984). The health belief model: A decade later. *Health Education Quarterly*, 11(1), 1-47. [https://doi.org/10.1016/0147-8752\(84\)90011-1](https://doi.org/10.1016/0147-8752(84)90011-1)
- Jonas, A., Mansfeld, Y., Paz, S., & Potasman, I. (2010). Determinants of health risk perception among low-risk-taking tourists traveling to developing countries. *Journal of*

*Travel Research*, 50(1), 87-99. <https://doi.org/10.1177/0047287509355323>.

Jones, C.L., Jensen, J.D., Scherr, C.L., Brown, N.R., Christy, K., & Weaver, J. (2014). The health belief model as an explanatory framework in communication research: Exploring parallel, serial, and moderated mediation. *Health Communication*, 30(6), 566-576. <https://doi.org/10.1080/10410236.2013.873363>

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). On the interpretation of intuitive probability: A reply to Jonathan Cohen. *Cognition*, 7(4), 409-411. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(79\)90024-6](https://doi.org/10.1016/0010-0277(79)90024-6)

Khan, M.J., Chelliah, S., & Ahmed, S. (2018). Intention to visit India among potential travelers: Role of travel motivation, perceived travel risks, and travel constraints. *Tourism and Hospitality Research*, 19(3), 351-367. <https://doi.org/10.1177/1467358417751025>

Kluge, H.H.P. (2020). *Statement – Older people are at highest risk from COVID-19, but all must act to prevent community spread*. World Health Organization (WHO). Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid%2019/statements/statement-older-people-are-at-highest-risk-from-covid-19,-but-all-must-act-to-prevent-community-spread>

Kozak, M., Crotts, J.C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9, 233-242. <https://doi.org/10.1002/jtr.607>

Lehto, X., Douglas, A.C., & Park, J. (2008). Mediating the effects of natural disasters on travel intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 29-43. [https://doi.org/10.1300/j073v23n02\\_03](https://doi.org/10.1300/j073v23n02_03)

Li, W., Mengdie, X., & Cheng, L. (2018). Study on Behavioral Decision making Based on Sunk Costs in Travel. *Proceedings of the 5th International Conference on Business, Economics and Management (BUSEM 2018)*. Yinchuan, China. <https://doi.org/10.2025236/busem.2018.031>

Li, J., Nguyen, T.H.H., & Coca-Stefaniak, J.A. (2020). Coronavirus impacts on post-pandemic planned travel behaviors. *Annals of Tourism Research*. In press, 86, 102964. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964>

Litvin, S.W., Crotts, J.C., & Hefner, F.L. (2004). Cross-cultural tourist behavior: A replication and extension involving Hofstede's uncertainty avoidance dimension. *International Journal of Tourism Research*, 6, 29-37. <https://doi.org/10.1002/jtr.468>

Liu, J., & Gao, J. (2008). Based tourism risk perception conceptual model – A case study of Shanghai residents. *Tourism Science*, 22(5), 37-43.

Liu, M., Brock, J., Shi, G., Chu, R., & Tseng, T. (2013). Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(2), 225-248. <https://doi.org/10.1108/13555851311314031>

Lopez-Velez, R., & Bayas, J.M. (2007). Spanish travelers to high-risk areas in the tropics: Airport survey of travel health knowledge, attitudes, and practices in vaccination and malaria prevention. *Journal of Travel Medicine*, 14(5), 297-305. <https://doi.org/10.1111/j.1708-%208305.2007.00142.x>.

March, R., & Woodside, A.G. (2005). Tourism behaviour: Travellers' decisions and actions. CABI. McKercher, B., & Chon, K. (2004). The over-reaction to SARS and the collapse of Asian tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716-719. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.11.002>

Ministério do Turismo [MTur] (2020). *Relatório de impacto da pandemia da COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/download/1175\\_000cfb701ec1f89133455ce5f0ed9caa.html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/download/1175_000cfb701ec1f89133455ce5f0ed9caa.html)

Minnaert, L. (2014). Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainty. *Tourism Management*, 40, 282-289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.002>

Mizrachi, I., & Fuchs, G. (2016). Should we cancel? An examination of risk handling in travel social media before visiting ebola-free destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 59-65. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.01.009>

Mohseni, S., Jayashree, S., Rezaei, S., Kasim, A., & Okumus, F. (2016). Attracting tourists to travel companies' websites: The structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 616-645. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.%201200539>

Money, R.B., & Crotts, J.C. (2003). The effect of uncertainty avoidance on information search, planning, and purchases of international travel vacations. *Tourism Management*, 24(2), 191-202. [https://doi.org/%2010.1016/s0261-5177\(02](https://doi.org/%2010.1016/s0261-5177(02)

Nazneen, S., Hong, X., & Ud Din, N. (2020). COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3592321>

Neuburger, L., & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behavior during the COVID-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24, 1-14. [https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807\\_](https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807_)

Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185-193.

Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A., & Ritchie, B.W. (2018). "no Ebola...still doomed" – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87. <https://doi.org/10.1016/j.annals.%202018.03.006>

Organização Mundial da Saúde [OMS]. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19)*. Situation Report – 76. Recuperado em 10 dezembro 2021 de

[https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situationreports/20200405-sitrep-76-covid-19.pdf?sfvrsn=6ecf0977\\_4](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situationreports/20200405-sitrep-76-covid-19.pdf?sfvrsn=6ecf0977_4)

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (1980). *International Tourism in Figures 1950–1979 (English version)*. <https://doi.org/10.18111/9789284409549>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. <https://doi.org/10.18111/9789284421152>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020a). *International tourist numbers could fall 60–80% in 2020, UNWTO reports*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall60-80-in-2020>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020b). *COVID-19 related travel restrictions. A global review for tourism*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/TravelRestrictions-08-Mayo.pdf>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020c). *International tourist numbers down 65% in first half of 2020, UNWTO reports*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/news/internationaltourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>

Pardo, R., & Calvo, F. (2004). The cognitive dimension of public perceptions of science: Methodological issues. *Public Understanding of Science*, 13(3), 203-227. <https://doi.org/10.1177/0963662504045002>

Pennington-Gray, L., Schroeder, A., & Kaplanidou, K.K. (2011). Examining the influence of past travel experience, general web searching behavior and risk perception on future travel intentions. *International Journal of Safety and Security in Tourism*, 1(1), 64-92.

Polas, M.R.H., Sahidullah, M., Hossain, M.I., Karim, A.M., Prabhakaran, S., & Khan, A.M. (2019). Antecedent and consequences of risk perception on tourist decision making towards the sustainable medical tourism development in Bangladesh. *Journal of Tourism Management Research*, 6(1), 93-108. <https://doi.org/10.2018488/journal.31.2019.61.93.108>

Provost, S., & Soto, J.C. (2002). Perception and knowledge about some infectious diseases among travelers from Québec, Canada. *Journal of Travel Medicine*, 9(4), 184-189. <https://doi.org/10.2310/7060.202002.24550>

Qi, C.X., Gibson, H.J., & Zhang, J.J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 43-67. <https://doi.org/10.1080/14775080902847439>

Quintal, V., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(4), 554-578. <https://doi.org/10.1108/13555851011090565v>

Quintal, V.A., Lee, J.A., & Soutar, G.N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned

behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797-805. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.09.006>

Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212-225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>

Reza, J.M., & Samiei, N. (2012). Perceived risks in travelling to the Islamic Republic of Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 175-189. <https://doi.org/10.1108/17590831211232573>

Rittichainuwat, B.N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>

Rittichainuwat, B., Nelson, R., & Rahmafritia, F. (2018). Applying the perceived probability of risk and bias toward optimism: Implications for travel decisions in the face of natural disasters. *Tourism Management*, 66, 221-232. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.09.013>

Roehl, W., & Fesenmaier, D. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17-26. <https://doi.org/10.1177/004728759203000403>

Rubin, G.J., Amlôt, R., Page, L., & Wessely, S. (2009). Public perceptions, anxiety, and behavior change in relation to the swine flu outbreak: Cross sectional telephone survey. *British Medical Journal*, 339, b2651. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2651>

Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived Risk and the Non Institutionalized Tourist Role: The Case of Israeli Student ExBackpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217-226. <https://doi.org/10.1177/0047287507299580>

Senbeto, D.L., & Hon, A.H. (2020). The impacts of social and economic crises on tourist behavior and expenditure: An evolutionary approach. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 740-755. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1546674>

Sönmez, S., & Graefe, A. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172-177. <https://doi.org/10.1177/004728759803700209>

Sönmez, S.F., & Graefe, A.R. (1998b). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00072-8)

Tanovic, E., Gee, D.G., & Joormann, J. (2018). Intolerance of uncertainty: Neural and psychophysiological correlates of the perception of uncertainty as threatening. *Clinical Psychology Review*, 60, 87-99. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2018.01.001>

Taymoori, P., Molina, Y., & Roshani, D. (2014). Effects of a randomized controlled trial to

increase repeat mammography screening in Iranian women. *Cancer Nursing*, 38(4), 288-296. <https://doi.org/10.1097/ncc.000000000000185>

The World Bank. (2020). *International tourism, expenditures (current US\$)*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?end=2018&most\\_recent\\_value\\_desc=false&start=2018&view=map&year=2017](https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?end=2018&most_recent_value_desc=false&start=2018&view=map&year=2017)

Tomé, L.M. (2020). *Setor de turismo: impactos da pandemia*. Caderno Setorial ETENE, 124, agosto. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [https://www.bnb.gov.br/documents/80223/7600112/2020\\_CDS\\_122\\_turismo.pdf/748e1bcd-8bf3-18d5-aaf0-f11cda0e3052](https://www.bnb.gov.br/documents/80223/7600112/2020_CDS_122_turismo.pdf/748e1bcd-8bf3-18d5-aaf0-f11cda0e3052)

Tsaur, S., Tzeng, G., & Wang, K. (1997). Evaluating tourist risks from fuzzy perspectives. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 796–812. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)00059-5](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(97)00059-5)([https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)00059-5](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(97)00059-5))

Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5, 297-323. <https://doi.org/10.1007/BF00122574>

Van der Pligt, J. (1996). Risk Perception and Self-Protective Behavior. *European Psychologist*, 1(1), 34-43. <https://doi.org/10.1027/1016-9040.1.1.34>

Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2020). Many brains are better than one: The importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 46, 1-4. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1761120>

Whitehead, L.C. (2007). Methodological and ethical issues in internet mediated research in the field of health: An integrated review of the literature. *Social Science & Medicine*, 65(4), 782-791. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2007.03.005>

Williams, A.M., & Baláž, V. (2013). Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management*, 35, 209-221. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.07.006>

Xie, C., Huang, Q., Lin, Z., & Chen, Y. (2020). Destination risk perception, image and satisfaction: The moderating effects of public opinion climate of risk. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.03.007>

Zhang, H., Li, L., Yang, Y., & Zhang, J. (2018). Why do domestic tourists choose to consume local food? The differential and nonmonotonic moderating effects of subjective knowledge. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 68-77. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.06.001>

Zhu, H., & Deng, F. (2020). How to influence rural tourism intention by risk knowledge during COVID-19 containment in China: Mediating role of risk perception and attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3514. <https://doi.org/10.3390/ijerph17103514>

---

## **Autores**

### **Anastasiya Golets**

Doutoranda do Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília (UnB). [anastasiya.golets@gmail.com](mailto:anastasiya.golets@gmail.com).

### **Jéssica Farias**

Doutoranda do Departamento de Psicologia Social da Universidade de Brasília (UnB). [jessicaemfarias@hotmail.com](mailto:jessicaemfarias@hotmail.com).

### **Ronaldo Pilati**

Professor Associado do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho e do Programa de Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da Universidade de Brasília (UnB). [rpilati@unb.br](mailto:rpilati@unb.br).

### **Helena Costa**

Professora Associada II do Departamento de Administração da Universidade de Brasília (UnB). [helenacosta@unb.br](mailto:helenacosta@unb.br).

## **Notas**

<sup>1</sup> No momento de conclusão deste capítulo, em novembro de 2021, o Brasil totalizava 613.339 mortes por COVID-19, de acordo com o Ministério da Saúde. Fonte: <https://covid.saude.gov.br>

<sup>2</sup> No modelo, o sinal negativo indica uma relação negativa de predição entre as variáveis.

<sup>3</sup> Existiram alterações das condições de cancelamento e remarcação de serviços em turismo e cultura no Brasil após a realização desta pesquisa por meio da Lei nº 14.046 de agosto de 2020, pela Medida Provisória (MP) 1.036 de 2021, e pela Lei nº 14.186 de julho de 2021, que expandiu os prazos inicialmente previstos. Para maiores detalhes, consultar: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2021/Lei/L14186.htm#art2](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/Lei/L14186.htm#art2) e <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/147571>

# **“O turismo parou”: a pandemia e as comunidades do Mosaico do Baixo Rio Negro (AM)**

## **“Tourism came to a halt”: the pandemic and the communities of the Lower Rio Negro Mosaic (AM)**

**Susy Rodrigues Simonetti, Pedro Meloni Nassar, Josângela da Silva Jesus**

### **Resumo**

Este estudo de caso apresenta e analisa as percepções dos comunitários sobre a pandemia da COVID-19 e seus impactos no turismo, nas comunidades ribeirinhas e indígenas do Mosaico de Áreas Protegidas do Baixo Rio Negro – MBRN – no estado do Amazonas, Brasil, bem como as ações de parceiros, e novos desdobramentos e perspectivas para um período pós-pandêmico. O turismo na Amazônia ganhou notoriedade nas discussões acadêmicas e nas próprias comunidades, e despontou em muitas delas ao longo do rio Negro. As diferentes categorias de áreas protegidas que compõem o MBRN, reconhecido em 2010 por sua importância para a conservação da sociobiodiversidade, possuem iniciativas de turismo em comunidades ribeirinhas e indígenas. A proximidade dessa região com o centro urbano de Manaus, capital do estado, facilitou, por muitos anos, o turismo convencional e de massa sem qualquer planejamento. A busca por uma visitação mais responsável e com o envolvimento comunitário teve seu processo de construção liderado por atores locais com o apoio de parceiros que seguem atuando na tentativa de pensar um outro turismo, possibilitando experiências únicas e a valorização dos produtos da sociobiodiversidade. Este estudo qualitativo integrou ao método dialético, técnicas como a observação, a entrevista semiestruturada (individual e coletiva) e conversas informais com as lideranças, a realização de uma oficina para identificação dos atrativos, produtos e serviços para o turismo, e um trabalho de campo em 23 comunidades. Diante dos resultados, é possível afirmar que os comunitários ficaram vulneráveis à COVID-19, acionaram seus conhecimentos sobre plantas medicinais e se apoiaram mutuamente. Também receberam suporte de instituições diversas durante a pior fase da pandemia no Amazonas. O turismo, embora ainda encontre um frágil protagonismo e envolvimento da coletividade, em muitas comunidades, é a principal fonte de renda, e precisou ser repensado e planejado após um longo período de estagnação.

**Palavras-chave:** Mosaico; Áreas Protegidas; Turismo em Comunidades; COVID-19; Amazônia.

### **Abstract**

This case study presents and analyzes the perceptions about the COVID-19 pandemic and its impacts on tourism by locals of riverside and indigenous communities in the Lower Rio Negro Mosaic of Protected Areas – LRNM – in the state of Amazonas, Brazil. It also presents their perceptions of their partners' actions and new developments for a post-pandemic period. Tourism in the Amazon region gained notoriety in academic discussions and in its own communities and emerged in the various communities along the Rio Negro. The different categories of protected areas that make up the LRNM, recognized in 2010 for their importance in the conservation of socio-biodiversity, have tourism as part of development initiatives within riverside and indigenous communities. The proximity of this region to the urban center of Manaus, the capital city of the state, facilitated conventional and mass tourism without any planning for many years. The desire for a more responsible visitation framework, with community involvement, had its construction process led by local leads with the support of partners who continue to work in an attempt to think about a different type of tourism, enabling unique experiences and the appreciation of socio-biodiversity products. This qualitative study integrated the dialectical method with techniques such as observation, semi-structured interviews (individual and collective) and informal conversations with local leaders, a workshop to identify attractions, products, and tourism services, and fieldwork in 23 communities. Looking at the results, it is possible to affirm that community members were vulnerable to COVID-19, used their knowledge about medicinal plants, and supported each other. They also received support from various institutions during the worst phase of the pandemic in Amazonas. Despite a fragile protagonist role, tourism in many communities is the main source of income and therefore needed to be rethought and replanned after a long period of stagnation.

**Keywords:** Mosaic; Protected Areas; Tourism in Communities; COVID-19; Amazon.

### **Introdução**

Este artigo apresenta e analisa a percepção dos moradores das comunidades do Mosaico de Áreas Protegidas do Baixo Rio Negro (MBRN), no Amazonas, sobre os impactos da pandemia da COVID-19<sup>1</sup> no turismo da região. Neste estudo, esses moradores serão denominados comunitários ou ribeirinhos, termos pelos quais eles próprios se reconhecem.

Os comunitários do MBRN, lócus do estudo, possuem um sistema econômico variado, baseado em pequenos núcleos produtores familiares, vivem de uma grande diversidade de recursos ambientais, e de uma produção voltada para o autoconsumo e venda de excedentes (Lima Ayres, 1992). Há ainda artesãos e proprietários de pequenas pousadas e restaurantes, recebendo visitantes em seus territórios localizados em um misto de igapó

e terra firme<sup>2</sup>. Na Amazônia, os ribeirinhos são uma referência de população tradicional devido às suas relações com o trinômio terra-água-floresta e, no âmbito das comunidades, são definidas as formas de organização sociocultural desses indivíduos.

Há uma vasta literatura sobre o termo comunidade, o qual está associado a muitas disciplinas e áreas do conhecimento: Psicologia, Sociologia, Antropologia, Ciência Política, História, Filosofia. Este termo pode ser compreendido a partir de duas naturezas: o uso pelas próprias comunidades, de maneira instrumental, levando-se em consideração a forma de organização social, sem a preocupação com os confrontos técnico-científicos; quanto ao outro uso, seja na ciência ou na pesquisa acadêmica, os conceitos surgem com diferentes graus de explicação e pertencem a matrizes técnico-científicas diferenciadas (Simonetti & Porto, 2020). Dentro de uma mesma área, como a Sociologia ou a Psicologia, por exemplo, há diversos pontos de vista.

Wiggers (2012) explica que o termo “comunidade ribeirinha” foi formulado em vista das lutas políticas e afirmações identitárias da região. O dispositivo comunidade, no mundo rural amazônico, reveste-se de “[...] um termo carregado de significados referentes à mobilização política, agrupamento populacional, unidade político-administrativa, harmonia e comunhão” (Wiggers, 2012, p.30-31). Para Lima e Alencar (2000), comunidades são assentamentos com uma organização política formal baseada no modelo oriundo do Movimento de Educação de Base (MEB), da Igreja Católica.

No entanto, para Bauman (2003), não há uma comum-unidade. A comunidade real é tomada e entendida como um dispositivo heterogêneo, onde persiste a multiplicidade, ideias e ideais diferentes, a insegurança e onde os conflitos também estão presentes. Nem todos se entendem bem em uma comunidade, ao contrário do que muitos esperam, nem é o paraíso perdido ou ainda esperado. Bauman (2003, p. 09) sinalizou que esta comunidade idealizada “[...] é o tipo de mundo que não está, lamentavelmente, a nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir”.

Com a chegada da pandemia da COVID-19, afetando de modo drástico e mortal os comunitários do rio Negro, muitas atividades foram paralisadas, o que inclui o turismo, atividade exercida por grande parte deles há anos. As comunidades deixaram de receber seus visitantes, o que impactou diretamente a renda local. Menezes et al. (2021) asseveraram que, desde o ano de 2019, a COVID-19 alterou o modo de vida da população mundial e modificou os fluxos turísticos, deixando muitas incertezas.

Neste artigo, considerando a necessidade de conhecer os impactos da pandemia nas comunidades das áreas protegidas do rio Negro, no Amazonas, buscou-se apresentar e analisar, à luz da literatura e de observações de campo, a percepção dos comunitários sobre os impactos da pandemia nas suas atividades de turismo no Mosaico e, diante desse cenário, apresentam-se ações de parceiros e novos desdobramentos e perspectivas para o período pós-pandêmico.

Para a obtenção dos dados, este estudo qualitativo integrou ao método dialético, técnicas como a observação, a entrevista (individual e coletiva), a realização de uma oficina para

identificação dos atrativos, produtos e serviços para o turismo, e um trabalho de campo em 23 comunidades.

Dessa forma, o capítulo está dividido em quatro partes: na primeira, caracteriza-se o turismo no Mosaico, com seus atrativos e atividades. Na sequência, o texto apresenta o processo que resultou na obtenção dos dados e informações para que, em seguida, fossem expostas as principais considerações sobre o avanço da pandemia no estado do Amazonas, nas comunidades e as ações dos parceiros que culminaram no enfrentamento do novo coronavírus. A última parte do capítulo apresenta os relatos dos comunitários indígenas e ribeirinhos, moradores de áreas protegidas, sobre os impactos da pandemia da COVID-19 em seus territórios e no turismo. Por fim, apresentam-se as considerações finais.

### **Caracterização do Mosaico e do Turismo na Região**

O turismo em áreas protegidas no Brasil, enfrenta inúmeros desafios em face da escala continental do país e da sua diversidade cultural. No entanto, não faltam potencialidades e possibilidades para o desenvolvimento do turismo em todo o território brasileiro.

O estudo Contribuições do Turismo em Unidades de Conservação para a Economia Brasileira - efeitos dos gastos dos visitantes em 2018 (ICMBio, 2019) revelou que o número de unidades de conservação (UCs) que informaram a quantidade de visitantes, subiu de 104 para 120, em 2018. Esse crescimento se deve ao fato de terem sido ofertados mais serviços, trilhas, atrativos e atividades para a sociedade, de acordo com o documento.

As UCs federais, em 2018, registraram mais de 12,4 milhões de visitas, o que significa um aumento de 16% (1,7 milhão de visitas) em relação ao ano anterior (10,7 milhões). Outros resultados da mesma investigação indicaram que cada R\$ 1,00 investido nas áreas protegidas federais, produziu R\$ 15,00 em benefícios econômicos para o Brasil. Indicaram, ainda, que os impactos econômicos do turismo afetaram, diretamente, a gestão das UCs e os empreendimentos turísticos e, indiretamente, alcançaram outros tipos de negócios e comunidades locais.

Para Irving (2015, p.52), “reduzir o turismo a uma atividade de mercado, mais do que um equívoco pessoal, traduz uma visão alienada e alienante de um mundo em crise, conectado em tempo quase real”. Dessa forma, a mesma autora defende que o turismo em áreas protegidas seja uma via possível para a inclusão social e uma oportunidade para se avançar na conservação da biodiversidade. As áreas protegidas seriam, diante dessa perspectiva, “um lócus pulsante de encontro e transformação social” (p.75).

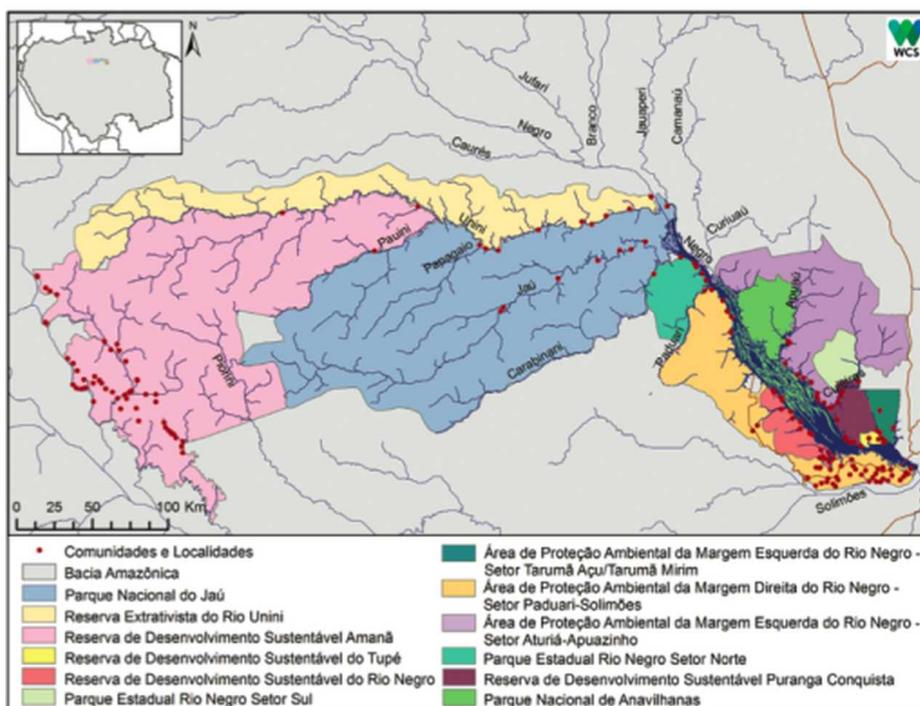
As UCs no Brasil são um instrumento fundamental para a proteção dos recursos ambientais e para a sustentabilidade das populações que dependem dessas áreas para sobreviver. Os Mosaicos são o conjunto de UCs e áreas protegidas localizadas próximas, sobrepostas ou justapostas; previstos em lei, são reconhecidos pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) e deverão ter um conselho consultivo próprio como instância de auxílio na tomada de decisão (MMA, 2010a; Machado et al., 2011).

O MBRN (Figura 1) foi reconhecido pela Portaria nº 483 de 14 de dezembro de 2010, do

MMA, incluindo os municípios de Manaus, Novo Airão, Iranduba, Barcelos e Manacapuru, e é composto por 11 UCs, sendo 3 federais, 7 estaduais e 1 (uma) municipal, totalizando cerca de 8 milhões de hectares de ecossistemas de água preta e floresta tropical (Cardoso, 2010). O conselho do Mosaico é presidido por um dos gestores das UCs que o compõem. Em 2014, devido à recategorização de um parque estadual, surgiu mais uma Unidade de Uso Sustentável, ou seja, atualmente são 12 áreas protegidas.

**Figura 1**

*Mapa do Mosaico do Baixo Rio Negro (MBRN)*



Nota. Fonte: WCS (2017). Publicações. <https://brasil.wcs.org/pt-br/WCS-Brasil/Publicaciones.aspx>

Segundo o Relatório da Biodiversidade Brasileira, a importância ecológica e social dos ecossistemas do baixo rio Negro é evidenciada pela alta diversidade biológica, o que lhe confere a classe de área de extrema importância para a conservação (MMA, 2010b). Em 2018, o rio Negro foi classificado como um novo Sítio RAMSAR brasileiro (IPAAM, 2018).

O MBRN possui várias características que propiciam um fluxo de visitação, quais sejam: beleza cênica; múltiplos ecossistemas, resultando em grande biodiversidade; a proximidades de algumas UCs de centros urbanos, como Novo Airão e, principalmente, de Manaus, a maior cidade e capital do Amazonas; a formação das praias durante a vazante dos rios; disponibilidade de leitos em hotéis, lodges e pousadas que oferecem hospedagem aos mais diversos públicos; artesanato produzido a partir de sementes, fibras, cipós e madeira de árvores caídas; gastronomia; comunidades locais e sua riqueza cultural, entre

outras.

De forma geral, algumas atividades e atrativos que impulsionam o turismo na região estão listados a seguir:

- Trilhas fluviais e em terra firme;
- Observação de fauna;
- Gastronomia local;
- Pesca esportiva;
- Focagem da fauna noturna;
- Passeios em canoa regional;
- Turismo de interação com botos;
- Observação de aves;
- Visitas às praias fluviais, cachoeiras, corredeiras, lagos e igarapés;
- Visitas às comunidades ribeirinhas e indígenas;
- Produção de artesanato e outros produtos da sociobiodiversidade.

Mesmo diante da diversidade de atividades, e dos atrativos culturais e naturais, o fluxo de visitantes nas comunidades e UCs do MBRN não é uniforme. Áreas mais distantes, como a Reserva Extrativista (Resex) do Rio Unini e o Parque Nacional do Jaú, devido à distância dos centros urbanos como as sedes municipais, são menos visitadas, recebendo, em especial, grupos pequenos que realizam viagens mais longas e, muitas vezes, com um objetivo específico. O deslocamento para essas áreas leva mais tempo e o investimento financeiro é maior. Comunidades próximas a Manaus, por exemplo, ou aos alojamentos em meio à floresta e às margens do rio Negro, recebem mais visitantes com viagens mais curtas, nos finais ou durante a semana. É nesse cenário que o trabalho de campo foi realizado, e as observações e relatos contribuíram para se discutir a pandemia e o turismo nas comunidades locais.

### **A Construção dos Dados**

Entre julho e novembro de 2021, os autores desse capítulo e responsáveis pelas atividades de visitação no Mosaico, no âmbito do *Projeto Rotas e Pegadas: Caminhos Integrados para o Desenvolvimento do Mosaico do Baixo Rio Negro*, apoiado pelo Projeto LIRA<sup>3</sup>, realizaram três atividades junto aos atores interessados ou que desenvolvem alguma atividade de turismo do MBRN: uma oficina semipresencial em Novo Airão – *online* – para levantamento de atrativos turísticos e de comunidades que estão envolvidas de alguma forma com o turismo; e duas viagens de campo para identificar as experiências de turismo nas comunidades das diversas UCs e, posteriormente, elaborar roteiros integrados na região e produzir materiais que auxiliem na compreensão das atividades e atrativos turísticos nessas áreas<sup>4</sup>.

A oficina de roteiros integrados foi realizada em duas manhãs, nos dias 15 e 16 de julho de 2021, com cerca de 30 pessoas: presencialmente, na sede da Fundação Vitória Amazônica (FVA), em Novo Airão, e aqueles que possuíam acesso à internet, em suas residências ou comunidades, participaram de modo *online*. Foram convidados representantes do *trade*

turístico do estado do Amazonas, das associações de turismo, das comunidades inseridas no MBRN, dos órgãos gestores das UCs, pesquisadores e outros parceiros institucionais.

Embora não se tenha discutido, diretamente, os impactos da pandemia, muitas vezes quando se questionava se na área havia atividades de turismo, era muito comum os participantes mencionarem que sim, mas que a pandemia havia paralisado as atividades, ou “atrapalhado o turismo”, ou mesmo a resposta era “o turismo parou”.

Após a realização da Oficina, aconteceu o primeiro trabalho de campo. Foram visitadas 14 comunidades de 7 UCs, entre os dias 17 e 23 de julho; e mais 9 comunidades, de 6 UCs, no segundo trabalho de campo, entre os dias 12 e 18 de novembro de 2021 (Tabela 1). Das 23 comunidades visitadas, 6 delas não estão envolvidas com turismo, atualmente, em seus territórios.

Não foram realizadas reuniões, mas conversas e entrevistas com informantes-chave da comunidade, seja por estarem envolvidos com turismo, ou por serem considerados uma liderança local. Optou-se por não identificar os entrevistados e suas falas, no entanto, algumas citações que os identificam foram mantidas e são provenientes do documento Aliança Covid Amazonas (Viana & Aldeodato, 2020). Durante os diálogos, alguns dos 52 informantes também apontaram outras iniciativas em comunidades não visitadas. Procurou-se manter o correto distanciamento entre as pessoas e realizar as conversas em ambientes arejados, além do uso de máscaras e álcool em gel (70%).

**Tabela 1**

*Comunidades Visitadas durante o Trabalho de Campo e as UCs das quais Fazem Parte<sup>5</sup>*

<b>Comunidade</b>	<b>Unidade de Conservação</b>
Lago das Pedras	RESEX do Rio Unini
Cachoeira	PARNA Jaú
Airão Velho	PAREST Rio Negro Setor Norte
Mirituba	PAREST Rio Negro Setor Norte
São Pedro do Puduari	APA MD Rio Negro Setor Puduari-Solimões e PAREST Rio Negro Setor Norte
Bom Jesus do Puduari	APA MD Rio Negro Setor Puduari-Solimões
Nossa Senhora do Perpétuo Socorro	RDS Rio Negro
Tumbira	RDS Rio Negro
Sobrado	APA Margem Dir. Rio Negro Setor Puduari-Solimões
Nova Aliança	APA Margem Esq. Rio Negro Setor Aturiá-Apuauzinho
Bela Vista do Jaraqui	RDS Puranga Conquista
Nova Esperança	RDS Puranga Conquista
Santo Antônio	RDS Rio Negro
Tiririca	RDS Rio Negro
Aracari	APA MD Rio Negro Setor Puduari-Solimões

<b>Comunidade</b>	<b>Unidade de Conservação</b>
Saracá	RDS Rio Negro
Santa Helena do Inglês	RDS Rio Negro
Pagodão	RDS Puranga Conquista
São Sebastião	APA ME Rio Negro Setor Aturiá-Apuauzinho
Três Unidos	APA MERio Negro Setor Aturiá-Apuauzinho
Aldeia Tuyuka	RDS Tupé
Julião	RDS Tupé
Paricatuba	APA MD Rio Negro Setor Puduari-Solimões e APA Encontro das Águas

Das UCs relacionadas na Tabela 1, somente a Resex do Rio Unini e o Parna Jaú são federais. A APA Encontro das Águas e a RDS Tupe são municipais, e todas as demais estão sob a gestão do órgão de meio ambiente estadual. Com o intuito de apresentar e analisar a percepção dos comunitários sobre os impactos da pandemia da COVID-19 nas comunidades e em suas atividades de turismo no MBRN, faz-se necessário definir o conceito de impacto aqui trabalhado:

[...] poder-se-ia definir impacto como uma força emanada de uma ação ou um acontecimento capaz de trazer implicações diretas ou indiretas para o que ou para quem é atingido, sendo fundamental considerar que, quando socialmente sentidos, seus efeitos desdobram-se, dialeticamente, em ações, reações e contrações por parte da sociedade/grupo social/comunidade atingidos. É exatamente o que tem se passado no setor turismo após a deflagração da pandemia (Cruz, 2020, p.4).

O desenho metodológico desta pesquisa qualitativa se baseou, do mesmo modo, em fontes secundárias, utilizando referências consagradas, como os periódicos e publicações científicas de referência, além de documentos, relatórios e eventos online com a participação de comunitários e gestores, visando dimensionar as questões em estudo.

A pesquisa qualitativa foi acionada na tentativa de se compreender, detalhadamente, os significados e características situacionais apresentadas pelos 52 informantes, em lugar da produção de medidas quantitativas, considerando ainda a facilidade na comunicação com os comunitários e a percepção que envolve os vários aspectos da realidade. A pesquisa qualitativa foi eleita por responder melhor aos elementos que envolvem a percepção. É fundamental conhecer como as pessoas percebem, vivenciam e valoram o ambiente no qual estão inseridas, assim é possível intervir na realidade, planejar e atender as demandas sociais.

### **A Pandemia no Estado do Amazonas e as Ações de Enfrentamento**

A partir de fevereiro de 2020, com as notícias sobre o primeiro caso de COVID-19 no Brasil, os estados, gradativamente, adotaram medidas de acordo com sua infraestrutura

e características regionais, bem como implementaram ações que pudessem combater o alastramento da doença (Croda et al., 2020; Lancet, 2020). Desde então, as atividades relacionadas ao turismo, à hospitalidade e eventos foram suspensas pelos governos, pois havia a necessidade de controlar a pandemia.

Muitas ações foram tomadas nos diversos territórios: houve o fechamento de fronteiras, proibição das viagens e aglomerações de pessoas em eventos e locais públicos, e havia orientação para que as pessoas permanecessem em casa com o intuito de impedir que o sistema público de saúde entrasse em colapso, em virtude da disseminação da doença (Higgins-Desbiolles, 2020; Vidal et al., 2021). Algumas cidades restringiram a circulação de pessoas (*lockdown*), permitindo apenas para questões essenciais.

No Amazonas, muitas dessas e outras restrições foram empregadas. Menezes et al. (2021) citaram os estudos de Aleixo e Silva Neto (2020) para identificar que a intensa circulação de pessoas pelos aeroportos, rodovias e portos do território amazonense foi responsável pela difusão da pandemia da COVID-19, pois constituem infraestruturas responsáveis pela fluidez no território. O mesmo estudo revelou que os muitos deslocamentos, o baixo isolamento e o distanciamento social da população abaixo do esperado, também contribuíram para a difusão da pandemia. De fato, esses fatores foram um agravante nas comunidades ribeirinhas e indígenas do Mosaico devido à proximidade e conectividade com Manaus.

Manaus confirmou o primeiro caso de COVID-19 no dia 13 de março de 2020 e, a partir do dia 28 do mesmo mês, a transmissão local da doença também foi confirmada (Aleixo & Silva Neto, 2020). A capital do estado se tornou o epicentro da pandemia, incluindo uma parcela importante de povos indígenas e populações tradicionais que circulam na rede urbana. Diante desse contexto, notou-se que a circulação fluvial, de grande importância em todo o estado, sem desconsiderar os fluxos aéreos e rodoviários, contribuiu para a expansão do novo coronavírus, a partir de Manaus para outros municípios do estado.

Os governos estadual e municipal<sup>6</sup>, por meio de decretos e ações, com o intuito de impedir o alastramento da doença e, em consequência disso, as mortes causadas pela COVID-19, estabeleceram diversas estratégias de enfrentamento. Dentre elas, destacam-se: suspensão de serviços não essenciais, das atividades escolares e do transporte de passageiros; uso obrigatório de máscaras; toque de recolher; barreiras nas entradas e saídas municipais; suspensão de eventos públicos e outras. Todas essas ações tentaram reduzir a circulação da população e manter o isolamento social, sem muito sucesso no Amazonas.

Nessa esteira de ações, com a interrupção das atividades econômicas no estado, houve o fechamento de *lodges*, pousadas, restaurantes e outros estabelecimentos diretamente ligados ao turismo, com a consequente devolução de reservas pagas antecipadamente, cancelamentos ou remarcações, bem como a impossibilidade de se visitar as comunidades locais, especialmente aquelas nos limites das áreas protegidas que ofertam produtos e serviços turísticos.

Uma das primeiras ações do governo do Amazonas ao se deparar com a pandemia da

COVID-19 foi assinar o Decreto n° 42.061 de 16 de março de 2020 (LEGISWEB, 2020), declarando situação de emergência na saúde pública do estado, pelo prazo de 120 dias, tendo em vista a declaração de Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) decorrente da Infecção Humana pelo novo coronavírus.

Em 19 de março de 2020, o Decreto 42.087 (PGE-AM, 2020) suspendeu os serviços de transporte fluvial de passageiros, operados por embarcações de pequeno, médio ou grande porte, de qualquer natureza, dentro dos limites territoriais do estado do Amazonas. O Decreto fez ressalvas aos casos de emergência e urgência a serem definidos pela Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados e Contratados do Estado do Amazonas (ARSEPAM).

O MBRN possui UCs federais, estaduais e municipais, que também foram atingidas por decretos e portarias. No âmbito federal, a primeira Portaria foi a 227, de 22 de março de 2020 (MMA & ICMBio, 2020a), suspendendo por tempo indeterminado a visitação pública nas UCs. Somente 5 meses depois, a Portaria 890, de 25 de agosto de 2020 (MMA & ICMBio, 2020b), permitiu a reabertura para visitação pública das UCs federais, de modo gradual e monitorado, desde que cumpridos os protocolos de segurança sanitária e respeitados os decretos vigentes.

As comunidades do entorno dos Parques Nacionais do Jaú e Anavilhanas, que estão envolvidas com turismo, por se localizarem em UCs estaduais do Mosaico, seguiram as Portarias da Secretaria do Estado de Meio Ambiente (SEMA) n° 32, de 17 de março de 2020 (Governo do Estado do Amazonas, 2020a) e a de n°. 54 de 01 de junho de 2020 (Governo do Estado do Amazonas, 2020b), considerando que a gestão das áreas protegidas estaduais está sob a responsabilidade desse órgão. A primeira tratava da suspensão, por tempo indeterminado, das autorizações para a realização de filmagem, visitas e pesquisas nas UCs, as reuniões presenciais de conselho, reuniões comunitárias e encontro de gestores, e a participação de servidores e colaboradores em eventos de qualquer natureza ou em viagens intermunicipais; e a segunda definia o funcionamento da Secretaria de Meio Ambiente, o horário dos servidores e ratificava a primeira.

A Portaria SEMA n° 12, de 10 de fevereiro de 2021 (Governo do Estado do Amazonas, 2020c), revogou as Portarias anteriores, possibilitando a visitação pública nas UCs. Além das portarias, a SEMA passou a estruturar um plano para a retomada das atividades turísticas, dialogando com prestadores de serviços e instituições parceiras como organizações não governamentais (ONGs), universidades e outras secretarias, direta ou indiretamente relacionadas ao turismo.

Ainda no âmbito do Mosaico, em agosto de 2020, foi finalizado o Protocolo para Visitação às Unidades de Conservação do Mosaico do Baixo Rio Negro – Amazonas (Mosaico do Baixo Rio Negro, 2020), construído durante os encontros virtuais do Grupo de Trabalho de reabertura das UCs do MBRN, criado em junho de 2020, e contou com 36 participantes entre gestores, conselheiros, representantes do *trade* turístico, de instituições governamentais e de ONGs, pesquisadores, professores, entre outros. O documento foi elaborado para atender à necessidade de procedimentos sanitários para a visitação nas

UCs que compõem o Mosaico, a partir da análise de outros protocolos vigentes, a fim de minimizar o risco de transmissão da COVID-19. É importante ressaltar que a discussão sobre a visitação nas comunidades não estava incluída no referido documento.

A Empresa Estadual de Turismo do Amazonas (Amazonastur) lançou, em julho de 2020, o Plano Amazone-se (Amazonastur, 2020a), com ações diversificadas e direcionadas para:

- Reposicionamento do Amazonas como destino turístico (promoção turística) e participação em eventos;
- Ordenamento e fiscalização;
- Suporte ao empresariado, por meio do programa de estímulo ao acesso de créditos emergenciais e articulação com as instituições financeiras, oferecendo suporte às dificuldades enfrentadas pelo setor;
- Obras de infraestrutura turística. O Plano incluiu ainda medidas como a ampliação de prazos para pagamento de ICMS, protocolo para visitação às UCs do MBRN e suspensão de licitações.

Mesmo diante desse cenário, o que se nota há tempos, no estado, é a falta de políticas claras de apoio ao turismo, aos empreendedores, às empresas do setor ou à retomada da atividade no período pandêmico. Embora existam planos de contingência e protocolos de visitação elaborados coletivamente, a fiscalização é quase inexistente. Faltam servidores nesses órgãos e a descontinuidade política é notória.

A mesma instituição elaborou o documento denominado Movimentação e Caracterização dos Turistas 2020 (Amazonastur, 2020b), reunindo informações referentes à movimentação de turistas do Amazonas, em 2020, domésticos e estrangeiros, comparando os dados em relação aos anos anteriores. O documento apresenta também informações das pesquisas Caracterização dos Turistas do Amazonas 2019 e 2020, e Avaliação dos Turistas 2019 e 2020, apresentando dados sobre perfil dos turistas, gastos, características da viagem e avaliação sobre infraestrutura.

De acordo com esses relatórios, que não apresentam claramente a metodologia utilizada, de forma bem resumida, é possível inferir que, em 2020, a movimentação de visitantes no estado sofreu uma retração de 45,01%. O turismo doméstico aumentou 9,64% e o internacional caiu 97,61%, ao se comparar com o ano anterior (2019). Com base nesses números, é possível perceber que o impacto da pandemia trouxe, também, sérias consequências econômicas para a cadeia e o sistema produtivos de turismo.

Com o intuito de assegurar a proteção dos moradores das UCs, os parceiros se mobilizaram para a doação de cestas básicas, e materiais de higiene e de limpeza para as comunidades. As reuniões de conselho, as atividades comemorativas ou de turismo ficaram suspensas em todas as UCs estaduais, o que inclui aquelas do Mosaico.

De acordo com o depoimento de um dos gestores da SEMA, na Webinar sobre Turismo Comunitário na Amazônia em Tempos de COVID-19, as comunidades mais isoladas foram as mais vulneráveis à COVID-19: tinham maior dificuldade de acesso à água potável, para a higienização das mãos e limpeza das casas e roupas, sem contar a falta de recursos para

aquisição desses produtos; pouca ou nenhuma informação sobre o novo coronavírus e a pandemia; maior dificuldade com a logística (deslocamento) para Manaus ou para as sedes municipais em casos graves, além do acesso limitado aos serviços do Sistema Único de Saúde (SUS).

A SEMA e parceiros desenvolveram algumas campanhas educativas (Fica na Comunidade; Fica em Casa) nesse período, e envolveram os comunitários, além da produção de vídeos, cartazes, divulgação nas mídias sociais, criação de canais de comunicação com as lideranças, como a criação de grupos de Whatsapp dos conselhos gestores e lista de transmissão com os boletins sobre a pandemia da COVID-19. Uma maior interação e tomada de decisão junto às comunidades foi possível com a instalação de internet, em algumas delas, facilitando a comunicação. As instituições também facilitaram o acesso ao auxílio emergencial do Governo Federal e cadastraram os beneficiários para acessarem donativos em secretarias do governo, como a Secretaria de Justiça. Outra ação, que teve apoio dos parceiros junto às associações comunitárias, foi a produção de máscaras de tecido na prevenção contra o novo coronavírus. As mulheres se reuniram nas comunidades, e passaram a produzir e comercializar os acessórios.

A Secretaria de Estado de Saúde (SES) e as secretarias municipais atuaram nas UCs fazendo diagnósticos para identificar casos de COVID-19. De acordo com o gestor da RDS Rio Negro, em uma das primeiras visitas, foram realizados 100 exames nessa UC, e 89 comunitários testaram positivo, o que demonstra o impacto severo de transmissão do novo coronavírus.

Ao considerar o cenário pandêmico que se alastrava pelas comunidades locais, as “articulações institucionais culminaram na criação da Aliança Covid Amazonas, com o objetivo de somar conhecimento e forças em apoio às populações vulneráveis de áreas remotas no enfrentamento da pandemia e seus impactos à saúde, renda e condições sociais” (Viana & Aldeodato, 2020, p.23). A Aliança contra a pandemia da COVID-19 no Amazonas alcançou diversas áreas, destacando os seguintes números:

- 10 Terras Indígenas;
- 07 Regionais da Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB);
- 39 municípios parceiros da Aliança;
- 04 populações vulneráveis de Manaus<sup>7</sup>;
- 16 UCs estaduais;
- 22 UCs federais;
- e áreas de entorno.

Considerando a área de atuação da Aliança e de outras iniciativas, nota-se que as UCs estaduais foram atendidas e, sendo assim, as ações de enfrentamento à pandemia ocorreram nas comunidades do Mosaico, ainda que de maneira desigual, em face das distâncias, da difícil logística, da ausência de comunicação, entre outras.

### **Turismo e Pandemia nas Comunidades Ribeirinhas e Indígenas do Mosaico**

O turismo, inicialmente percebido como alternativa complementar de renda, tornou-se atividade econômica principal para muitas comunidades visitadas pelos autores deste estudo. No entanto, nota-se que há diferentes níveis de envolvimento com a atividade. Em algumas, pequenos grupos de comunitários se organizaram para prestar serviços de canoeiro para a pesca esportiva, para o ecoturismo, e para a condução nas trilhas aquáticas e terrestres. Em outras, a organização é para receber os visitantes nos restaurantes e pousadas (comunitários ou particulares), para produzir e vender artesanato ou produtos da sociobiodiversidade.

Com a chegada do novo coronavírus, as atividades de turismo foram paralisadas nas comunidades do MBRN, e todas foram afetadas em alguma medida pela pandemia. Não se tem números oficiais ou estudos que apontem as perdas dos empreendedores locais. Um pequeno empreendedor do rio Negro afirmou que a pandemia foi devastadora para os negócios com 100% das atividades paralisadas: havia reservas para a sua pousada, grupos confirmados e muitos projetos a serem desenvolvidos. O impacto no sistema produtivo do turismo foi imensurável. Os grupos que sobrevivem dos recursos provenientes do turismo passaram por momentos muito difíceis e somente a colaboração dos parceiros amenizou os efeitos sociais, psicológicos e econômicos nas comunidades, e os comunitários seguem sem “perder a esperança em dias melhores”.

A retomada do turismo não se trata, apenas, da reabertura das pousadas ou do retorno das atividades, mas também da confiança do visitante em recolocar o Brasil e a Amazônia em seus roteiros futuros. Confiança que pode demorar a se reestabelecer no exterior, tendo em vista que o combate à pandemia no país não foi visto de forma satisfatória mundo afora. Sem a visitação turística e na ausência de atendimento de saúde mais complexo ou remédios que pudessem evitar ou tratar a COVID-19, lembrando que, em meados de 2020, ainda não havia vacina disponível, os saberes da floresta foram colocados em prática por meio da sociobiodiversidade na APA MD Setor Puduari Solimões:

Foi algo que ninguém esperava. O turismo parou. Como praticamente todos na aldeia pegaram Covid, ninguém podia sair ou entrar. Até os enfermeiros precisaram se ausentar. E então percebemos como é fundamental os próprios parentes cuidarem uns dos outros. Graças a isso, não houve nenhum óbito. Definimos regras: de 20 em 20 dias somente uma pessoa saía para comprar alimento suficiente para toda a comunidade. E minha mãe, mulher do cacique, fez remédio caseiro. Todas as famílias passaram a fazer e tomar: um chá de folha de maracujá, boldo, jambu, mangarataia (gengibre), urubucaá e mel [...] - Neurilene Cruz, técnica indígena de enfermagem e empreendedora na aldeia Três Unidos, no Rio Cuieiras, onde vivem 35 famílias da etnia Kambeba (Viana & Aldeodato, 2020, p.33).

Outros três entrevistados, durante o trabalho de campo, asseguraram: “a gente tomou bastante remédio caseiro”; “as pessoas fizeram uso de remédios tradicionais”; “remédio caseiro fez a gente resistir”. As comunidades investiram na confecção de máscaras e também em remédios caseiros, apoiando umas às outras à distância e vendendo seus produtos com o suporte dos parceiros.

Perguntados como a pandemia havia afetado o turismo, os comunitários responderam: “nesses dois anos, agora que estamos voltando à normalidade, entre aspas” e que “a partir do que aconteceu (a pandemia), é só tristeza”. Para essas comunidades, o turismo é parte significativa na renda local. As falas que se seguem confirmam tal afirmação: “não foi fácil sem turismo. O turismo é muito forte nessa região”. Um outro comunitário seguiu defendendo a atividade em sua comunidade e seus possíveis impactos, ao afirmar que “o turismo não vem mexer em nada, vem trazer oportunidade e que tudo que nós temos é graças ao turismo”.

A sustentabilidade permeia os discursos mesmo que o termo não seja usado claramente. A gerente de uma pousada comunitária afirmou: “a pousada está aqui para trabalhar de forma agradável com o meio ambiente. Nosso intuito foi trazer o turismo para melhorar o meio ambiente [...] não precisa o homem estar todo dia derrubando madeira”, o que reflete preocupação com o meio em que está inserida. De acordo com um dos comunitários, “a gente tirava madeira de forma desorganizada” e, atualmente, até as áreas de manejo florestal se tornaram atrativos para o turismo, considerando que “a gente tem que preservar”.

Para esses grupos, o turismo seria uma estratégia para melhorar as condições de vida da comunidade e proteger os patrimônios natural e cultural, pois trabalhar com turismo implica em “preservar a floresta”. O mais importante em um contexto de sustentabilidade, segundo McCool (1999), é que o turismo sirva como um agente, uma ferramenta, redistribuindo renda e conservando o ambiente que dá suporte à atividade para as gerações futuras. A venda de artesanato, um produto associado ao turismo nas comunidades e fonte de renda para muitos comunitários, também foi severamente impactada, conforme se observa, por meio da fala subsequente.

[...] Esperamos que as coisas sejam retomadas, como a venda de artesanato e nosso restaurante comunitário aberto aos turistas. Ele ganhou painel solar, como também o posto de saúde [...]. Após o maior pesadelo da nossa história, as atividades vão voltar, com protocolos. Tiramos uma lição da pandemia: com força e coragem, não há nada difícil. Não há barreiras intransponíveis. Basta ter garra e valorizar a família e os amigos, porque na vida tudo é passageiro.  
- Neurilene Cruz, técnica indígena de enfermagem e empreendedora na aldeia Três Unidos, no Rio Cuieiras, onde vivem 35 famílias da etnia Kambeba (Viana & Aldeodato, 2020, p.33).

Segundo um dos pequenos empreendedores da região, entre março e junho de 2020, houve 57 cancelamentos para a sua pousada, o que representaria R\$ 57 mil em geração

de renda. O entrevistado relatou que os clientes haviam efetuado o adiantamento de 50% das reservas na pousada, e, com a pandemia, solicitaram reembolso. Ocorre que parte do recurso havia sido investido, e muitas manobras foram feitas no intuito de ressarcir os clientes. Esse valor, ainda de acordo com o entrevistado, gera impacto direto em todos os envolvidos com o turismo comunitário da região, e sua ausência implica em refazer planos e repensar alternativas.

Os comunitários que trabalhavam prestando serviços nos meios de hospedagem do entorno das UCs ou atuando como condutores nas trilhas, e em outras atividades, perderam seus empregos e também paralisaram suas atividades. Para alguns deles, “o turista sumiu com a pandemia” ou ainda “a pandemia impactou todos os empreendimentos”.

É importante destacar que durante a visita nas comunidades, o que chamou atenção foi o fato de que os comunitários começaram a se planejar, gradativamente, para o retorno das atividades turísticas. O tempo de isolamento nas comunidades propiciou a manutenção em equipamentos como pousadas, restaurantes e lojas de artesanato. As trilhas também sofreram manutenção, os comunitários se reuniram e organizaram seus produtos e serviços e, aqueles que tiveram oportunidade, buscaram fazer cursos de qualificação de modo remoto.

Outro elemento citado como muito importante nesse período de pandemia foi a tecnologia, que contou a favor dos comunitários. A internet chegou em muitas comunidades do Mosaico para facilitar a comunicação, aproximar e integrar a todos: “a gente pode estar aqui, mas o mundo inteiro está nos acompanhando”. No entanto, para aquelas mais isoladas sequer há energia elétrica ou telefone.

A criatividade e as parcerias foram fundamentais para manter algumas atividades funcionando e permanecer com a “chama acesa” do turismo. Com a impossibilidade de se visitar as comunidades, uma agência de turismo desenvolveu, junto ao povo Baré da Comunidade Nova Esperança, na RDS Puranga Conquista, uma experiência à distância. A atividade consiste em uma visita virtual para conhecer a cultura indígena, envolvendo a comunidade, o artesanato, a gastronomia, as plantas medicinais, minimizando, assim, os impactos econômicos da ausência de visitantes. Desde o início da experiência, foram realizadas 15 viagens *online*, gerando cerca de R\$ 10 mil reais em renda para a comunidade, de acordo com a agência. Os valores aplicados à vivência, ao faturamento mínimo e à distribuição da renda foram definidos entre os co-criadores. Nesse sentido, um dos comunitários envolvidos com a experiência apresentou o seguinte depoimento<sup>8</sup>:

Fazendo uma reflexão, mesmo com todos os desafios da pandemia na saúde, na educação e na economia, eu falo que o Baré estava “on”, porque surgiu a Conexão Baré. Hoje, nós trabalhamos essa iniciativa que a cada dia nos traz mais aprendizado e tem impactado na receita da própria comunidade e ajuda as famílias [...]. É importante compartilhar, é possível fazer o turismo de forma virtual no meio da floresta, desenvolver, inovar e de fato concretizar a sustentabilidade para os povos que vivem na floresta.

Grande parte das comunidades do Mosaico, o que inclui Nova Esperança, vivia da extração de madeira, e percebeu no turismo uma ferramenta que pudesse garantir renda por meio de uma atividade mais sustentável. Atualmente, para muitos desses comunitários, o turismo é uma fonte de renda importante e que não impacta o ambiente natural: “o intuito foi trabalhar com turismo para melhorar o meio ambiente [...] para preservar a floresta”.

A partir de abril de 2021 – Portaria SEMA nº 31, de 13 de abril (Governo do Estado do Amazonas, 2021) – o turismo foi autorizado nas UCs apenas para contemplação, mas sem interação com as comunidades ribeirinhas e indígenas. Embora tenha sido o começo de uma nova etapa para o turismo, essa medida não ajudou economicamente as comunidades, pois não se podia receber visitantes. Sem contar que pouco, ou nada, ganharam com o uso da sua área por terceiros, haja vista que as pousadas e hotéis seguiram levando visitantes nas trilhas, cachoeiras e outros atrativos sem consulta aos comunitários. Mas, de toda forma, foi uma medida preventiva, pois as comunidades estavam vulneráveis ao novo coronavírus.

Uma das falas bastante significativas sobre a pandemia vem da RDS Rio Negro:

As crianças já estão brincando, e o turismo vai voltar, com responsabilidade bem maior. No início, o ‘*lockdown* caboclo’ impediu sair ou entrar na comunidade. Não tinha futebol, visitas ou dominó. Mas em agosto ocorreram dois óbitos. Uma lição: quando não aprendemos com o amor, aprendemos com a dor - Izolena Garrido, RDS do Rio Negro (Viana & Aldeodato, 2020, p.44).

Em comunidades como Saracá, na mesma Reserva, segundo uma das entrevistadas, “a pandemia impactou metade dos moradores”, a comunidade perdeu uma liderança feminina, e a COVID-19 deixou muitas sequelas físicas e psicológicas. Mesmo diante das perdas de amigos e parentes, os comunitários seguiram investindo no turismo, pois afirmam que a comunidade “não tem fonte de renda”. A comunidade Saracá construiu um redário<sup>9</sup> e, desde que a pandemia começou, somente no início do mês de novembro voltou a receber visitantes: uma única turista permaneceu por quatro dias na comunidade e aprovou as atividades e pernoites, segundo a entrevistada.

Para as comunidades, o “turismo não só gera renda, mas fortalece a questão cultural”, sendo assim o sentimento de pertencimento está muito presente na região, e o sentido de coletividade permanece mesmo diante das adversidades. Nota-se, outrossim, que há um planejamento para o turismo por parte dos comunitários e a confiança na vacina contra a COVID-19, mesmo com o entendimento de que não se pode abrir mão dos protocolos de biossegurança.

### **Considerações Finais**

O turismo é vulnerável a fatores externos e a pandemia da COVID-19 é a maior prova dessa afirmação. As comunidades visitadas no Mosaico atenderam às portarias, decretos,

precisaram de ajuda e dos parceiros para sobreviver, e ainda tiveram que se adaptar à situação imposta pelo novo coronavírus. A ajuda financeira e material incluiu a distribuição de cestas básicas, de materiais para higiene pessoal e limpeza, realização de exames, e encaminhamento para as unidades de saúde, quando necessário. É importante mencionar que a medicina tradicional foi acionada pelos comunitários, resgatando os saberes dos anciões e fortalecendo os laços comunitários em uma rede de apoio mútuo.

Com o retorno das viagens e a reabertura das visitas às UCs e, conseqüentemente, às comunidades, o público brasileiro passou a se deslocar para a Amazônia, considerando o dólar alto e algumas barreiras que o impedia de viajar para o exterior. Com relação ao visitante estrangeiro, algumas restrições de viagem ainda podem impedir que o Amazonas seja o destino escolhido. Diante desse contexto, e considerando o público regional, o Mosaico oferece um grande potencial turístico, sendo necessária a preparação das comunidades locais tanto para situações de crise quanto para melhor ofertar seus produtos e serviços, consolidando-os em um mercado turístico não convencional.

O turismo é percebido como uma ferramenta de conservação e sustentabilidade nos territórios. No entanto, é necessário refletir sobre a permanência da atividade como complementar à renda, pois talvez não geraria tamanha dependência como se observou na maioria das comunidades do Mosaico. Por outro lado, como promover geração de renda para as comunidades locais nesses espaços protegidos, com base em seus objetivos de criação, sem um envolvimento maior com o turismo?

Grande parte das comunidades visitadas, ao longo da pandemia, seguiu priorizando o planejamento e a organização, acreditando que o turismo local seria retomado com sucesso. O turismo, sem nunca ter se configurado como prioritário nos investimentos e nas políticas do estado, mostra-se como uma atividade incipiente em grande parte dos municípios e bastante desigual no contexto do Mosaico, seja por falta de investimentos financeiros, por conta das dimensões territoriais da região ou pela ausência de produtos e serviços turísticos consolidados no mercado.

Dessa forma, recomenda-se que:

- A discussão sobre a retomada segura das atividades seja contínua entre as várias instituições do Mosaico;
- Ampliem-se as campanhas de sensibilização para visitantes e visitados;
- Haja suporte contínuo nas políticas públicas para as iniciativas locais e roteiros não convencionais de turismo do Mosaico;
- Ampliem-se o acesso e a capacidade de atendimento à saúde nos municípios.

## Referências

Aleixo, N.C.R., & Silva Neto, J.C.A. (2020). *A cartografia dinâmica da COVID-19 no Amazonas*. Atlas ODS Amazonas. Recuperado em 15 dezembro 2021 de

<https://www.atlasodsamazonas.ufam.edu.br/ultimas-noticias/114-a-cartografia-dinamica-da-covid-19-no-%20amazonas.html>

Amazonastur. (2020a). *Amazona-se: plano de retomada da atividade turística no Amazonas*. Manaus: Imprensa Oficial do Amazonas.

Amazonastur. (2020b). *Movimentação e Caracterização dos Turistas do Amazonas*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <http://www.amazonastur.am.gov.br/wp-content/uploads/2021/07/Movimenta%C3%A7%C3%A3o-e-Characteriza%C3%A7%C3%A3o-dos-Turistas-AM-2020-1.pdf>

Bauman, Z. (2003). *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Cardoso, T.M. (2010). *Depoimento: o Mosaico do Baixo Rio Negro*. Publicado em Unidades de Conservação. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <http://uc.socioambiental.org/>

Croda, J., Oliveira, W.K., Frutuoso, R.L., Mandetta, L.H., Baia-da-Silva, D.C., Brito-Sousa, J.D., Monteiro, W.M., & Lacerda, M.V.G. (2020). COVID-19 in Brazil: advantages of a socialized unified health system and preparation to contain cases. *Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical*, 53, e20200167. <https://doi.org/10.1590/0037-8682-0167-2020>

Cruz, R.C.A. (2020). O evento da COVID-19 e seus impactos sobre o setor turismo: em busca de uma análise multi e trans-escalar. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, [S.l.], 1-15, dez. ISSN 1980-6965. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6636/33432021>

Governo do Estado do Amazonas (2020a). *Portaria SEMA n° 32, de 17 de março de 2020*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <http://meioambiente.am.gov.br/wp-content/uploads/2020/03/Portaria-N.-32.2020-Emergencial-Covid-19-4.pdf>

Governo do Estado do Amazonas (2020b). *Portaria SEMA n° 54, de 1° de junho de 2020*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.transparencia.am.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/PORTARIA-N.-54-2020-SEMA.pdf>

Governo do Estado do Amazonas (2020c). *Portaria SEMA n° 12, de 10 de fevereiro de 2021*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.transparencia.am.gov.br/wp-content/uploads/2021/02/PORTARIA-n.-012-2021-SEMA.pdf>

Governo do Estado do Amazonas (2021). *Portaria SEMA n° 031, de 13 de abril de 2021*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <http://www.transparencia.am.gov.br/wp-content/uploads/2021/04/PORTARIA-n.-031-SEMA-de-13-de-abril-de-2021.pdf>

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1757748>

Instituto de Proteção Ambiental do Amazonas [IPAAM]. (2018). *Rio Negro ganha status internacional de maior zona úmida do planeta no 8º Fórum Mundial da Água*. Recuperado em 15

dezembro 2021 de <http://www.ipaam.am.gov.br/rio-negro-ganha-status-internacional-de-maior-zona-umida-do-planeta-no-8o-forum-mundial-da-agua/>

Irving, M. de A. (2015). Turismo, áreas protegidas e inclusão social: uma triangulação necessária em planejamento, no caso brasileiro. In: *Turismo, áreas protegidas e inclusão social: diálogos entre saberes e fazeres*. Irving, M. de A., Rodrigues, C.G. de O., Rabinovici, A., & Costa, H.A. 1. Ed. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem.

Lancet. (2020). *COVID-19 in Brazil: “So what?”*. The Lancet, 395, 1461.

LEGISWEB. (2020). *Decreto N° 42061 de 16/03/2020*. Dispõe sobre a declaração de situação de emergência na saúde pública do Estado do Amazonas, em razão da disseminação do novo coronavírus (2019-nCoV), e institui o Comitê Intersetorial de Enfrentamento e Combate ao COVID-19. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=391375>

Lima, D.M., & Alencar, E.F. (2000). Histórico da ocupação humana e mobilidade geográfica de assentamentos na várzea do médio Solimões. In: *Populações e meio ambiente*. Torres, H., & Monteiro, H. (Eds). Senac & Associação Brasileira de Estudos Populacionais, Brasília. 133-161.

Lima Ayres, D.M. (1992). *The social category caboclo: history, social organisation, identity and outsider’s social Solimoes classification of the rural population of an Amazonian region (The Middle Solimoes)*. (Doctoral thesis, University of Cambridge). <https://doi.org/10.17863/CAM.19981>.

Machado, C.J.S., Costa, D.R.T.R., & Villani, R.M. (2011). A análise do princípio da participação social na organização federal dos conselhos gestores de unidades de conservação e mosaicos: realidade e desafios. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. 8(3), 50-75.

McCool, S.F. (1999). Making tourism sustainable, sustainable tourism and what Should tourism sustain: different questions, different indicators. *Proceeding of the 1999 International Symposium on Coastal and Marine Tourism: Balancing Tourism and Conservation*. Vancouver, BC, Canada.

Menezes, T, Simonetti, S.R., Lima, A.R.N., & Nogueira, D.R.C. (2021). Reflexões em Tempos de Pandemia: um olhar sobre o turismo no Amazonas. *GEO UERJ*. Rio de Janeiro, 39, e61315. DOI: 10.12957/geouerj.2021.61315

Ministério do Meio Ambiente [MMA] (2010a). *Portaria 483, de 14 de dezembro de 2010. Mosaico do Baixo Rio Negro*. Recuperado em 20 dezembro 2021 de <http://www.mma.gov.br/legislacao/areas-protegidas?download=821:portaria-n-483-de-14-de-dezembro-de-2010>

Ministério do Meio Ambiente [MMA] (2010b). *Decreto 4.340, de 22 de agosto de 2002*. Recuperado em 20 dezembro 2021 de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2002/d4340.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4340.htm)

Ministério do Meio Ambiente & Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [MMA & ICMBio]. (2020a). *Portaria N° 227, de 22 de março de 2020*. Suspende por tempo indeterminado a visitação pública nas unidades de conservação federais. (Processo nº. 02070.002205/2020-83). Recuperado em 5 dezembro 2021 de <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-227-de-22-de-marco-de-2020-249490867>

Ministério do Meio Ambiente & Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [MMA & ICMBio]. (2020b). *Portaria N° 890, de 25 de agosto de 2020*. Permitir a reabertura da visitação pública nas Unidades de Conservação Federais. Recuperado em 5 dezembro 2021 de <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-890-de-25-de-agosto-de-2020-274149690>

Mosaico do Baixo Rio Negro (2020). *Protocolo para Visitação às Unidades de Conservação do Mosaico do Baixo Rio Negro – Amazonas*. 1ª ed. Agosto. Recuperado em 5 dezembro 2021 de <https://www.portalmarcossantos.com.br/wp-content/uploads/2020/08/Protocolo-Baixo-Rio-Negro-Covid-19-v03.pdf>

Procuradoria Geral do Estado do Amazonas [PGE-AM] (2020). *Decreto N.º 42.087, de 19 de março de 2020*. Dispõe sobre a suspensão das aulas da rede pública estadual de ensino, em todos os municípios do Estado do Amazonas, bem como das atividades das academias de ginástica e similares, e do transporte fluvial de passageiros em embarcações, à exceção dos casos de emergência e urgência, na forma que especifica. Recuperado em 04 maio 2022 de <http://www.pge.am.gov.br/wp-content/uploads/2014/11/Decreto-42087-de-19.3.2020.pdf>

Simonetti, S.R., & Porto, N.P. (2020). Turismo comunitário: da teoria à prática na região do rio Negro (AM). In: *Diálogos sociais em turismo: elementos hegemônicos e contra hegemônicos*. Alves, K. dos S. (org.). 1. Ed. Belo Horizonte: Editora Dialética.

Souza, T.V.S.B., & Simões, H.B. (2019). *Contribuições do Turismo em Unidades de Conservação Federais para a Economia Brasileira - Efeitos dos Gastos dos Visitantes em 2018*. Sumário Executivo. ICMBio. Brasília. Recuperado em 15 dezembro 2021 de [https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/agenda-presidente/contribui%C3%A7%C3%B5es\\_Economicas\\_do\\_Turismo\\_-\\_final\\_-\\_web.pdfcontribui%C3%A7%C3%B5es\\_Economicas\\_do\\_Turismo\\_-\\_final\\_-\\_web.pdf](https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/agenda-presidente/contribui%C3%A7%C3%B5es_Economicas_do_Turismo_-_final_-_web.pdfcontribui%C3%A7%C3%B5es_Economicas_do_Turismo_-_final_-_web.pdf)

Viana, V., & Adeodato, S. (2020). *Em nome da vida na floresta: Aliança Covid Amazonas: a articulação de parcerias no enfrentamento do coronavírus e o legado para o futuro da maior floresta tropical do planeta*. Fundação Amazônia Sustentável. 1. ed. Manaus, AM: Fundação Amazônia Sustentável: FAS. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://fas-amazonia.org/novosite/wp-content/uploads/2020/12/em-nome-da-vida-na-floresta.pdf>

Vidal, M.D., Paim, F.P., Nassar., P.M., & Simonetti, S.R. (2021). Impacts of Covid-19 Pandemic on Ecotourism Segment in Amazonas State, Brazil. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos – ABET*, 11. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2021.v11.31517>

Wiggers, R. (2012). Programa Bolsa Floresta: comunidades rurais em Unidades de

Conservação Ambiental do Amazonas. In: *Comunidades rurais: organização, associações e lideranças*. Wiggers, R., Ratier, H.E., & Rodrigues, C.M. Costa. (Orgs.). Manaus: EDUA.

---

## Autores

**Susy Rodrigues Simonetti:** Doutorado em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia (PPGCASA/UFAM), Bacharel em Turismo, Professora do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH) e do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA). E-mail: [ssimonetti@uea.edu.br](mailto:ssimonetti@uea.edu.br).

**Pedro Meloni Nassar:** Mestrado Profissionalizante em Gestão de Áreas Protegidas (MP-GAP/INPA), Graduação em Ciências Biológicas (UNICAMP), Coordenador do Programa de Turismo de Base Comunitária do Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (IDSM). E-mail: [pedro.nassar@mamiraua.org.br](mailto:pedro.nassar@mamiraua.org.br).

**Josângela da Silva Jesus:** Mestranda em Gestão de Áreas Protegidas (MPGAP/INPA), Bacharel em Turismo (UFPE), Tecnóloga em Sistemas de Gestão Ambiental (CEFET/PE), Analista Ambiental e Coordenadora de Uso Público, Voluntariado e Comunicação do Núcleo de Gestão Integrada do ICMBio de Novo Airão (AM). E-mail: [jo.ufpe@gmail.com](mailto:jo.ufpe@gmail.com).

## Notas

<sup>1</sup> Uma doença causada pelo novo coronavírus – *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* – SARS-CoV-2.

<sup>2</sup> As terras firmes são áreas que não estão sujeitas às inundações, enquanto os igapós encontram-se nas margens de rios, portanto, sofrem inundações frequentes.

<sup>3</sup> O Projeto Legado Integrado da Região Amazônica – LIRA – foi concebido para aumentar a efetividade de gestão de 86 áreas protegidas da Amazônia e manter a conservação da biodiversidade, das culturas e das comunidades locais e tradicionais, além de contribuir com serviços ecossistêmicos e para minimizar os efeitos das mudanças climáticas. Para maiores informações consultar: <https://lira.ipe.org.br/index.php/o-legado>.

<sup>4</sup> É importante mencionar que as atividades deveriam ter iniciado em 2020, no entanto, com a pandemia da COVID-19, a programação foi adiada até que houvesse mais segurança para a realização do trabalho.

<sup>5</sup> Das 23 comunidades listadas, não houve diálogo com moradores de Airão Velho (há registro de uma família vivendo na área próxima das ruínas, mas não estava no local durante a visita) e de Paricatuba.

<sup>6</sup> Os municípios no Amazonas seguiram as determinações do estado e publicaram suas

próprias portarias e decretos.

<sup>7</sup> Populações indígenas, pessoas em situação de rua, imigrantes e refugiados e famílias das periferias.

<sup>8</sup> A Experiência da Conexão Baré e o depoimento estão disponíveis em: <https://braziliando.com/pt/2021/09/04/conexao-bare-viagem-online/>

<sup>9</sup> Estrutura coberta, telada e em madeira, própria para abrigar visitantes que pernoitam em redes.

# **Pequenos negócios de turismo do Brasil na pandemia de COVID-19: efeitos da crise, perspectivas e sentimentos atuais**

## **Small tourism businesses in Brazil during the COVID-19 pandemic: effects of the crisis, current perspectives and feelings**

**Graziele Vilela, Ana Clévia Guerreiro, Helena Costa, Fernanda Hümmel**

### **Resumo**

Desde março de 2020, com a declaração pela OMS do estado de pandemia, em razão da COVID-19, o turismo brasileiro, assim como em todo o globo, enfrenta uma crise brutal e sem precedentes. Um setor que vinha apresentando um ritmo de crescimento, foi paralisado e segue atravessando um caminho de incertezas. Nesse sentido, este capítulo objetiva analisar de que forma os pequenos negócios brasileiros da cadeia produtiva do turismo foram afetados pela pandemia. Os dados que serviram de base foram apurados pela pesquisa Sebrae/FGV, realizada durante 15 meses por meio de coletas on-line. Foi utilizado o recorte de dados apurados junto a 12.007 empresas de turismo e alimentação. A análise foi baseada em nove variáveis econômicas da citada pesquisa, seguida de um complemento qualitativo de dados. Os resultados mostram uma lenta recuperação, marcada pela alta quantidade de estabelecimentos ainda fechados, demissões, expressiva busca por empréstimos e pelo alto número de empresas inadimplentes. Apesar das ações de suporte anunciadas pelos governos e da retomada gradual das viagens, a perspectiva dos pequenos negócios revelada foi predominantemente negativa. O sentimento mais recorrente foi descrito pela ideia de dificuldade e aflição. Como complemento, foram levantados exemplos de empresas, trazendo luz para as diferentes realidades. Isso revelou que, passados 6 meses da 11ª edição da pesquisa Sebrae/FGV, o sentimento de aflição persiste para alguns, mas se começa a observar empreendimentos que estão conseguindo inovar e atrair diferentes públicos, com um perfil mais voltado para a sustentabilidade.

**Palavras-chaves:** Gestão; Turismo; Pequenos Negócios; Economia do Turismo; COVID-19.

## Abstract

Since March 2020, with the declaration by the WHO of the state of a pandemic due to COVID-19, Brazilian tourism, as well as all over the globe, has been facing a brutal and unprecedented crisis. A sector that had been showing a growth rate, was paralyzed and continues to cross a path of uncertainty and affliction. This chapter aims to analyze how small Brazilian tourism and food businesses were affected by the pandemic. The data that served as the basis were collected by the Sebrae/FGV survey carried out over 15 months based on online data collections. An excerpt of 12,007 companies in these sectors were considered for the analysis, focusing on nine economic variables, followed by a qualitative complement of data. In the period evaluated, there was a slow recovery, marked by the high number of establishments still closed, layoffs, an expressive search for loans, and the high number of defaulting companies. Despite the support actions that were announced by governments and the gradual return of travel, the revealed small businesses' perspective was predominantly negative. The most recurrent feeling was described by the idea of difficulty and distress. As a complement, examples of companies were raised, bringing light to the different realities. This revealed that, six months after the eleventh edition of the Sebrae/FGV survey, the feeling of distress persists for some, but some entrepreneurs are managing to innovate and attract different audiences, with a profile more focused on sustainability.

**Keywords:** Tourism; Management; Small Businesses; Tourism Economy; COVID-19.

## Introdução

Dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) elevou o estágio de contaminação de COVID-19 à pandemia (UNA-SUS, 2020). Esta notícia foi o preâmbulo de um dos momentos mais desafiadores para a sociedade e para o turismo moderno. Desde então o mundo se viu obrigado a tomar uma série de medidas para tentar evitar a propagação do novo coronavírus, como o fechamento de fronteiras, a quarentena da população e a paralisação de diversos setores econômicos (Clemente et al., 2020; Marcelino et al., 2020). Já naquele mês de março, cerca de 90% de toda a população mundial enfrentava algum nível de restrição às viagens internacionais, além da limitação de movimentações internas que alguns países também passaram a adotar (Clemente et al., 2020; Hall et al., 2020). Destinos que antes estavam sofrendo com o “*overtourism*” se viram em uma condição de “*non-tourism*” (Gössling et al., 2020).

No intuito de tentar mensurar os impactos da pandemia na economia do turismo e projetar cenários de retomada, foram publicados diferentes estudos. Em um dos primeiros, divulgado em março de 2020, a Organização Mundial do Turismo – OMT – (2020a) estimou uma queda de 20% a 30% nas chegadas de turistas internacionais no mundo naquele ano, o que resultaria em um declínio de US\$ 300-450 bilhões nas receitas internacionais. Por sua vez, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, citado por Gössling

et al. (2020), estimou um prejuízo ainda maior de US\$ 2,1 trilhões, que se provou mais próximo da realidade. Atualizado em janeiro de 2021, o *World Tourism Barometer* indicou uma queda real de 74% das chegadas internacionais, em 2020, resultando em uma perda de US\$ 1,3 trilhão em receitas de exportação (OMT, 2021). Neves et al. (2020) apresentaram ainda a projeção de que cerca de 50 milhões de empregos vinculados ao turismo estariam sob a ameaça da pandemia, o que provocaria uma redução de 12% a 14% dos postos de trabalho do setor no mundo.

Vale destacar que o turismo é um dos setores que apresenta maior dificuldade operacional para a retomada, pois depende de uma série de fatores externos, como a segurança sanitária e as exigências dos países (FGV, 2020). Ademais, por ser “[...] uma atividade fundamentalmente não essencial ao consumidor” (Clemente et al., 2020, p. 74), voltar para o caminho do crescimento exigirá muito mais do que a retomada das atividades econômicas nos destinos.

Os primeiros meses de 2021 continuaram a reproduzir os resultados negativos do ano anterior. Com a permanência de restrições de viagens nos principais destinos no mundo, e a baixa confiança dos turistas em viajar novamente, foi registrada uma queda de 85% nas chegadas internacionais de janeiro a maio de 2021 (em comparação ao mesmo período em 2019). Já as viagens domésticas, mesmo que timidamente, passaram a ser um importante vetor de recuperação do setor, principalmente para os destinos com grande mercado local, como a China e a Rússia (OMT, 2021).

Dessa maneira, o objetivo deste trabalho é refletir sobre o prognóstico revelado pelo conjunto de dados coletados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) acerca dos impactos da COVID-19 nos pequenos negócios brasileiros da cadeia produtiva do turismo, incluindo as empresas de alimentação, situando os achados no momento atual da pandemia e valorizando o sentimento de alguns empresários dos setores. Destaca-se que ao se analisar 11 edições da pesquisa, o capítulo também contribui para uma compreensão temporal da pandemia no turismo brasileiro, já que se trata de um contexto em constante mutação, impactado pelo surgimento de variantes, picos de contaminação, taxas de vacinação, entre outros aspectos. Portanto, este capítulo traz um olhar relevante em um cenário prolongado de pandemia e suas reverberações. Nesse contexto, os pequenos negócios, em razão da sua própria natureza, estão severamente expostos às consequências negativas, tais como a queda vertiginosa no faturamento, demissões de funcionários e contração de dívidas, o que torna o cenário pós-pandêmico também desafiador (Bouças da Silva et al., 2021; Guerreiro & Vilela, 2021).

### **A Repercussão da Pandemia no Turismo Brasileiro**

No Brasil, devido ao seu arranjo institucional, no qual os estados federativos têm autonomia administrativa (Costa, 2016), as medidas restritivas para evitar a propagação do novo coronavírus variaram de acordo com a determinação das administrações públicas estaduais e municipais. Por isso, e em muitos casos por haver uma discordância com a

condução do assunto pelo Governo Federal<sup>1</sup>, a paralisação das atividades econômicas não foi uniforme no país.

Em nível nacional, houve o fechamento de fronteiras internacionais terrestres, o primeiro deles durou, aproximadamente, 3 meses, de março a junho de 2020, e restrição à entrada via aérea (FGV, 2020). Seguindo recomendações das autoridades sanitárias, diversos destinos turísticos brasileiros adotaram o distanciamento social como principal medida. E, mesmo para aqueles locais que optaram por uma política mais flexível, havia o temor que grande parte dos turistas decidisse alterar suas viagens, o que motivou o Ministério do Turismo a lançar a campanha “Não cancele, remarque” (Clemente et al., 2020). Fatores como percepção de severidade da doença, de probabilidade de infecção e a intolerância a riscos estão entre aqueles que afetaram os planos de viagens entre os brasileiros em 2020 e 2021 (Golets et al., 2021).

Assim como ocorreu no cenário global, estudos preliminares sobre os impactos da COVID-19 na cadeia produtiva do turismo no Brasil indicavam um cenário alarmante. Inicialmente, havia a expectativa de um início de estabilização do setor após três meses de interrupção. Posteriormente, este período foi revisto para cinco meses. A partir desse contexto, previa-se uma recuperação para o turismo doméstico de 12 meses e para o mercado internacional de 24 meses (FGV, 2020).

Todavia, sabe-se que a duração da pandemia tem surpreendido até mesmo os pessimistas. Ao longo de 20 meses (de março de 2020 a fevereiro de 2022), somam-se mais de 641 mil vidas<sup>2</sup> perdidas no Brasil para a COVID-19, ao lado de uma taxa de vacinação crescente, porém tardia, o que aumenta o tempo esperado de recuperação da economia do turismo. Há também o receio constante do surgimento de novas variantes do novo coronavírus, como a Ômicron, que impõem novos picos e necessidade de medidas restritivas para sua contenção. Importante frisar que o setor turístico, quando entendido como uma atividade econômica e um serviço, possui diversas particularidades, como a perecibilidade, já que os produtos turísticos não podem ser armazenados ou estocados (Santos & Kadota, 2012). Nesse sentido, esta recuperação não seria integral já que as perdas são irreversíveis, ou seja, a capacidade não vendida significa uma receita perdida permanentemente (Gössling et al., 2020). Portanto, o que se convencionou chamar de recuperação tende a ser a retomada de uma taxa de ocupação em nível pré-pandemia.

Conforme indicou Oliveira (2020), o turismo, juntamente com o comércio varejista e o setor de alimentos e bebidas (A&B), foram os segmentos mais impactados pelas medidas contra o SARS-CoV-2. Os impactos mais visíveis foram a queda do faturamento e a necessidade de demissão de funcionários. Já nos meses de março e abril de 2020, considerando apenas as empresas de alojamento e alimentação, o saldo de geração de emprego foi de -211.722 vagas, número superior ao das crises de 2015 e 2017 (FGV, 2020). A previsão para 2020 era que o setor de A&B fosse responsável por até 800 mil demissões no país (Oliveira, 2020). De fato, o ano se encerrou com um saldo negativo de empregos para o agrupamento de atividade econômica “Alojamento e alimentação”: -274.169, com mais de um milhão de desligamentos registrados (MTP, 2021).

Na tentativa de minimizar os impactos da pandemia na economia, medidas foram adotadas. Algumas das ações, em âmbito federal, foram: vinculação da campanha publicitária “Não cancele, remarque”, definição de regras de cancelamento/remarcações para serviços culturais e turísticos, facilitação de operações de crédito, com condições especiais, mas sem diminuição considerável de juros; postergação do prazo para o recolhimento de tributos do SIMPLES; disponibilização de auxílio emergencial para MEI e informais; possibilidade das empresas suspenderem os contratos de trabalho ou reduzirem a jornada e proporcionalmente o salário dos funcionários celetistas; antecipação de férias coletivas; e saque emergencial do FGTS (Clemente et al., 2020; Oliveira, 2020; Sebrae, 2020; Zylberstajn, 2020). Apesar de vistas como importantes, essas medidas receberam críticas por serem genéricas e insuficientes para evitar as demissões no turismo (FGV, 2020).

A recuperação do turismo brasileiro tende a ser lenta, iniciando pelo retorno das viagens essenciais domésticas motivadas, principalmente, por tratamentos de saúde, visita a parentes e amigos, e busca por um maior contato com a natureza (Oliveira, 2020; Revista Exame, 2021). O saldo de empregos para o grupamento de atividade econômica “alojamento e alimentação”, até agosto de 2021, mostrou-se positivo: 53.595 (MTP, 2021). Entretanto, o volume de receitas do setor turístico, também em agosto de 2021, estava 20,8% abaixo do registrado em fevereiro de 2020 (CNC, 2021).

Espera-se que a vacinação seja uma força motriz relevante para a retomada dos deslocamentos (Costa & Nascimento, 2021), o que é reforçado pela pesquisa do Observatório Febraban (2021) que aponta que 19% dos brasileiros, assim que vacinados, desejam viajar. Um exemplo da concretização deste desejo ocorreu em Bonito/MS, que se destaca na oferta de ecoturismo marcada por regras claras de uso em baixa escala. Em 2021, o destino registrou a mais alta visitação no mês de setembro dos últimos 7 anos, com mais de 25 mil visitantes (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2021).

Assim, acredita-se em uma retomada centrada no turismo doméstico e com uma esperada mudança no perfil dos viajantes, que devem apresentar uma maior preocupação sobre a sustentabilidade de suas viagens, como mostram as pesquisas recentes da empresa Booking.com (2020). Estes estudos indicam, em um recorte apenas com entrevistados brasileiros, que 7 em cada 10 viajantes querem uma forma mais sustentável de viajar e que 84% esperam que o setor de turismo ofereça essas opções. Em 2021, a empresa divulgou que 96% dos brasileiros dizem acreditar que as viagens sustentáveis são essenciais, o que coloca o país em terceiro lugar no ranking de viajantes que mais se importam com o assunto (Booking, 2021). Aqui percebe-se uma oportunidade para alinhar discursos pró-sustentabilidade com ações efetivas que possam promover o fortalecimento dessa premissa no turismo brasileiro, considerando as circunstâncias impostas pela pandemia ao setor, especialmente às pequenas empresas. Há, inclusive, um apelo nas discussões acadêmicas para se transformar a pandemia em uma oportunidade (Sigala, 2020) para gerar importantes lições para uma mudança de paradigma social.

## **Aspectos Metodológicos**

O caminho metodológico percorrido se deu em duas etapas: a primeira baseada em dados secundários e a segunda em dados primários. Na primeira, analisaram-se os dados coletados pelo Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e pela Fundação Getúlio Vargas na pesquisa on-line quantitativa “O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios”<sup>3</sup>, que tinha como intuito monitorar os impactos da crise da COVID-19 nos pequenos negócios do País<sup>4</sup>, que representam cerca de 94% do total de empresas da cadeia produtiva do turismo. Na segunda etapa, foram realizadas entrevistas com empresários do setor de turismo e de serviços de alimentação.

A pesquisa realizada pelo Sebrae/FGV publicou sua primeira edição em março de 2020 e, sua 11ª edição em junho de 2021, a última considerada para este trabalho (para detalhes, ver Apêndice A). Tem-se então um horizonte temporal de 15 meses que compreende o fechamento total das atividades econômicas, a retomada por meio dos protocolos de segurança, o início da vacinação no país, entre outros marcos temporais da pandemia. A pesquisa completa, utilizada como base, coletou dados junto a 80.053 empresas, de todos os estados brasileiros, de diferentes segmentos econômicos. Para o presente estudo, foram selecionados os setores de “turismo” e de “serviços de alimentação”, entendidos como componentes importantes da oferta turística para esta análise<sup>5</sup>. Assim, 12.007 respondentes, também de todos os estados do Brasil, compõem o recorte utilizado como base para este capítulo. Para o presente estudo, foram escolhidas nove variáveis da pesquisa original (para detalhes, ver Apêndice B).

Em complemento, em outubro de 2021, as autoras realizaram entrevistas semiestruturadas, por conveniência, a fim de apurar dois exemplos reais para cada sentimento citado na pesquisa Sebrae/FGV. O objetivo era oferecer, com um olhar exploratório, casos que pudessem ilustrar os dados da pesquisa quantitativa. Os critérios para seleção dos entrevistados foram: 1) ser um pequeno negócio, de acordo com a classificação da Lei Complementar 123/2006 (Brasil, 2006) e 2) atuar no setor de turismo ou A&B. Deu-se preferência para coletar exemplos de empresas em distintas Unidades da Federação e que representassem diferentes sentimentos entre os quatro delimitados pela pesquisa Sebrae/FGV (animado, conformado, aliviado e aflito) indicados pelos entrevistados no primeiro contato. Dentre aquelas convidadas, aceitaram participar como informantes oito empresas localizadas nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Roraima e Distrito Federal. Foi desenhado um roteiro semiestruturado com perguntas que buscavam compreender a realidade da empresa logo antes da pandemia, os principais acontecimentos durante a pandemia e o sentimento atual. Posteriormente, os textos compilados das entrevistas foram apresentados aos entrevistados, que autorizaram a publicação identificada.

## **Efeitos da Pandemia sobre os Pequenos Negócios de Turismo e Alimentação no Brasil**

No período avaliado pela pesquisa, foram analisadas diferentes variáveis que estão interligadas e indicam o impacto, principalmente econômico, sofrido pelos pequenos negócios de turismo e serviços de alimentação. Os principais achados são organizados a

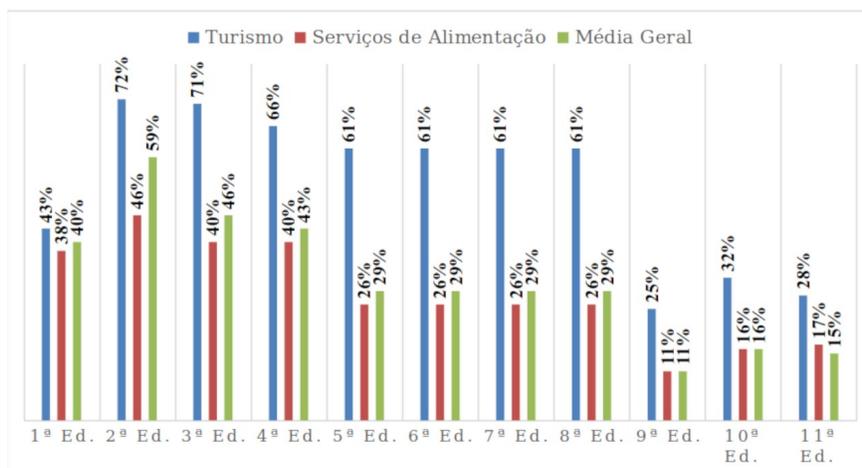
seguir em quatro tópicos: (a) fechamentos e demissões; (b) faturamento semanal e mensal; (c) empréstimo e inadimplência; (d) perspectivas e sentimentos sobre a crise gerada pela pandemia.

### *Fechamentos Temporários/Definitivos e Demissões nos Pequenos Negócios*

Confirmando as previsões dos estudos preliminares (FGV, 2020; OMT, 2020b, 2020c, 2021; WTTC, 2020), já nas primeiras semanas de pandemia, os pequenos negócios no Brasil davam sinais da gravidade dos impactos que a crise ocasionaria. Conforme pode ser observado na Figura 1, o fechamento temporário dos estabelecimentos teve seu pico na segunda edição da pesquisa, realizada em abril de 2020. Na ocasião, 72% dos pequenos negócios de turismo, 59% da média geral e 46% dos entrevistados de serviços de alimentação responderam que tinham fechado temporariamente.

**Figura 1**

### *Fechamento Temporário dos Pequenos Negócios*



*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

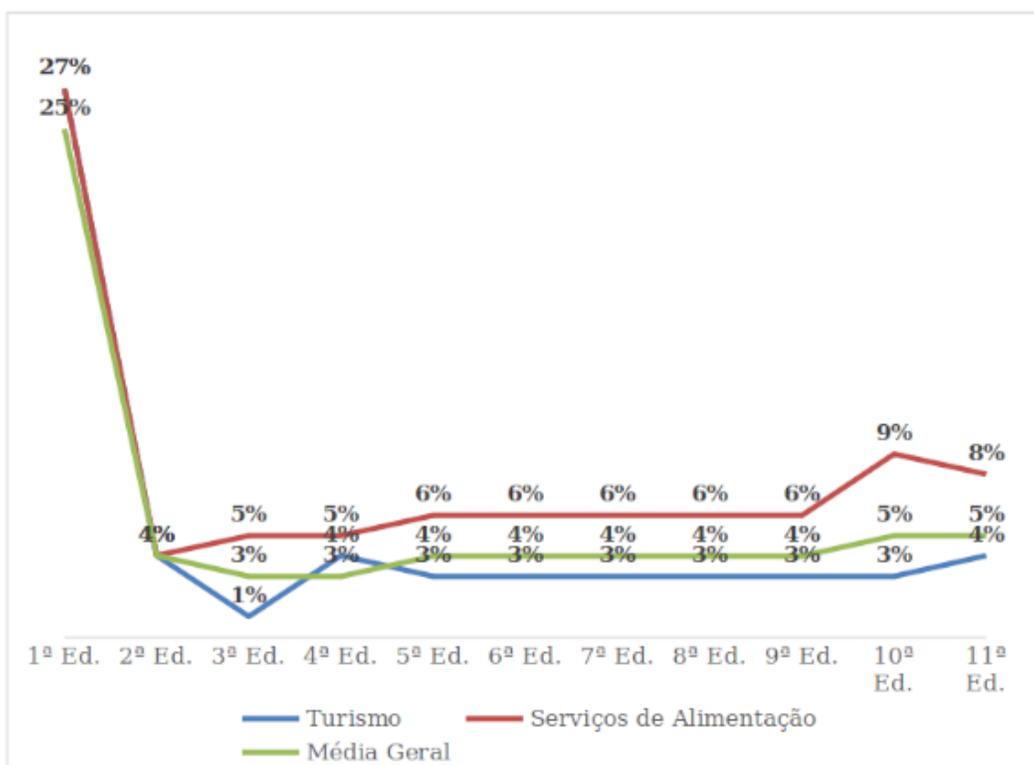
Como indicado por Oliveira (2020), nota-se que, para o turismo, o ritmo de reabertura é mais lento que nos demais segmentos, sendo que na 8ª edição (realizada no final de setembro e início de outubro de 2020), 61% dos pequenos negócios do setor ainda estavam fechados temporariamente, enquanto a média geral foi de 29%. Apenas na 9ª edição da pesquisa, realizada no final de novembro de 2020, esse número registra uma redução drástica, atingindo 25% dos estabelecimentos. Entretanto, ainda na 11ª edição, aplicada no final de maio e início de junho de 2021, os pequenos negócios de turismo fechados temporariamente ainda eram mais volumosos (28%) dos que os dos demais setores analisados. Ressalta-se que os estabelecimentos de serviços de alimentação foram considerados, por força de decreto, como essenciais. Por isso, mesmo que não abertos fisicamente ao público, eles podiam comercializar seus produtos por meio de entregas em domicílio ou retirada no local.

O pico do fechamento definitivo, por sua vez, ocorreu na primeira edição da pesquisa

(março de 2020). Neste período, como pode ser visto na Figura 2, 27% dos pequenos negócios de turismo e de serviços de alimentação responderam que haviam fechado definitivamente, enquanto a média geral foi de 25%. A partir da segunda edição, esta proporção se mantém estável, e na 11ª edição, realizada no final de maio e início de junho de 2021, o percentual de pequenas empresas fechadas definitivamente chegou a: 8% - serviços de alimentação; 5% - média geral e 4% - turismo.

**Figura 2**

*Fechamento Definitivo dos Pequenos Negócios*



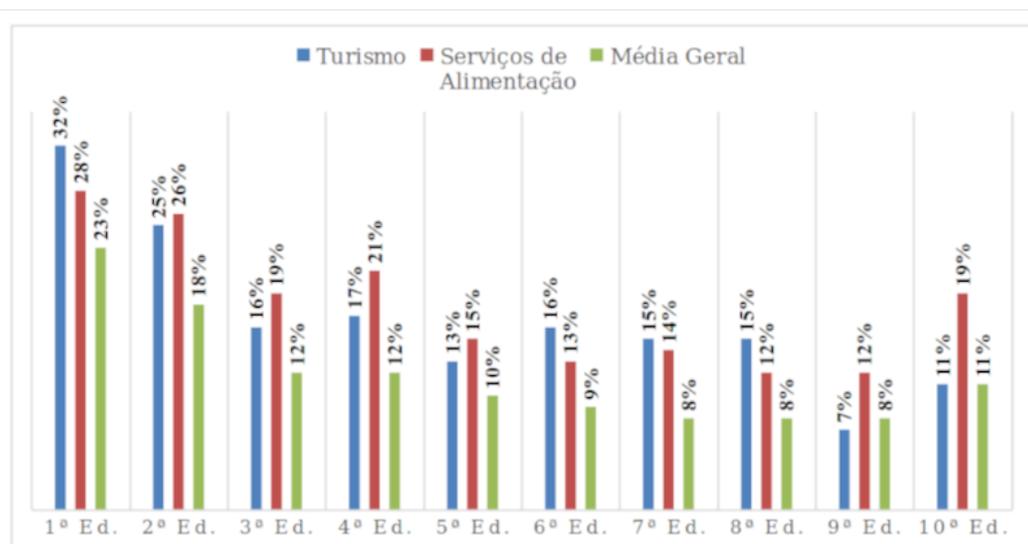
*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

Assim como relatado na literatura consultada (Bouças da Silva et al., 2021; Guerreiro & Vilela, 2021; Neves et al., 2020; Oliveira, 2020), uma consequência do fechamento das empresas, foi a demissão de funcionários. Conclui-se que o pior momento ocorreu logo na primeira edição (Figura 3), quando 32% dos pequenos negócios de turismo, 28% de serviços de alimentação e 23% na média geral informaram que demitiram funcionários nos últimos 30 dias em função da pandemia de COVID-19.

É importante mencionar que a segunda edição da pesquisa foi realizada após a publicação da Medida Provisória nº 936/2020 que instituiu o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e Renda, uma das principais ações implementadas pelo Governo Federal para minimizar os impactos econômicos da pandemia (Clemente et al., 2020). O Programa previu a redução proporcional de jornada de trabalho e de salários, e a suspensão

temporária do vínculo empregatício, o que pode ter contribuído para a redução das demissões nos pequenos negócios, observada a partir de então. Na visão de Zylberstajn (2020), estas medidas tiveram como motivação a criação de mecanismos para manter o fluxo de renda e de consumo da sociedade ao mesmo tempo em que preservavam os empregos. Já para a FGV (2020), no longo prazo, esta medida genérica não seria eficiente para se evitar as demissões no setor de turismo. Mesmo que em proporção menor, realmente as demissões seguiram acontecendo.

**Figura 3**  
*Proporção de Respondentes que Demitiu Funcionários*



*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

Na décima edição (final de fevereiro e início de março de 2021), observa-se um aumento no número de demissões, principalmente no setor de A&B (19%). Esse período coincide com a decisão de alguns estados e municípios em retomar medidas mais rígidas de combate ao novo coronavírus, o que colocou os empresários em estado de alerta (Sebrae, 2021). Ressalta-se que na décima primeira edição da pesquisa, o Sebrae e a FGV não abordaram essa questão. Entretanto, dados oriundos do Novo CAGED indicam que o mês de junho de 2021 se encerrou com um saldo positivo de empregos para o grupamento “alojamento e alimentação”: 18.282 (MTP, 2021). Porém, esse dado não contempla apenas os pequenos negócios, o que prejudica o entendimento se o aumento das demissões em 2021 foi algo passageiro, localizado nos primeiros meses do ano.

Cabe lembrar que os pequenos negócios, em virtude da sua natureza, estão severamente expostos às consequências negativas do *lockdown* ou do fechamento parcial das atividades. Apesar de ser uma medida extremamente necessária para a contenção do vírus, considerando que no início da pandemia não havia ainda uma vacina desenvolvida, o fechamento da economia traz como consequências a queda vertiginosa no faturamento, as demissões

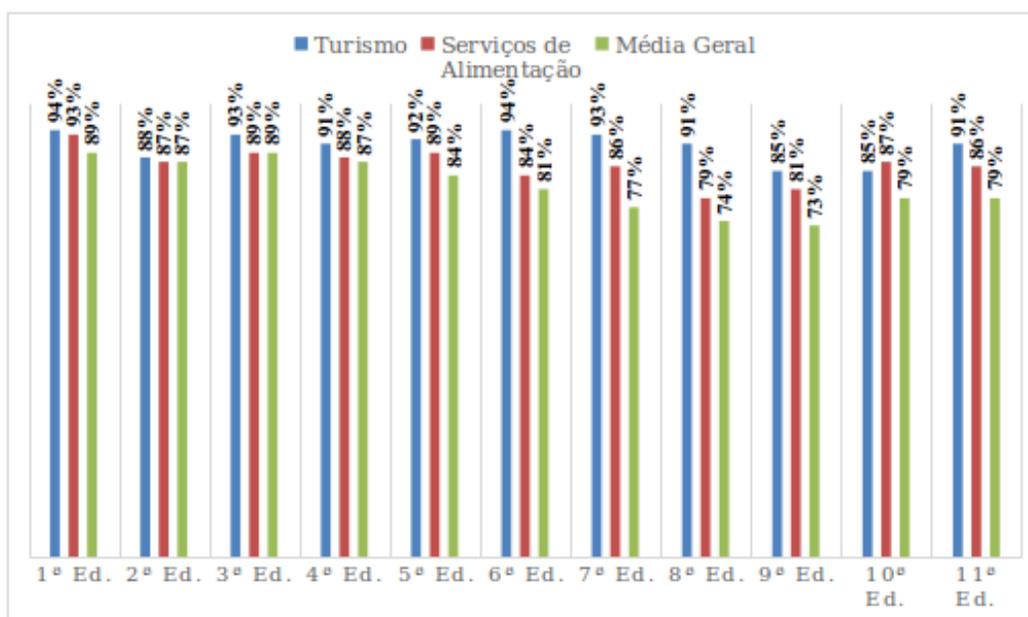
de funcionários e a necessidade de contrair dívidas (Guerreiro & Vilela, 2021; Oliveira, 2020).

### *Faturamento Semanal e Mensal dos Pequenos Negócios*

O fechamento temporário também resultou na queda do faturamento mensal e em uma grande variação negativa do faturamento semanal dos pequenos negócios. Referente ao impacto no faturamento mensal, como pode ser visto na Figura 4, a grande maioria dos respondentes, de todos os segmentos, afirmou, em todas as edições, que houve redução. Entretanto, não foi mensurado o tamanho do prejuízo.

**Figura 4**

*Proporção de Respondentes que Indicaram Queda no Faturamento Mensal*

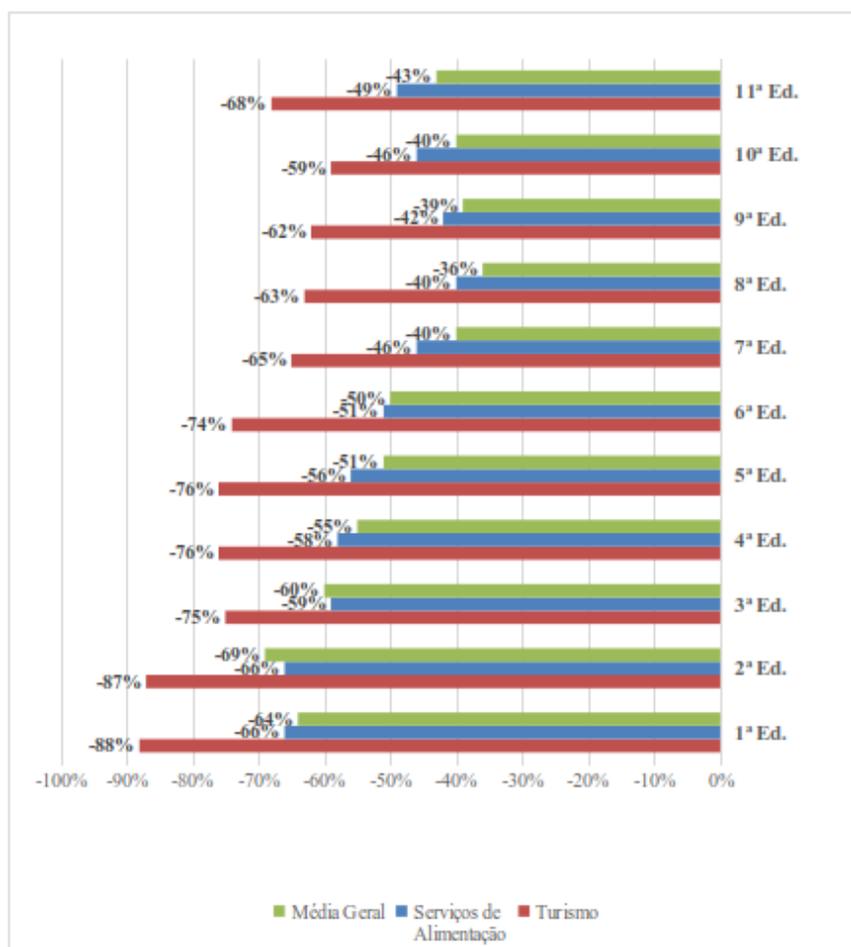


*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

No que tange à variação semanal (Figura 5), a queda foi mais acentuada para o turismo na primeira e na segunda edições da pesquisa: -88% e -87%, respectivamente. É compreensível que logo nas primeiras semanas da pandemia, os resultados tenham sido tão negativos, pois, conforme relatado por Hall et al. (2020), em março de 2020, cerca de 90% de toda a população mundial enfrentava algum nível de restrição às viagens internacionais. Houve ainda a implementação das restrições de movimentações internas nos diversos municípios brasileiros (Clemente et al., 2020; FGV, 2020). Para os serviços de alimentação, a variação mais negativa foi de -66%, também nas duas primeiras edições. Há de se considerar que a adoção da modalidade de *delivery* pelas empresas do setor de alimentação, e/ou a retirada no local dos produtos comercializados, pode ter minimizado esta variação negativa semanal do faturamento, como corroborado pelo estudo de Bouças da Silva et al. (2021). Na média geral, o pior resultado, -69%, foi registrado na segunda

edição da pesquisa.

**Figura 5**  
*Varição no Faturamento Semanal*



*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

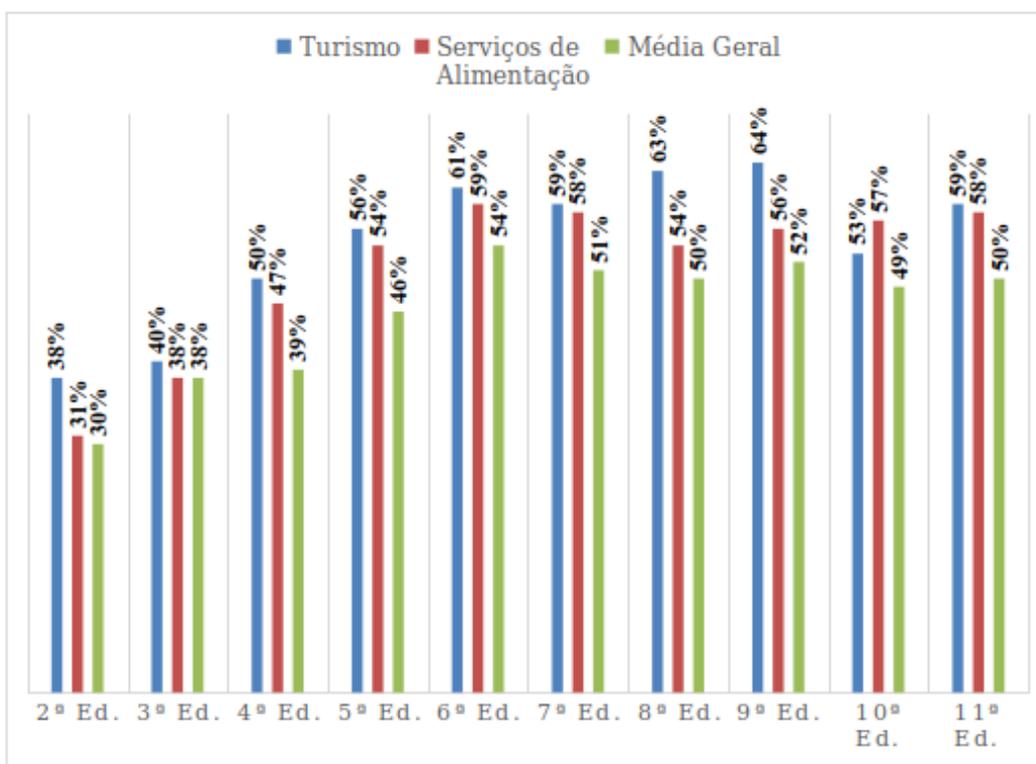
Ao se analisar a Figura 5, nota-se que o cenário do faturamento semanal em 2021 ainda está fortemente afetado, principalmente para os pequenos negócios de turismo. Na décima edição da pesquisa realizada pelo Sebrae e pela FGV, foi acrescida uma pergunta se os entrevistados tinham faturado mais durante as festas de final de ano de 2020. No setor de turismo, 67% dos entrevistados relataram que essas festas não impactaram o faturamento. A mesma resposta foi dada por 61% dos respondentes do setor de serviços de alimentação e por 70% da média geral. Ou seja, um período que tradicionalmente movimentava o setor de turismo e A&B, o final de ano, não foi suficiente para reverter as quedas de faturamento da maioria dos pequenos negócios.

*Empréstimos e Inadimplência dos Pequenos Negócios*

Com o faturamento severamente afetado, os pequenos negócios buscaram alternativas de empréstimo, e muitos tiveram o pedido recusado (Oliveira, 2020; Sebrae, 2021). Outro problema enfrentado foi a alta taxa de juros praticada, que seria resultado do temor dos bancos da inadimplência das empresas (Oliveira, 2020). A Figura 6 mostra que o pico para o setor do turismo foi na 9ª edição, quando 64% dos respondentes disseram que solicitaram empréstimos. Vale lembrar que esta edição da pesquisa foi realizada já no final de novembro de 2020, 8 meses após o fechamento das atividades econômicas não-essenciais. Já para serviços de alimentação (59% dos respondentes) e na média geral (54%), o momento de maior procura foi registrado na 6ª edição da pesquisa. Ressalta-se que na primeira edição não foi feito esse questionamento.

**Figura 6**

*Proporção de Respondentes que Recorreram a Empréstimos*



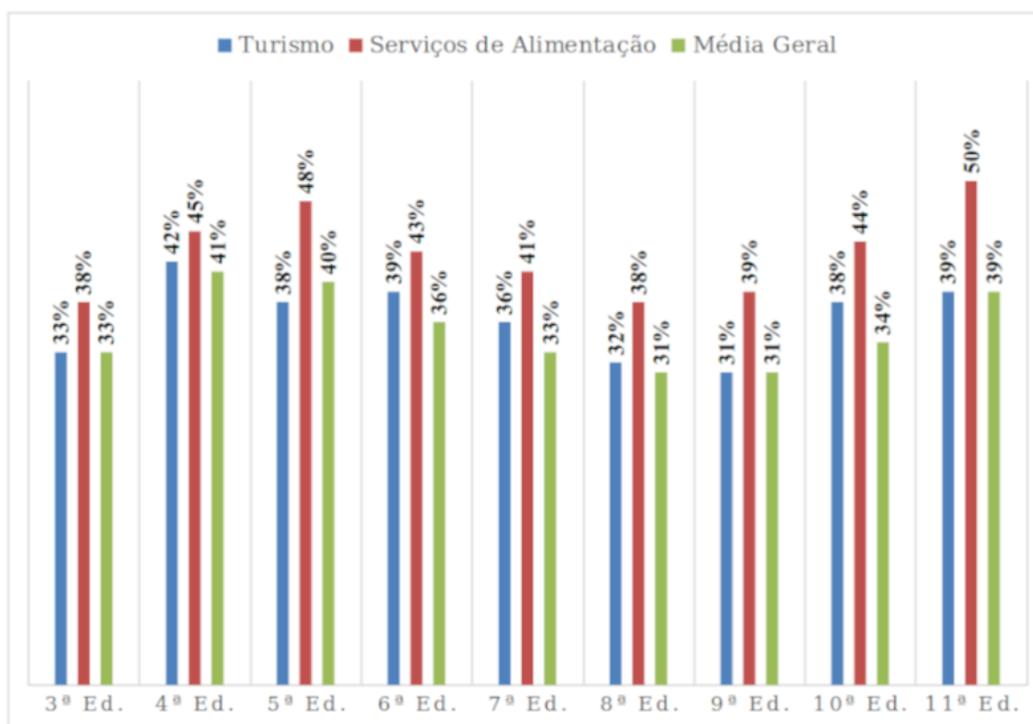
*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

Ainda na 9ª edição da pesquisa, é possível identificar que dentre aqueles que solicitaram empréstimos no setor de turismo, 42% obtiveram uma resposta positiva e 50% não conseguiram. A proporção de pequenos negócios de serviços de alimentação a ter uma resposta positiva foi ainda menor: 32%. Na média geral, apenas 34% conseguiram. Por outro lado, a indústria alimentícia foi o segmento que registrou o maior número de empréstimos aprovados, com 56% dos respondentes, seguidos pelo agronegócio, com 53%.

Quanto à inadimplência (Figura 7), passa a ser avaliada na terceira edição da pesquisa e acende o “sinal vermelho” para a sustentabilidade destes empreendimentos. O auge da inadimplência do setor de turismo foi registrado entre maio e junho de 2020, quando 42% dos pequenos negócios responderam que estavam com dívidas em aberto e atrasadas.

### Figura 7

#### Proporção de Respondentes Inadimplentes



*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

A inadimplência do setor serviços de alimentação foi maior do que do turismo em todas as edições, sendo a maior proporção de inadimplentes, 50%, registrada entre maio e junho de 2021. E, ainda na Figura 7, nota-se que, a partir da 9ª edição, o percentual de pequenos negócios de serviços de alimentação que recorre a empréstimos começa a subir novamente, chegando a 58% na última edição da pesquisa. Ou seja, o número de inadimplentes estava subindo, assim como o número de pequenos negócios de serviços de alimentação que precisou solicitar empréstimos bancários, o que mostra uma grave dificuldade dos estabelecimentos se manterem em funcionamento.

#### *Perspectivas e Sentimentos entre os Empresários dos Pequenos Negócios sobre a Crise Gerada pela Pandemia*

Por último, foi perguntado aos entrevistados qual a expectativa de prazo para a recuperação da economia brasileira. O momento de maior pessimismo para o setor de turismo e na média geral (Tabela 1), mesmo com o avançar da vacinação no país, foi registrado

na última edição da pesquisa: 18 meses. Já para o setor de serviços de alimentação, o momento de maior pessimismo foi registrado nas duas últimas edições, quando a expectativa de recuperação ficou em 17 meses. As demais respostas podem ser vistas a seguir:

**Tabela 1**

*Expectativa de Recuperação da Economia Brasileira*

<b>Edições</b>	<b>Turismo</b>	<b>Serviços de Alimentação</b>	<b>Média Geral</b>
1 <sup>a</sup>	4 a 6 meses	4 a 6 meses	4 a 6 meses
2 <sup>a</sup>	11 meses	11 meses	10 meses
3 <sup>a</sup>	8,4 meses	10,3 meses	8,4 meses
4 <sup>a</sup>	16,9 meses	13,4 meses	13,9 meses
5 <sup>a</sup>	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado
6 <sup>a</sup>	07 a 12 meses	07 a 12 meses	07 a 12 meses
7 <sup>a</sup>	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado
8 <sup>a</sup>	11 meses	12 meses	12 meses
9 <sup>a</sup>	15 meses	14 meses	14 meses
10 <sup>a</sup>	16 meses	17 meses	17 meses
11 <sup>a</sup>	18 meses	17 meses	18 meses

*Nota.* Elaborado a partir dos dados obtidos na bibliografia consultada.

A se julgar pela percepção dos pequenos negócios, a economia brasileira ainda tem um longo caminho a percorrer rumo à recuperação nos níveis pré-pandemia, assim como relatado por Oliveira (2020). Aqui cabe lembrar a previsão inicial da FGV (2020) de que o início de estabilização do setor de turismo se daria após cinco meses de interrupção. Esta estabilização duraria cerca de 12 meses para o turismo doméstico e 24 meses para o internacional, até alcançar o estágio de recuperação.

Outro dado importante para esta análise sobre a recuperação da economia, que começou a ser coletado a partir da oitava edição da pesquisa, refere-se ao sentimento que os pequenos negócios tinham sobre a situação vivida naquele momento. Foram dadas aos entrevistados quatro opções de frases para caracterizar a situação: “animado com as novas oportunidades - Animado”, “os desafios provocaram mudanças que foram valiosas para o meu negócio - Conformado”<sup>6</sup>, “o pior já passou - Aliviado” e “ainda tenho muitas dificuldades para manter meu negócio - Aflito”. Coincidindo com a piora da percepção sobre a recuperação econômica, a resposta da maioria dos entrevistados, de todos os setores avaliados, e nas quatro edições da pesquisa, foi a última opção, que revela predominante aflição.

A fim de trazer luz para esses diferentes sentimentos e ilustrar com casos reais, trazemos exemplos de pequenos negócios de turismo e serviços de alimentação no Brasil e suas trajetórias ao longo da pandemia.

*Sentimento “Animado com as novas oportunidades”*

**Empresa:** Aventurismo Rotas Ecológicas

**Local:** Taubaté – SP

A empresa Aventurismo Rotas Ecológicas foi fundada em 2017, nasceu a partir da decisão de unir o hobby de fazer trilhas e viajar com a experiência de gestão em uma empresa de transportes. O proprietário se destaca dos concorrentes em sua visão de futuro para seu negócio, acompanha as tendências e organiza viagens cujo foco, além das experiências, é o respeito ao meio ambiente. Tudo ia bem até março de 2020, quando se iniciou a pandemia.

A empresa ficou fechada por 5 meses até a retomada paulatina em agosto de 2020. Nesses meses sem trabalho, o gestor aproveitou para estudar, criar protocolos, fazer *lives* sobre viagens de natureza, manter contato com os clientes. A partir dessa pausa e seguindo as tendências de consumo de viagens, adequando seu produto ao “novo normal”, decidiu fazer um investimento e comprou um veículo que atende a uma demanda mais exclusiva. Desta forma, ampliou seus serviços, oferecendo um produto diferenciado, com mais conforto e com foco em um público que quer viajar com mais segurança e não em grupos. Esse investimento já está dando resultados e ele identificou na crise que existem novas possibilidades para crescimento.

**Empresa:** Vivalá Turismo e Voluntariado

**Local:** São Paulo – SP

A Vivalá surgiu, em 2016, como um negócio social no setor de turismo, baseado no tripé da sustentabilidade. São oferecidas vivências em unidades de conservação brasileiras com profunda interação com a natureza, turismo de base comunitária e voluntariado. Até seu quinto ano de operação, atingiu 814 viajantes de 10 países em 55 expedições que injetaram mais de R\$ 500 mil em 7 diferentes comunidades. Neste período, 154 negócios familiares foram mentorados com quase 5.000 horas de voluntariado. Ao começar 2020, os planos da Vivalá eram de expansão, aumento de escala, fortalecimento da relação com *stakeholders* e sedimentação do seu impacto positivo.

No entanto, esses planos precisaram aguardar quando começou a pandemia. Durante a paralisação das atividades turísticas, a Vivalá organizou campanhas de apoio às comunidades tradicionais, deu suporte aos viajantes com experiências compradas, fez pesquisas de mercado e com clientes, refinou sua estratégia de longo prazo e sua tese de impacto. Aos poucos, voltou a atuar com pequenos grupos, seguindo protocolos sanitários. Após 18 meses de pandemia, a organização voltou a investir e expandir sua operação para mais 5 estados brasileiros, ainda em 2021, e segue com sua visão de consolidar o turismo de base comunitária no país. Em setembro de 2021, registrou o melhor mês de vendas de sua história, o que atribui ao seu processo de estruturação durante as fases mais duras da pandemia. Soma-se a isso a percepção da empresa que as pessoas estão buscando cada vez mais experiências de turismo sustentável. No momento, a Vivalá está animada para iniciar uma rodada de captação de investimentos que possibilitará alcançar sua visão para

o turismo de base comunitária no Brasil.

*Sentimento “Os desafios provocaram mudanças que foram valiosas para o meu negócio”*

**Empresa:** Makunaima Soluções em Turismo

**Local:** Boa Vista – RR

A Makunaima Soluções em Turismo foi formalizada em 2008, mas até 2016 a agência era um complemento de renda dos proprietários. A virada ocorreu quando os sócios participaram de programas de formação em empreendedorismo (Empretec) e Marketing. A partir daí, a agência de receptivo passou a ter dedicação exclusiva dos donos. Antes mesmo da pandemia, os sócios haviam decidido priorizar o público B2B (*business to business*), o que se mostrou uma decisão acertada porque as organizações não governamentais (ONGs) e organismos internacionais que atuam na fronteira do Brasil com a Venezuela continuaram o seu trabalho de apoio aos refugiados, apesar de ter diminuído a demanda.

Durante a pandemia, a despeito do Monte Roraima não ser o principal produto da agência, o fechamento da fronteira com a Venezuela gerou um impacto. A empresa ficou três meses sem prestar nenhum serviço e, aproximadamente, sete meses sem ofertar serviços de turismo de lazer. Todavia, optou por manter a única funcionária, mesmo tendo que usar a reserva econômica resultante de uma gestão financeira rigorosa. Ainda, os sócios investiram em aprimorar a formação da funcionária como guia de turismo, fortalecendo seu histórico de valorização da qualificação profissional.

**Empresa:** Restaurante Brasis

**Local:** Brasília - DF

O Brasis foi aberto em abril de 2019 e concretizou o sonho da Chef e proprietária de oferecer uma cozinha brasileira autoral que usa ingredientes selecionados e orgânicos. Está localizado dentro da APA do Planalto Central, defronte ao Parque Nacional de Brasília. Com apenas três meses da abertura, a proprietária foi eleita em segundo lugar, pela Revista Encontro Gastrô do Correio Brasiliense, como Chef Revelação. Entretanto, com menos de um ano de criado, em razão da pandemia, o restaurante teve que fechar temporariamente as portas.

Foi um período desafiador, mas a opção foi por não demitir ninguém. O tempo sem funcionar foi usado para capacitar a equipe, fazer a reforma do salão, que dobrou a capacidade de atendimento, e estudar o cardápio. Era comum a equipe passar as tardes juntas assistindo cursos on-line e conteúdos relacionados à gastronomia. Atualmente, o empreendimento está passando por uma nova reforma. Foram contratadas mais 8 pessoas e passou a integrar o roteiro de turismo rural Viva Lago Oeste, construído junto a pequenos negócios da localidade. Os desafios atuais são manter a qualidade sem alterar os preços dos pratos; apesar do quadro inflacionário do país estar impondo severa oscilação nos preços dos insumos. Este é um fator importante porque a empresa ainda está na fase de construir uma carteira de clientes. A cada final de semana mais de 60% do público é de novos clientes. O próximo passo será avançar em uma parceria com Portugal, que foi adiada com a pandemia, mas que agora será um novo sonho também chamado “Brasis”.

*Sentimento “O pior já passou”*

**Empresa:** FelicITÀ Pousada

**Local:** Extrema – MG

A FelicITÀ Pousada está localizada na Serra da Mantiqueira, destino turístico em desenvolvimento com muitas indústrias que fomentam, além do turismo de lazer, o turismo de negócios. Em 2018, a pousada foi aberta a partir da idealização do casal proprietário. Atendendo a um nicho de mercado que estava carente de opções de hospedagem como a pousada, eles foram crescendo, fazendo reformas e adequando às necessidades da demanda. Priorizando um compromisso com a sustentabilidade, visto na utilização de cisternas, energia solar e gestão de resíduos, são destaque no destino. Com apenas 6 quartos, eles inauguraram a pousada sem nenhuma dívida, situação rara nos meios de hospedagem, e puderam investir os recursos na expansão e melhorias nos dois primeiros anos.

Até que em março de 2020, com a pandemia, ficaram fechados por 7 meses, retomando aos poucos em outubro daquele ano. Toda a reserva que seria usada para a construção de um bistrô na pousada foi revertida para sobreviver e manter os custos. Foi a primeira vez que buscaram uma linha de crédito. Mas, nesse período em que estiveram fechados, fizeram várias reflexões, inclusive para começar a atender o turismo de negócios que circula intensamente nos dias de semana. Os proprietários seguem esperançosos com o futuro, acreditando que o pior já passou e voltaram a pensar na construção do bistrô e na finalização de quatro suítes de luxo como forma de ampliação da pousada.

**Empresa:** Dali Travel Experience e ETCO

**Local:** Brasília - DF

“Viajar é viver o seu destino” é o lema da Dali Travel Experience, consultoria de viagens de experiências fundada em Brasília, em 2016. Os roteiros são voltados para autoconhecimento, gastronomia, bem-estar, cultura e atividades em paisagens naturais. No começo de 2020, a estratégia da empresa foi se desdobrar em duas para melhorar seu foco. Seu novo braço, a ETCO, se dedicaria às viagens individuais mais conscientes e responsáveis sob a ideia: “a viagem do futuro é a viagem de agora”.

A pandemia afetou severamente as duas empresas. Sem operações, viram o endividamento crescer, o faturamento cair abruptamente, congelaram salários e enfrentaram um período extremamente desafiador. A Dali Travel Experience passou a focar em viagens de experiências imersivas, com roteiros prontos, individuais ou em grupo. A recente ETCO não teve tempo de iniciar sua operação, mas se dedicou a tentar se comunicar com seu público, mostrando que a pandemia alteraria o modo como se pensa em turismo, ressaltando posturas mais responsáveis. Por isso, seu foco é em viagens sob medida e conscientes. Após 18 meses, observam a demanda por viagens retornar aos poucos, diante do avanço da vacinação e a modificação das barreiras sanitárias ao Brasil. Neste momento, estão atendendo a diversas cotações de viagens, iniciaram algumas operações, o que faz com que os empreendedores se sintam aliviados, entendendo que o pior já passou e que

poderão retomar suas atividades.

*Sentimento “Ainda tenho muitas dificuldades para manter meu negócio”*

**Empresa:** Rancho Cana Brava

**Local:** Brasília - DF

Criado há 25 anos, tem como foco o turismo rural, a gastronomia mineira e as atividades ao ar livre para adultos e crianças. Em 2019, começou a repensar seu modelo de operação porque financeiramente estava inviável manter os custos com o tipo de serviço oferecido.

Com a chegada da pandemia, a empresa fechou por 5 meses, demitiu todos os 24 funcionários (fixos e temporários), pediu empréstimo. Reinventar-se ficou inadiável, na visão da gestora. Para a retomada, modificaram o serviço de buffet, o que afastou os clientes antigos, mas trouxe novos. Mesmo com dificuldades financeiras, eles investiram em redes sociais e fizeram uma pesquisa simples com os clientes quando perceberam a mudança do perfil. O resultado fez com que retornassem ao modelo antigo de *buffet*, mas mudaram a forma de cobrança da entrada. Estão dando vazão a novas ideias de novos produtos como ampliar a área de brinquedos ao ar livre para as crianças. Criaram também o projeto Experiência na barraca onde os pais e as crianças têm uma gama de atividades de sábado para domingo, e acampam em barracas com uma infraestrutura dedicada a esse momento em família. Ainda se veem aflitos com a situação econômica e só conseguiram recontratar quatro dos antigos funcionários. Como desafio e meta, objetivam recontratar todos e serem reconhecidos não apenas como restaurante, mas como equipamento turístico com foco na natureza.

**Empresa:** Blau Tour e Velle Representações

**Local:** São Paulo - SP

Blau Tour e Velle Representações são empresas com focos diferentes, porém geridas pelo mesmo empresário, que se mostra aflito. A Blau Tour nasceu em 1987 como agência de viagens e com foco em segmentos específicos: Corporativo, Lazer e Live Marketing. Em 2019, estava em uma situação confortável com os negócios. Com a chegada da pandemia, zeraram suas receitas em abril de 2020. Tiveram então que devolver o escritório em uma ótima localização em São Paulo e demitir seus três funcionários fixos. Aqueles que quiseram, passaram para um sistema de trabalho em home office de forma independente, remunerados por comissionamento. Com a retomada a partir de janeiro de 2021 no setor corporativo, pequenos clientes ainda estão repensando as atividades. Como agência, possui dívidas financeiras e tentou financiamento do governo no início da pandemia, mas não conseguiu e optou por linhas de crédito em bancos privados. As dificuldades estão presentes e ainda não vê uma retomada acelerada.

Já a Velle atua com representação de produtos turísticos internacionais e trabalha direto com agências de viagens com foco em cruzeiros fluviais. No primeiro mês da pandemia, demitiu dois estagiários e, posteriormente, três pessoas se desligaram. Hoje são sete pessoas, incluindo o proprietário. No final de 2021, diante do aumento no volume de orçamentos solicitados, a expectativa de retomar as atividades era grande, o que

possibilitou a contratação de mais um atendente. O empresário segue aflito porque seu público-alvo é de idosos, que na época do levantamento, dependiam da liberação da Coronavac para entrada em determinados países, além dos fatores econômicos que impactam na receita, como o câmbio alto e a cobrança de 33% de IRRF para remessas ao exterior.

---

A partir dos exemplos coletados, em outubro de 2021, nota-se que os impactos da pandemia foram duramente sentidos pelos empresários. Todos relataram algum expressivo processo de mudança, motivado por dificuldades, incertezas e aflições. Alguns afirmaram que reconduziram os rumos do empreendimento. Outros conseguiram, apesar das limitações, investir em qualificação, novos produtos, novos públicos, pesquisas e relacionamentos. Alguns não trazem uma perspectiva otimista, e ainda se vêem uma série de preocupações, sobretudo daqueles que tiveram seus modelos de negócio mais afetados – seja por restrições de trânsito, especialmente as internacionais, seja pela crescente dificuldade de viabilizar financeiramente a empresa, ou por outras razões.

Havia, no momento da coleta de dados, uma sensação de recente arrefecimento da pandemia no contexto brasileiro, o que contribuiu para que surgissem também exemplos que demonstram animação, expectativas positivas, esforço para planos de retomada e/ou expansão. Nota-se, ainda, em diversos dos depoimentos que os empreendimentos têm buscado fortalecer aspectos alinhados com novas regras de convívio na pandemia: atividades ao ar livre, com maior segurança sanitária, mais individuais do que em grupos, com foco em viagens responsáveis.

Durante a etapa de levantamento de exemplos de pequenos negócios, emergiram outros casos que ilustram os diversos sentimentos de empreendedores. Com os relatos, verificou-se que os sentimentos, muitas vezes, sobrepõem-se: alívio coexiste com incerteza e animação diante das novas oportunidades. Um caso interessante foi o Instituto Vivejar, uma ONG que nasceu como um *spin off* das empresas Vivejar e da Inverted America, localizada no município de Brotas - SP. Apesar do Instituto não se enquadrar como público-alvo da pesquisa Sebrae/FGV, por sua natureza de terceiro setor, sua trajetória evidencia a expansão, junto com uma série de adaptações e inovações necessárias em resposta à pandemia. Durante este período, em função das restrições que o setor de turismo enfrentou, os idealizadores do Instituto Vivejar, que existia no papel desde 2019, passaram a dedicar mais de 50% de seu tempo na estruturação de iniciativas de turismo social e responsável. Inicialmente, criaram um curso digital sobre turismo responsável, cujo primeiro módulo, oferecido gratuitamente, recebeu mais de 600 inscrições do Brasil e de outros 7 países, demonstrando o interesse no tema e em ações de capacitações inclusivas. No 1º semestre de 2021, adaptaram a solução para destinos turísticos, realizando o curso para a Empresa Potiguar de Promoção Turística - Emprotur. Diante das crescentes demandas e oportunidades, contrataram o Fundo de Investimentos Bemtevi para a jornada

de aceleração do Instituto. Assim, apesar dos desafios da pandemia, uma nova iniciativa alinhada com um paradigma mais consciente de viagens, também foi fortalecida.

### **Considerações Finais**

Este capítulo teve como objetivo refletir sobre os dados coletados pela pesquisa realizada pelo Sebrae e a FGV sobre os impactos da COVID-19 nos pequenos negócios do Brasil, situando os achados ao momento atual da pandemia no setor de turismo e serviços de alimentação. Para isso, foram mostrados exemplos de empresas dos dois setores que ajudam a qualificar e ilustrar como a pandemia afetou os negócios e, ao mesmo tempo, a conhecer diferentes trajetórias e sentimentos.

Ao se analisar 11 edições da pesquisa citada, com especial atenção aos negócios de turismo e alimentação, conclui-se que o fechamento temporário levou a demissões de funcionários, queda do faturamento, maior inadimplência e reduziu as chances de sobrevivência dos pequenos negócios, elevando também o fechamento definitivo. Mesmo após o anúncio de medidas de suporte, os impactos econômicos continuaram a ser sentidos.

Pôde-se notar que a proporção de pequenos negócios de turismo que ainda estava fechada temporariamente, começou a cair a partir de novembro de 2020, mas voltou a subir nos primeiros meses de 2021. Pequenos negócios, geralmente, não dispõem de reserva de capital de giro que suportem os desafios de uma crise com a dimensão atual. A expectativa é que o setor de turismo retome gradualmente as atividades com o avançar da vacinação, o que está ocorrendo em ritmos desiguais nos diferentes destinos do mundo<sup>7</sup>.

Também foi possível observar que a maior demanda por crédito para o setor de turismo ocorreu no final de novembro de 2020, próximo às férias de final de ano e à flexibilização das restrições na maioria dos municípios brasileiros. Ou seja, esta poderia ser uma sinalização de que o crédito procurado seria aplicado para viabilizar o retorno da operação dos negócios. Por outro lado, a inadimplência é um sinal de alerta, já que entre fim de maio e início de junho de 2021, uma parte considerável dos pequenos negócios de turismo estava em atraso com suas dívidas, principalmente com as bancárias.

Outro ponto de atenção foi o aumento das demissões no setor de alimentação no final de fevereiro e início de março de 2021, quando, motivados pelo aumento de casos de COVID-19 e da ameaça das variantes, alguns estados e municípios decidiram retomar medidas mais rígidas de combate ao novo coronavírus. Em um cenário ainda de muita incerteza sobre a doença, e certa resistência à vacinação no mundo, essa hipótese de um novo fechamento de fronteiras e do enrijecimento das medidas de contenção do vírus, o que impacta diretamente a economia, não pode ser totalmente desprezada.

Há de se ressaltar que as perspectivas predominantes sobre a economia, por parte das pequenas empresas, ainda aparecem como expressivamente negativas. Em junho de 2021, a maioria dos entrevistados revelava a expectativa de que a recuperação econômica ainda demoraria 18 meses, na visão do setor de turismo, e 17 meses na visão dos negócios de alimentação. Este cenário também se reflete no sentimento manifestado por parte predominante das empresas: “ainda tenho muitas dificuldades para manter meu negócio –

Aflito”. Isso mostra que o caminho tem sido difícil, que a recuperação ainda é vista como incerta, gerando aflição como resposta predominante.

Adicionalmente, as autoras levantaram depoimentos qualitativos para ilustrar os quatro sentimentos indicados na pesquisa Sebrae/FGV, o que permitiu enriquecer o olhar sobre distintas trajetórias dos pequenos negócios na pandemia, transcorridos 20 meses desde o seu início. Apesar da predominante visão negativa, e da brutal crise enfrentada, surgem elementos de recuperação e inovação em alguns negócios. Outros elementos presentes são a diversificação de propostas, a existência de sentimentos de animação, de possibilidade de reorientação dos negócios e de um crescente interesse na sustentabilidade das viagens.

A principal limitação deste trabalho se origina da opção por se trabalhar com dados secundários na primeira etapa. As alterações detectadas nos instrumentos de coleta empregados ao longo das edições da pesquisa Sebrae/FGV impactaram algumas análises temporais. Outro limitador do estudo diz respeito à conveniência empregada para alcançar as empresas entrevistadas na segunda etapa. Para superar esse ponto, sugere-se uma ampliação da amostra em futuros estudos.

Sugere-se, ainda, para estudos futuros a mensuração da retomada nos níveis pré-pandemia, na medida que a vacinação avança pelo país; a análise de possíveis mudanças na gestão financeira pelos empreendedores de pequenos negócios, em razão da experiência vivenciada na pandemia; e o acompanhamento das mudanças implementadas, bem como um aprofundamento das tendências de consumo de viagens no que diz respeito à sustentabilidade em um novo cenário pós-pandemia.

## Referências

Agência Brasil. (2021). *Variante do Coronavírus faz países suspenderem voos com o Brasil*. Recuperado em 20 dezembro 2021 de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-01/variante-do-coronavirus-faz-paises-suspenderem-voos-com-o-brasil>.

Booking.com. (2020). *Viagens mais inteligentes, humanas e seguras: Booking.com revela 9 previsões para o futuro das viagens*. Recuperado em 20 dezembro 2021 de <https://news.booking.com/pt-br/bookingcom-revela-9-previsoes-para-o-futuro-das-viagens/>

Booking.com. (2021). *Pesquisa da Booking.com revela que brasileiros se sentem incomodados quando acomodação os impede de ser sustentáveis durante viagem*. Recuperado em 20 dezembro 2021 de <https://news.booking.com/pt-br/pesquisa-da-bookingcom-revela-que-brasileiros-se-sentem-incomodados-quando-acomodaco-os-impede-de-ser-sustentaveis-durante-viagem/>

Bouças da Silva, D.L., Miranda, A.L., & Hoffmann, V.E. (2021). Viva ou Deixe Morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhã, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(1). <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2203>

Brasil (2006). *Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (2006, 14 de dezembro). Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte(...)*. Recuperado

em 20 dezembro 2021 de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)

Brasil (2020). *Medida Provisória nº 936, de 1º de abril de 2020 (2020, 01 abril). Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda(...)*. Recuperado em 20 dezembro 2021 de <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-936-de-1-de-abril-de-2020-250711934>

Clemente, A.C.F., Andrade, L.G., Stoppa, E.A., & Santos, G.E.O. (2020). Políticas Públicas Frente aos Impactos Econômicos da COVID-19 no Turismo. *Cenário - Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 8(14). <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v8i14.32210>

Confederação Nacional do Comércio [CNC]. (2021). *Serviços passam a liderar recuperação da economia*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2021/10/Analise\\_PMS\\_agosto\\_2021.pdf](https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2021/10/Analise_PMS_agosto_2021.pdf)

Costa, J.C.X. (2016). *Autonomia dos entes federativos. Importância da autonomia e suas implicações administrativas e tributárias*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://jus.com.br/artigos/51884/autonomia-dos-entes-federativos>

Costa, H.A., & Nascimento, E.P. (2021). Turismo. *Brasil em Números* (Edição em Inglês. Impresso). 9.

Fundação Getúlio Vargas [FGV]. (2020). *Impactos Econômicos do COVID-19. Propostas para o Turismo Brasileiro*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19\\_impactoeconomico\\_v09\\_compressed\\_1.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf)

Golets, A., Farias, J., Pilati, R., & Costa, H.A. (2021). COVID-19 pandemic and tourism: The impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions. *Current Psychology*, 1, 13-14. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-021-02282-6>

Governo do Estado do Mato Grosso do Sul (2021). *Turismo de Bonito tem o melhor setembro dos últimos 7 anos*. Recuperado em 21 dezembro 2021 de <http://www.ms.gov.br/turismo-de-bonito-tem-o-melhor-setembro-dos-ultimos-7-anos/>.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. (2020). Pandemics, Tourism, and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

Guerreiro, A.C., & Vilela, G.J.P. (2021). Os Impactos do Coronavírus nos Pequenos de Turismo no Brasil: uma análise a partir dos dados do Sebrae. *Revista Turismo em Análise*, 32(1). <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i1p79-99>

Hall, M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, Transformations and Tourism: Be Careful What You Wish For. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

Marcelino, J.S, Rezende, A., & Miyaji, M. (2020). Impactos Iniciais da COVID-19 nas Micro e Pequenas Empresas do Estado do Paraná – Brasil. *Boletim de Conjuntura*, ano II, 2(5). <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3779308>.

Ministério do Trabalho e Previdência [MTP]. (2021). *Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho*. Novo CAGED – Agosto 2021. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged>.

Neves, C.S.B., Carvalho, I.S., Souza, W.F.L., & Filippim, M.L. (2020). Os Impactos da COVID-19 nas Viagens de Turistas Brasileiros: Conjuntura e Perspectivas na Eclosão e na Expansão da Pandemia no Brasil. *Turismo Visão e Ação*, 23(3). <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p2-25>.

Observatório Febraban. (2021). *COVID e Vacinação: pesquisa revela o sentimento do brasileiro após um ano de pandemia*. Recuperado em 15 dezembro 2021 de [https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/ID-RELATO%CC%81RIO%20OBSERVATO%CC%81RIO%20FEBRABAN%20-%20MARC%CC%A7O%202021\\_%20FINAL%205-compressed.pdf](https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/ID-RELATO%CC%81RIO%20OBSERVATO%CC%81RIO%20FEBRABAN%20-%20MARC%CC%A7O%202021_%20FINAL%205-compressed.pdf).

Oliveira, C.S. (2020). A COVID-19 e o Impacto Econômico nas Micro e Pequenas Empresas. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 05, 06(10). Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/impacto-economico>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020a). *UNTWO: International Tourism Arrivals Could Fall By 20-30% in 2020*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/200327%20-%20COVID-19%20Impact%20Assessment%20EN.pdf>.

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020b). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>.

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2020c). *Market Intelligence. UNWTO World Tourism Barometer*, 18(7). <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2021). *Market Intelligence. UNWTO World Tourism Barometer*. 19(4). <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>

Our World in Data. (2021). *Coronavirus (COVID-19) Vaccinations*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de [https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID\\_WRL](https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL)

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. (2021). *Repensar el turismo en un mundo pospandémico*. Recuperado em 30 dezembro 2021 de <https://stories.undp.org/repensar-el-turismo-en-un-mundo-pospandemico>

Revista Exame. (2021). *Férias da pandemia: como 2020 influenciou as tendências de viagem para 2021?* Recuperado em 20 dezembro 2021 de <https://exame.com/casual/ferias-da-pandemia-como-2020-influenciou-as-tendencias-de-viagem-para-2021/>.

Santos, G.E.O., & Kadota, D.K. (2012). *Economia do Turismo*. São Paulo: Aleph.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae]. (2020). *Monitoramento Covid-19 Relatórios de Pesquisas Por Segmento Econômico*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://datasebrae.com.br/covid/>

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae]. (2020). *Saiba tudo sobre o PRONAMPE*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/saiba-tudo-sobre-o-pronampe,90300604aa332710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae]. (2020). *Crédito Assistido*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/obtercredito>

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae]. (2021). *Boletins de Impacto e Tendências Setoriais*. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/boletins-de-impacto-e-tendencias-setoriais,2e1cb5241c951710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>.

Sistema Universidade Aberta do Sus [UNA-SUS]. (2020). *Organização Mundial de Saúde Declara Pandemia do Novo Coronavírus*. Ministério da Saúde. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>

Zylberstajn, H. (2020). COVID-19: A Potência das Medidas Trabalhistas. *Boletim Informações FIPE*. Vol. 475. Recuperado em 12 dezembro 2021 de <https://downloads.fipe.org.br/publicacoes/bif/bif475a.pdf>.

#### **Apêndice A: Período de Realização das Edições da Pesquisa**

1<sup>a</sup>: 19 a 23/03/2020

2<sup>a</sup>: 3 a 7/04/2020

3<sup>a</sup>: 30/04 a 05/05/2020

4<sup>a</sup>: 29/05 a 02/06/2020

5<sup>a</sup>: 25 a 30/06/2020

6<sup>a</sup>: 27 a 30/07/2020

7<sup>a</sup>: 27 a 31/08/2020

8<sup>a</sup>: 28/09 a 01/10/2020

9<sup>a</sup>: 20/11 a 24/11/2020

10<sup>a</sup>: 25/02 a 01/03/2021

11<sup>a</sup>: 27/05 a 01/06/2021

#### **Apêndice B: Definição das Unidades de Análises Adotadas**

- Variação do Faturamento Semanal: mensura o quanto o faturamento dos pequenos

negócios variou de uma semana para a outra durante a pandemia. Coletada em todas as edições.

- **Impacto no Faturamento Mensal:** identifica se o faturamento mensal dos pequenos negócios diminuiu, se manteve ou aumentou durante a pandemia. Coletada em todas as edições.
- **Fechamento Temporário:** identifica se os pequenos negócios pararam de funcionar temporariamente durante a pandemia. Coletada em todas as edições.
- **Fechamento Definitivo:** identifica se os pequenos negócios pararam de funcionar definitivamente durante a pandemia. Coletada em todas as edições.
- **Demissão de Funcionários:** identifica se os pequenos negócios demitiram funcionários durante a pandemia. Coletada em todas as edições.
- **Medidas Governamentais que Poderiam Ajudar:** lista quais medidas governamentais os pequenos negócios consideram que poderiam ajudar a minimizar os impactos da crise. Coletada nas três primeiras edições e na décima.
- **Recorrência por Empréstimos:** mensura a quantidade de pequenos negócios que procurou por empréstimos devido à pandemia. Coletada a partir da segunda edição.
- **Inadimplência:** mensura a quantidade de pequenos negócios que está com dívidas em atraso. Coletada a partir da terceira edição.
- **Expectativa para a Recuperação da Economia Brasileira:** mensura o período que os pequenos negócios consideram que vai demorar para a economia brasileira se recuperar. Coletada nas edições a saber: 1<sup>a</sup>, 2<sup>a</sup>, 3<sup>a</sup>, 4<sup>a</sup>, 6<sup>a</sup>, 8<sup>a</sup>, 9<sup>a</sup>, 10<sup>a</sup> e 11<sup>a</sup>.

---

## Autoras

**Graziele Vilela:** Mestra em turismo pela Universidade de Brasília (UnB), pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/CDS/UnB). E-mail: [graziele\\_junia@yahoo.com.br](mailto:graziele_junia@yahoo.com.br).

**Ana Clévia Guerreiro:** Mestra em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará (UEC). E-mail: [cleviaguerreiro@hotmail.com](mailto:cleviaguerreiro@hotmail.com).

**Helena Costa:** Professora Associada II do Departamento de Administração da Universidade de Brasília (UnB) e líder do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/CDS/UnB). E-mail: [helenacosta@unb.br](mailto:helenacosta@unb.br).

**Fernanda Hümmel:** Mestra em Turismo Sustentável pela Universidade de Brasília (UnB), mestra em turismo pela Universidad Antonio de Nebrija (Espanha), pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/CDS/UnB). E-mail: [fehummel@gmail.com](mailto:fehummel@gmail.com).

## Notas

<sup>1</sup> Do início da pandemia, até dezembro de 2021, o país teve 4 diferentes Ministros da Saúde. Também, em função da atuação do governo federal, em 2021 foi instaurada uma Comissão Parlamentar de Inquérito que, em outubro de 2021, aprovou um relatório que pede o indiciamento de 78 pessoas, incluindo o Presidente da República, e duas empresas por crimes praticados durante a pandemia.

<sup>2</sup> Dados atualizados em 17/02/2022.

<sup>3</sup> Todas as edições da pesquisa estão disponíveis para consulta pública no DataSebrae: <https://datasebrae.com.br/covid/>

<sup>4</sup> De acordo com o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar 123/2006), são considerados como pequenos negócios as empresas com o faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões.

<sup>5</sup> É válido observar que a pesquisa Sebrae/FGV adotou como metodologia a análise do desempenho dos negócios de “Turismo” em separado do desempenho de “Serviços de Alimentação”. No entanto, há linhas de estudos, do IBGE e Ministério do Trabalho por exemplo, que optam por analisar os dois tipos de negócios como integrantes de um mesmo grupamento econômico.

<sup>6</sup> Em função da descrição do sentimento “conformado”, as autoras consideram o termo “resiliente” como sendo mais adequado para as empresas que escolheram esta alternativa.

<sup>7</sup> Em fevereiro de 2022, as taxas de vacinação completa eram da ordem de: 54% no mundo, 64% no continente europeu, 64% nos Estados Unidos e 71% no Brasil (Our World in Data, 2021).

# Negócios sociais do turismo na pandemia: crise, respostas estratégicas e perspectivas de futuro

## Social tourism business during the pandemic: crisis, strategies and future perspectives

Lara Liz Freire, Helena Costa, David Bouças

### Resumo

Negócios sociais são organizações que possuem como principal característica sua intencionalidade híbrida: obter lucro e impacto social simultaneamente. Este capítulo tem como objetivo apresentar os efeitos da crise gerada pela pandemia da COVID-19 sobre negócios sociais do turismo no Brasil, além das estratégias desenvolvidas por essas empresas para enfrentar este momento de crise e sua visão para o futuro pós-pandemia. A pesquisa, de natureza qualitativa, contou com nove entrevistas semiestruturadas realizadas com negócios sociais do Brasil de forma online, entre março e abril de 2021, um ano após iniciada a pandemia. Com uso da análise de conteúdo, os dados permitiram identificar as respostas estratégicas dos empreendimentos, tais como a criação de novos produtos e fortalecimento de suas redes. Ainda, foram analisados os impactos negativos, tais como interrupção ou redução do funcionamento da empresa, o cancelamento de serviços vendidos e dificuldades financeiras. Por fim, apresentou-se a visão de futuro dos gestores, marcada por dois elementos recorrentes: incerteza e otimismo nas perspectivas para os negócios sociais de turismo no pós-pandemia.

**Palavras-chave:** Negócios Sociais; Turismo; COVID-19; Crise; Estratégia.

### Abstract

Social businesses are organizations whose main feature is their hybrid intention: to simultaneously obtain profit and social impact. This chapter aims to present the impacts generated by the COVID-19 pandemic from the perspective of social businesses in tourism and the strategies developed and their vision for the post-pandemic future. The qualitative research included nine semi-structured interviews carried out with social businesses in Brazil. The data collection was conducted online and held between March and April 2021, one year after the starting point of the pandemic. Data were analyzed using

content analysis. Positive and negative impacts were identified by the participants, such as reduced or discontinued operation, canceled purchases, financial hardship on the negative side, and new product creation and a reinforced small business network on the positive. Moreover, the managers' future vision was described by two remarkable elements: uncertainty and optimism in the prospects for the social tourism businesses in the post-pandemic period.

**Keywords:** Social Businesses; Tourism; COVID-19; Crisis; Strategy.

## Introdução

Negócios sociais são modelos de organizações que possuem como principal característica sua intencionalidade híbrida, ou seja, o foco em obter lucro e impacto social simultaneamente. Estes negócios têm como foco o enfrentamento de um problema social, atuando junto a pessoas de baixa renda, com compromisso de medir o impacto gerado, além de se sustentarem economicamente (Barki, 2015; Cardoso, 2015; Machado & Gomez, 2019).

No setor turístico, ampliam-se as iniciativas que trazem em sua essência o compromisso com o desenvolvimento sustentável, ao passo em que geram renda. Segundo o Ministério do Turismo (MTur, 2020a, p.11), “o crescente desenvolvimento da atividade turística tem ocorrido em um cenário de crises sociais, as quais afetam diretamente a busca pela construção de uma sociedade mais justa”. Uma questão importante para discussão sobre os negócios sociais no turismo é o desenvolvimento do território. Segundo Cunha e Costa (2017), a influência da economia criativa nesse setor impulsiona o envolvimento das comunidades, acarretando uma manifestação da identidade local para resolução dos problemas regionais, elevando o valor do processo criativo para além das perspectivas comerciais.

O primeiro caso confirmado da COVID-19, no Brasil, aconteceu no dia 26 de fevereiro de 2020. Em 23 de março do mesmo ano, entrou em vigor a restrição de entrada de estrangeiros de diversas partes do mundo. Um mês após o registro do primeiro caso, as estratégias de enfrentamento à propagação do novo coronavírus foram definidas por cada estado de forma independente e a maioria incluía o fechamento parcial do comércio, eventos e atividades turísticas (Agência Brasil, 2020).

Frente à maior crise sanitária do século, as desigualdades foram ampliadas no Brasil, deixando a população de baixa renda ainda mais vulnerável. Desemprego, perda de renda, fome, inflação crescente e altas taxas de juros fazem parte do cenário econômico durante a pandemia e das projeções nacionais (Pires et al., 2020). A taxa de desemprego chegou a 14,9%, no primeiro trimestre de 2021, e passou por uma queda ao longo do ano, chegando a 11,1%, no primeiro trimestre de 2022 (IBGE, 2022). Neste cenário, as iniciativas de intervenção social se fazem ainda mais necessárias para o enfrentamento dos problemas sociais, tendo em vista a situação de crise socioeconômica agravada pela pandemia.

O setor de turismo foi surpreendido com a suspensão da maioria das atividades, isolamento social e interrupções de viagens nacionais e internacionais, impactando imediatamente os negócios (Coelho & Mayer, 2020). No período de janeiro a outubro de 2020, houve uma queda de 73% do número de turistas internacionais ao redor do mundo em comparação ao mesmo período de 2019 (OMT, 2021). Em janeiro de 2022, foi registrado um aumento de 130% de chegadas em comparação a janeiro de 2021, mas apesar disso, quando comparado com níveis pré-pandêmicos, o desempenho de 2022 foi 67% inferior (OMT, 2022). Isso demonstra uma lenta recuperação do turismo internacional.

Os pequenos negócios tendem a ser os mais afetados pela pandemia: quanto mais tempo dura a crise, maior a chance de falência dessas empresas (Wenzel et al., 2020). No Brasil, esse tipo de negócio, que representa 94% da força produtiva de turismo, teve uma resposta lenta no enfrentamento à crise gerada pelo novo coronavírus (Guerreiro & Vilela, 2021). A situação deles se fragiliza diante do fato de que sua maioria é iniciada com pouco planejamento, além da tomada de decisão ser baseada em experiências passadas, sem um método ou estratégia bem definida (Bernardes et al., 2020). Ademais, os pequenos negócios do setor de turismo não possuem reservas financeiras que os possibilitem gerir os problemas que uma crise (Giannacourou et al., 2015), como a da COVID-19 causa (Bartik et al., 2020; Guerreiro & Vilela, 2021).

De acordo com Glaesser (2006), a crise é um processo, e não um episódio isolado, ela acontece em estágios. Para Carreiras (2020, p.1), o cenário é de “complexidade, entropia, incerteza, intermitência, exponencialidade.” Segundo Guimarães Júnior et al. (2020), a população está vivendo a primeira real disrupção na cultura mundial e os negócios estão enfrentando uma paralisação na sua produção, por conta do isolamento social. Assim, diante de um contexto de tantas vulnerabilidades, é necessário desenvolver estratégias para reverter as consequências da crise, gerando uma maior resiliência no setor de turismo (Costa & Sonaglio, 2017).

Considerando o fenômeno do empreendedorismo social do turismo, este capítulo tem como objetivo apresentar os impactos gerados pela pandemia da COVID-19 sobre negócios sociais do turismo no Brasil, além das estratégias desenvolvidas por essas empresas para enfrentar este momento de crise e sua visão para o futuro pós-pandemia. Assim, este estudo atende à recomendação de pesquisa de Bouças da Silva et al. (2021) para que se investiguem impactos da crise em diferentes setores/segmentos econômicos, o que reforça a contemporaneidade deste trabalho e a potencial contribuição para o aprofundamento da temática em questão.

Assim, o capítulo traz, a seguir, as características e definições de um negócio social, a fim de avançar na conceituação do termo e possibilitar uma identificação de exemplos de negócios sociais do setor de turismo no Brasil. Na sequência, é apresentada a seção metodológica do estudo. Então, são apresentados os resultados que trazem os impactos da pandemia nos negócios sociais de turismo na perspectiva dos entrevistados, chamando atenção para a incerteza e o otimismo apurados nas perspectivas para o pós-pandemia.

### **O Turismo Afetado pela Pandemia: uma crise sem precedentes**

Um dos segmentos mais afetados pela pandemia da COVID-19 é o turismo, registrando queda de 87% da sua receita (SEBRAE, 2020). Antes disso, havia expectativas de crescimento para 2020, seguindo a linha histórica (Costa & Nascimento, 2021). De acordo com a FGV (2020), o setor foi surpreendido ainda no primeiro trimestre de 2020, pois com a suspensão da maioria das atividades, o isolamento social e interrupções de viagens nacionais e internacionais, os negócios de turismo foram imediatamente impactados. Por isso, o setor requer intervenção com grande agilidade (Coelho & Mayer, 2020).

O turismo se baseia em deslocamento, porém durante a pandemia além das recomendações de isolamento social, as viagens não necessárias também foram desencorajadas. Além disso, os deslocamentos internacionais foram um importante fator para a propagação do vírus, o que também contribuiu para uma incerteza na retomada do setor (Coelho & Mayer, 2020). Nesse sentido, o turismo foi um dos setores econômicos com maiores problemas de retomada operacional, refletidos nas previsões financeiras e nas perspectivas para o mercado de trabalho (FGV, 2020).

O relatório de impacto da COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil, publicado pelo MTur, em 2020, apontou uma queda de 43,3% nas buscas pelos termos: “passeios em” e “o que fazer em”, no início de março de 2020 e, em julho do mesmo ano, chegou a 62,1% de queda em relação ao mesmo período do ano anterior. Ainda segundo a pesquisa:

[...] o agregado de atividades turísticas, no acumulado de janeiro a julho de 2020, mostrou retração de 37,9% frente à igual período do ano passado, pressionado, sobretudo, pelos ramos de restaurantes, transporte aéreo, hotéis, rodoviário coletivo de passageiros, catering, bufê e outros serviços de comida preparada, e agências de viagens (MTur, 2020b).

A COVID-19 afetou a população mundial, não somente nos espectros de saúde, mas, também, na economia, cultura e política, gerando prejuízos históricos e sociais inestimáveis (FGV, 2020; Wolfe & Patel, 2021). Os resultados indicaram que as empresas sofreram, bruscamente, as consequências da pandemia, em especial os negócios de menor porte (Hall et al., 2020) para quem a COVID-19 resultou em um iminente colapso (Dube et al., 2020). As pequenas empresas registram queda de 88% no faturamento já no início dessa crise sanitária (Bernardes et al., 2020). Outros dados também apontaram a tragédia econômica decorrente da pandemia, o PIB (Produto Interno Bruto) mundial teve queda de 3,6%, (Banco Mundial, 2022) e o PIB do Brasil caiu 3,8%, em 2020 (Banco Central, 2022).

Ademais, outro indicador importante para avaliar a saúde da economia de um país é a taxa de desemprego. Esta taxa aumentou de 11,6%, no último trimestre de 2019, e chegou ao seu auge no terceiro trimestre de 2020, 14,9%, valor que se repetiu nos primeiros 3 meses

de 2021 (IBGE, 2022). Com o desemprego, as desigualdades se ampliaram, sobretudo nesse momento de pandemia, em que as pessoas precisaram aumentar os seus gastos com saúde, além da população mais pobre possuir menor acesso a saneamento básico, maior dificuldade de manter o isolamento social, emprego e renda (Carvalho, 2020; Pires et al., 2020). Dessa forma, as soluções de intervenção social se tornaram mais necessárias e urgentes para mitigarem as graves desigualdades do País, ainda mais evidenciadas na pandemia.

A situação também afetou, gravemente, os pequenos empreendimentos. Conforme o SEBRAE (2020), um negócio de pequeno porte pode suportar no máximo 23 dias sem geração de receita e, dependendo do segmento, isso pode cair para até 17 dias. De acordo com Bernardes et al. (2020), a receita perdida durante a pandemia significou um dano irreparável para a maioria das empresas, pois gerou uma influência negativa na liquidez e no capital de giro. Outros desafios encontrados por pequenas empresas, nesse período, foram a queda/interrupção da operação, retração da demanda, custos fixos mesmo com a paralisação das operações, expectativas negativas dos consumidores e dificuldade de acesso a crédito (Guimarães Júnior et al., 2020).

Para se manterem em exercício, muitas empresas precisaram repensar o seu modelo de negócio, sendo o comércio eletrônico uma das principais alternativas encontradas. Ainda assim, os empreendedores de pequenos negócios enfrentaram diversas dificuldades para se adaptarem a essa nova forma de comercializar seus produtos e serviços (Bernardes et al., 2020). Por isso, tanto as micro e pequenas empresas, quanto os empreendedores individuais, necessitaram de suporte e possibilidades de saídas para esse momento de crise. A fim de continuarem abertos, muitos optaram por se reinventarem, por meio do uso de tecnologias digitais (Bouças da Silva et al., 2021; Guimarães Júnior et al., 2020).

A pesquisa do SEBRAE (2020), sobre o impacto da COVID-19 nos pequenos negócios, demonstrou que, antes da pandemia, apenas 26,6% das empresas estavam com uma situação financeira boa, enquanto 73,4% estavam em uma situação razoável ou ruim. Com a pandemia, 3,5% dos negócios encerraram suas operações, 58,9% fecharam temporariamente, 31% mudaram o funcionamento, e apenas 6,6% conseguiram continuar funcionando da mesma maneira que antes. Além disso, a pesquisa também concluiu que das empresas que seguiram funcionando, 41,9% realizaram atendimento online, 41,2% funcionaram com o horário reduzido e 21,6% adotaram o modelo de trabalho remoto. Quando observado, especificamente, o setor de turismo, os pequenos negócios apresentaram redução no faturamento de 63%. Além disso, mais de 60% das empresas permaneceram fechadas.

Para o MTur (2020c), o cenário atual é complexo e preocupante para o setor, e isso impacta toda a cadeia produtiva do turismo. Por esse motivo, é importante intervir para mitigar os efeitos negativos da pandemia da COVID-19. Para tanto, é necessário adotar protocolos rigorosos nos destinos turísticos e passar essa segurança para que o consumidor possa voltar a se planejar para viajar. A publicidade direcionada a esclarecer as condições sanitárias aos viajantes, a fim de aportar maior sentimento de segurança a eles, foi

recomendação identificada, do mesmo modo, no estudo de Golets et al. (2021). Com o relaxamento das restrições de isolamento social, é possível começar a projetar um futuro próximo para o turismo que passará por três fases: o isolamento social, a estabilização e a recuperação (FGV, 2020).

Sendo assim, é possível observar que a COVID-19 afetou a população mundial, expondo a maiores riscos, principalmente, aqueles em situação de vulnerabilidade, que impulsionados pela crise econômica e aumento do desemprego, enfrentaram as desigualdades acentuadas após o início da pandemia (Pires et al., 2020). Por isso, torna-se oportuno refletir sobre questões ligadas à geração de renda, inovação social e empreendedorismo de pequeno porte, aspectos que estão no âmago dos negócios sociais em turismo, que serão esclarecidos na seção seguinte.

### **Compreendendo o Caráter Híbrido dos Negócios Sociais e sua Aplicação ao Turismo**

No final do século XX, um maior enfoque aos problemas coletivos foi gerado a partir das discussões acerca do desenvolvimento sustentável, elevadas a um novo patamar (Bose, 2012). Neste momento, existem diversas propostas de atuação para o combate às desigualdades, por meio de iniciativas de intervenção social. Na esfera privada, a campanha sobre a responsabilidade social corporativa compôs a agenda do mundo globalizado, em 1980. É importante, contudo, ressaltar que, antes, já havia ações empresariais com foco em problemas sociais, caso da filantropia empresarial, em que as empresas realizavam doações ou outras formas de atendimento assistencial (Garcia, 2004).

Com a evolução dessas discussões, surgiram várias propostas de combate aos problemas sociais. Uma área de estudo que abrange esse tipo de iniciativa é a da inovação social. Para Agostini e Vieira (2015, p.2), a inovação social é definida como “a geração de novas ideias e soluções que geram um impacto na solução de problemas sociais, envolvendo atores e partes interessadas na promoção de uma mudança nas relações sociais”. Diferente do empreendedorismo social, que está ligado aos comportamentos e atitudes dos atores das inovações sociais, esta possui uma abordagem sistêmica.

A importância atribuída à solução de problemas sociais, em especial, envolvendo a pobreza, por meio da utilização de mecanismos de mercado, fez com que o termo negócio social ganhasse mais espaço na realidade dos países em desenvolvimento. Assim, essa terminologia passa a ser mais frequente no Brasil e em outros países latino-americanos, além de outras variações como negócios com impacto social ou negócios socioambientais (Rosolen et al., 2014). A literatura consultada, no Brasil, em periódicos de administração aborda os negócios sociais por uma perspectiva do empreendedor social. Nos de turismo, não foi encontrado nenhum artigo que relacionasse esses fatores, o que demonstra uma lacuna que este estudo se propõe a preencher.

Conceitualmente, negócio social compreende a empresa cujo objetivo principal é o de gerar impacto social positivo intencionalmente e é remunerada por isso, sustentando-se economicamente e gerando crescimento para si. Vale destacar, porém, que o empreendedor não deve esperar lucro para si próprio. Ele pode recuperar o capital investido

se desejar, contudo, o retorno gerado pela empresa deve ser reinvestido, ou melhorar as condições para os beneficiários do serviço, seja em redução de preços ou ampliação da acessibilidade (Kerlin, 2006). Esse conceito está mais próximo dos apresentados por Barki (2015), Cardoso (2015) e pela Aliança pelos Investimentos de Alto Impacto (2019), organização que surgiu, em 2014, por meio da Força Tarefa pelas Finanças Sociais com apoio da FGV e do Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) que, em suas abordagens, trazem a questão do hibridismo de intencionalidade, e a possibilidade de gerar lucro e impacto social ao mesmo tempo.

A ideia de impacto é recorrente no universo dos negócios sociais. Machado e Gomez (2019), Yunus et al. (2010) e Petrini et al. (2016) encararam o impacto positivo na sociedade como um substituto ao lucro. Nessa visão, todo o lucro da empresa deveria ser revertido em crescimento para a própria empresa e decorrente desse impacto. Diante disso, pode-se classificar os termos negócios de impacto, negócios de impacto social e negócios sociais como sinônimos, organizados na Tabela 1.

**Tabela 1**

*Conceitos de Negócios Sociais*

<b>Nomenclaturas</b>	<b>Conceitos</b>
Negócios de impacto	São empresas que oferecem, de forma intencional, soluções escaláveis para problemas sociais da população de baixa renda (Artemisia, 2020) São organizações híbridas que possuem tanto o objetivo social quanto o financeiro em seu escopo (Barki, 2015) São empreendimentos que têm a intenção clara de atender um problema socioambiental por meio de sua atividade principal (seja seu produto/ serviço e/ou sua forma de operação). Atuam de acordo com a lógica de mercado, com um modelo de negócio que busca retornos financeiros e se comprometem a medir o impacto que geram (Aliança pelos Investimentos de Alto Impacto, 2020)
Negócios sociais	Uma organização híbrida com intuito de gerar, ao mesmo tempo, lucro e impacto social (Cardoso, 2015) Empresas autossustentáveis que tem como seu maior propósito o impacto positivo na sociedade, no lugar do lucro, e que comercializam bens e serviços como forma de geração de recursos para se viabilizarem (Machado & Gomez, 2019)

<u>Nomenclaturas</u>	<u>Conceitos</u>
	Aproximam-se de negócios tradicionais em aspectos como produtos, serviços, clientes, mercados, custos e receitas, porém diferem no seu propósito principal que é servir à sociedade e melhorar as condições de vida de populações de baixa renda. Também se distingue de organizações não governamentais por buscar a sustentação de suas operações por meio da venda de produtos e serviços ao invés de doações ou outras formas de captação de recursos (Yunus et al., 2010)

Com base na literatura levantada sobre os negócios sociais, pode-se identificar as seguintes características dessas organizações: ter intencionalidade híbrida, enfrentar um problema social como atividade principal, atuar com foco na baixa renda, ter o compromisso em medir o impacto gerado, utilizando a lógica de mercado para sua sustentação. Em relação à intencionalidade híbrida, são considerados dois aspectos: impacto social e rentabilidade. Quanto à destinação do lucro gerado existe uma divergência entre os autores apresentados: se ele deveria ser reintegrado completamente para investimentos na organização ou distribuído para os empreendedores como recompensa de solução a um problema da sociedade. Isto posto, parte-se, neste momento, para a apresentação da metodologia do estudo.

### **Aspectos Metodológicos**

Metodologicamente, a pesquisa apresenta caráter qualitativo e foi realizada com 9 negócios sociais do Brasil, no período de 20 de março a 16 de abril de 2021, ou seja, durante a pandemia da COVID-19. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas realizadas de forma *online*, por meio da plataforma *Zoom*. No intuito de compreender a aderência dos critérios aos negócios sociais do setor de turismo, a definição dos participantes foi feita em duas etapas: primeiramente, foram definidos os negócios de turismo elegíveis a negócios sociais; na segunda etapa, foram levantados dados secundários, combinados com entrevistas preliminares, quando necessária a complementação de informações para determinar se os negócios atendem aos critérios de negócios sociais do setor de turismo. Das 16 empresas pré-selecionadas, todas foram contatadas e 9 delas (56,25%) aceitaram participar da pesquisa e atenderam os critérios mínimos considerados pela pesquisa. Outras cinco empresas não participaram por indisponibilidade de tempo, problemas relacionados ao contexto da pandemia ou questões pessoais.

Foram então considerados como negócios sociais: (A) Vivalá, (B) Gondwana, (C) Toca da Onça, (D) Araribá, (E) Mar de lá, (F) Ekoways, (G) Eco Guaricana, (H) ViareTravel, e (I) Turismo em Rede. Todos atendem a, no mínimo, quatro dos cinco parâmetros de negócios sociais apurados, sendo eles: (1) intencionalidade híbrida, (2) enfrentamento de um problema socioambiental, (3) foco na baixa renda, (4) compromisso em medir seu impacto e (5) uso da lógica de mercado para sua sustentação (Tabela 2). Então, essas nove empresas foram entrevistadas para a pesquisa, oferecendo insumos para conhecer

os impactos da pandemia sobre elas, apresentados nas seções seguintes. Na apresentação dos resultados, as empresas serão mencionadas pelas respectivas letras apresentadas.

**Tabela 2**

*Empresas e Parâmetros de Negócios Sociais*

<b>Empresa</b>	<b>Declaração de impacto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
A) Vivalá	Vivencie a natureza e faça voluntariado pelo Brasil, desenvolvendo comunidades do país.	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
B) Gondwana	[...] viagens com potencial de transformação, que resultem em experiências únicas	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
C) Toca da Onça	[...] trabalhar com o turismo de base comunitária, em áreas naturais é como acessar uma das maiores riquezas do mundo.	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
D) Araribá	Nos vemos como uma conexão entre você visitante e dezenas dos nossos parceiros locais. Atualmente são mais de 50 atrativos listados por nós entre ecoturismo, agroturismo, etno turismo, turismo de base comunitária. Colabora ativamente para o desenvolvimento do turismo de base comunitária de modo sustentável e responsável.	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

<b>Empresa</b>	<b>Declaração de impacto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
E) Mar de lá	[...] valorizar a cultura local das comunidades, por meio do turismo experiência, mas também preocupada com impactos negativos do turismo de massa, por este motivo optando por trabalhar com turismo responsável, sustentável e de base comunitária.	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
F) Ekoways	A Ekoways visa contribuir para o desenvolvimento humano através do turismo responsável em prol da conservação da natureza. Fomentamos um novo olhar sobre a percepção do todo, sensibilizando pessoas ambientalmente.	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
G) Eco Guaricana	A Eco Guaricana foi criada em São José dos Pinhais e organiza passeios/imersões exclusivas na Natureza em diferentes reservas ambientais particulares.	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

<b>Empresa</b>	<b>Declaração de impacto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
H) ViareTravel	Nosso trabalho é empoderar operadoras, fornecedores, artesãs, e guias locais, para ajudá-los a criarem experiências sustentáveis, autênticas, e com propósito.	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
I) Turismo em Rede	Estimular o desenvolvimento de uma comunidade com potencial [...] unindo informação + mão na massa para que o destino seja encontrado e o próprio turista seja o divulgador, além de fazer conexões em rede.	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

Para o instrumento de coleta de dados da pesquisa foram estabelecidas quatro seções. A primeira tratava do entendimento geral do negócio social, considerando os critérios apresentados na Tabela 3. As demais seções foram baseadas nos três estágios do gerenciamento de crise para resiliência no turismo: antecipação, reação e recuperação, a partir de Costa e Sonaglio (2017). O recorte deste capítulo será sobre os aspectos gerais e das fases da crise dando enfoque às duas últimas seções, reação e recuperação. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas remotas, no período de 20 de março a 16 de abril de 2021. Os participantes foram contactados por e-mail para marcação de uma entrevista por videoconferência. As respostas dos entrevistados foram gravadas, transcritas, categorizadas, analisadas e, por fim, sintetizadas.

### **Tabela 3**

#### *Temas e Objetivos do Instrumento de Pesquisa*

<b>Seção</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Pergunta</b>
Entendimento geral do negócio	Compreender o contexto, as características do negócio e a aderência aos critérios. Entender o problema que a empresa se propõe a solucionar.	Como surgiu a empresa? Qual é o seu negócio? (propósito, receita, clientes, impacto, produtos, destinos etc.)

<b>Seção</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Pergunta</b>
Antecipação: pré-pandemia	Compreender o funcionamento do negócio antes da pandemia, além de entender como era a estratégia da empresa.	Quais eram os principais desafios enfrentados pela empresa antes da pandemia? Antes da pandemia, como a empresa planejava o seu futuro?
Reação: na pandemia	Aferir quais foram os impactos da pandemia no negócio, verificar a resposta à crise ao longo do tempo (imediata e atual) e levantar saídas para a crise corrente: possíveis boas práticas implementadas.	Que impactos a pandemia trouxe para seu negócio? Como reagiram à crise? A empresa implementou alguma ação para reagir ao cenário de pandemia?
Recuperação: pós-pandemia	Consolidar a expectativa de retomada do negócio e avaliar os planos de futuro para adaptação.	Qual é a visão de futuro da empresa? Como você pretende lidar com a pandemia de agora em diante?

A técnica de análise adotada foi a análise de conteúdo que, segundo Mozzato e Grzybovski (2011), “vem sendo utilizada com frequência nas pesquisas qualitativas no campo da administração”. Em termos práticos, essa técnica pode enriquecer a leitura dos dados e extrapolar as incertezas. Para sua aplicação, a análise de conteúdo apresenta alguns atributos: ser objetivo, ser sistemático e ser quantitativo (Oliveira, 2011, p.20). O modelo adotado para análise de conteúdo é aberto, dessa forma as subcategorias do processo de análise foram definidas após a coleta. Complementarmente, foi utilizada a técnica de nuvem de palavras, a fim de representar de maneira gráfica alguns dos conteúdos mencionados pelos entrevistados. Para isso, foi empregado o aplicativo *Word Cloud*.

### **Resultados: os olhares de negócios sociais de turismo sobre os impactos da pandemia e sua visão de futuro**

Em busca de compreender de que forma a pandemia afetou os negócios identificados, foram abordados aspectos ligados a diferentes estágios do gerenciamento de crise para resiliência no turismo: antecipação, reação e recuperação (Costa & Sonaglio, 2017), tratando da situação dos negócios antes da pandemia; impactos e reações durante a pandemia, e, por último, expectativas para o futuro. Serão abordados, aqui, o entendimento geral do negócio social em um momento anterior à pandemia, os impactos positivos e negativos trazidos pela crise (Bouças da Silva et al., 2021), seguidos da visão de futuro deles.

### *Antecipação*

A antecipação é uma reflexão importante para que se crie um melhor entendimento das características organizacionais antes da ocorrência da crise, embora se saiba que, *ceteris paribus*, pequenas empresas não apresentam planos de contingência (Chien & Law, 2003). Segundo Santos et al. (2016), em seu estudo sobre práticas gerenciais de micro e pequenas empresas, a maioria delas utiliza, para sua tomada de decisão, a experiência dos empreendedores, têm conhecimento do seu faturamento, porém não utiliza ferramentas como planejamento estratégico e orçamentário, a fim de orientar a atuação do negócio. Isso foi confirmado na pesquisa visto que sete das oito empresas entrevistadas não informaram o uso de instrumentos de planejamento.

Pode-se perceber que no momento anterior à pandemia, as empresas A e B se destacaram no tocante às práticas gerenciais, ambas informaram a realização de planejamentos financeiros, mercadológicos, de pessoas e estratégicos. Nota-se essa característica no discurso da empresa A, a qual relatou que previa 50% de seu lucro revertido em caixa para que continuasse crescendo e, conseqüentemente, alcançasse maior impacto. A organização afirmou que sempre optou por fazer reserva financeira para possíveis crises. Assim, obteve um crescimento exponencial nos últimos anos, tendo 2019 como o momento em que superou suas metas, contando com uma estrutura enxuta e qualificada. A organização conta, também, com um planejamento financeiro, de marketing, além de estratégias de adaptação para diferentes contextos. Cabe ressaltar que, o mais comum, é que as pequenas empresas apresentem reservas financeiras como única estratégia pré-crise (Bouças da Silva et al., 2021), desenvolvendo outras ações responsivas assim que o momento adverso emerge (Chien & Law, 2003).

O desafio mais frequentemente apontado pelas empresas, mesmo antes da pandemia, foi a promoção dos pequenos negócios parceiros, seguida da gestão financeira. Em relação ao primeiro, 3 dos 5 (60%) negócios que enfrentaram esse desafio, afirmaram trabalhar diretamente com o Turismo de Base comunitária (TBC). A empresa C, por exemplo, afirmou que sua atuação na promoção dos negócios da região, vai desde a apresentação do ecoturismo como forma de remuneração, até o suporte no planejamento de preços e investimentos para otimização do negócio, além do agenciamento das atrações oferecidas pelos parceiros.

Aqui é possível detectar uma relação com o que Fabrino et al. (2012) afirmaram sobre a organização social ser o conceito mais observado na literatura sobre TBC, já que esse quesito tem o intuito de consolidar o processo de gestão comunitária em volta do TBC, e também melhorar sua relação com o meio externo. Isso corrobora com os resultados encontrados na pesquisa, visto que a gestão das relações entre os negócios foi o desafio mais apontado nessa investigação. Ademais, situando o necessário isolamento/distanciamento social, durante a pandemia (Coelho & Mayer, 2020; Guimarães Júnior et al., 2020), as ações promocionais das empresas se concentraram, sobremaneira, nos canais virtuais (Wenzel et al., 2020), apesar da inabilidade tecnológica comum em muitas pequenas empresas (Giannacourou et al., 2015), e esta parece ser uma estratégia relevante, do

mesmo modo, aos negócios sociais.

Em relação à gestão financeira, identificou-se que com uma maior utilização de ferramentas gerenciais, os impactos gerados por essa dificuldade poderiam ser reduzidos. Alguns passos importantes para o sucesso dos pequenos negócios são: ter uma diretoria definida para gestão dos negócios, divisão do trabalho de forma organizada, possuir registros contábeis contínuos, possuir um planejamento de marketing sistematizado e alcançar alguma certificação de qualidade (Santos et al., 2016). Reforça-se, outrossim, que no âmbito das crises, as pequenas empresas estão mais vulneráveis às adversidades do que as de maior tamanho (Hall et al., 2020), em função da sua reduzida capacidade financeira (Giannacourou et al., 2015), situação que corrobora a necessária saúde financeira dessas organizações em momentos adversos ou não.

Em contrapartida, os pontos que foram apresentados como de menor frequência pelos entrevistados foram: monetização dos negócios, fechamento de parques, gestão de pessoas, relacionamento com a concorrência e seleção de fornecedores. Cada um foi indicado por somente uma empresa. Este resultado se apresenta distinto de outros estudos realizados na presente pandemia, em que o relacionamento com *stakeholders* externos – fornecedores e clientes – mostrou-se como ação-chave para que a empresa conseguisse barganhar preços e evitar cancelamentos dos serviços vendidos (Bartik et al., 2020). Ou ainda, o gerenciamento dos colaboradores foi fundamental para orientá-los na pandemia, em termos das medidas governamentais de ordem trabalhista (Dube et al., 2020), e as necessárias a sua proteção da COVID-19 (Kraus et al., 2020).

Em complemento, a empresa D, devido ao seu foco em escolas particulares apresentava muita concorrência antes da pandemia. Já as outras empresas apontaram dificuldade em fechar negócios, todavia voltados à captação de clientes e não em relação à concorrência. Os depoimentos revelaram, principalmente, o quesito de convencimento do cliente a optar pelo turismo sustentável ao turismo de massa, como um desafio na captação de clientes.

As empresas E e I estavam no início de sua operação e, por isso, possuíam desafios particulares como monetização do serviço e o registro dos parceiros. Duas empresas, F e H, apresentaram similaridades nos modelos de atuação, focando, prioritariamente, no público estrangeiro, contudo se diferenciavam no problema social enfrentado. Enquanto a primeira afirmou ter foco na melhoria da relação do homem com seus resíduos, a outra atuava com enfoque no TBC. A empresa D estava em um momento de questionamento do seu futuro antes da pandemia, por um desalinhamento entre os interesses dos sócios. As empresas C e G atuam localmente e têm como principal objetivo tornar suas respectivas regiões mais conhecidas, além de se assemelharem aos desafios enfrentados: promoção dos negócios parceiros e gestão financeira.

#### *Reação: impactos da pandemia e a resposta estratégica dos negócios sociais de turismo*

Em busca de compreender as reações, foi perguntado às empresas quais foram os impactos gerados pela pandemia (Tabela 4), bem como as estratégias desenvolvidas para enfrentamento desses efeitos negativos ocasionados pela crise sanitária da COVID-19

(Tabela 5).

**Tabela 4***Impactos Negativos Advindos da Pandemia da COVID-19*

<b>Variável</b>	<b>Depoimentos (Empresa)</b>
Dificuldades de adaptação para o teletrabalho	O <i>home office</i> foi determinado pela empresa imediatamente. <b>A transformação de uma operação *off-line* para uma operação online, nem todas as pessoas se adaptaram facilmente.</b> Algumas pessoas da empresa tiveram dificuldade de se adaptar ao novo formato (B)
Cancelamento de serviços	No início a empresa priorizou <b>atender os clientes, que tiveram suas viagens canceladas pela impossibilidade de viajar no Brasil (A);</b> A gente ligou para todos os clientes negociando <b>para que não solicitassem o reembolso da viagem cancelada no momento,</b> explicando as necessidades dos fornecedores e a situação do país (B); Não tinha reserva financeira. O ano anterior não tinha sido muito bom. A maioria dos clientes não pediu reembolso, mas <b>alguns pediram reembolso. De março até final de agosto a empresa ficou parada (C);</b> [...] tinham nove viagens do turismo social confirmadas. <b>No início da pandemia, todas as viagens foram canceladas (D)</b>

Variável	Depoimentos (Empresa)
Interrupção e/ou redução nas vendas	<p><b>A empresa não está realizando expedições</b> devido aos impactos da pandemia no Brasil (A); Não se tem expectativas de <b>quando o público estrangeiro irá voltar a viajar para o Brasil</b> (B); No momento, a empresa está <b>‘hibernando’ e não está comercializando nenhum serviço</b> (C); <b>A empresa tinha diversos roteiros turísticos e todos foram paralisados por conta da pandemia.</b> Estava pensando em bioconstrução nas comunidades e começar atuar com volunturismo, mas tudo foi interrompido (F); <b>A empresa deixou de receber grupos.</b> A sua principal atividade foi paralisada (G); [...] as viagens dos estrangeiros <b>foram interrompidas</b> (H)</p>
Dificuldades financeiras	<p>Teve que demitir sete pessoas, além de <b>fazer mais de três reduções nos salários das sócias</b> (B); A empresa alega ter custos mesmo com a empresa paralisada. Trimestralmente, <b>é necessário fazer o pagamento do imposto, o que é dificultado com a empresa sem operar</b> (C); <b>A empresa financeiramente ainda não se sustenta</b> e o empreendedor possui outra atividade de trabalho como principal, <b>principalmente, nesse momento em que não está gerando nenhuma receita</b> (E); Dois meses depois do início da pandemia, <b>a empreendedora teve que mudar da sua casa para morar com sua avó, pois a empresa não estava gerando receita</b> (F); Além de lidar com cancelamentos, <b>a empresa precisou devolver o dinheiro de clientes, e não conseguiu negociar com todos os fornecedores, alguns foram inflexíveis</b> (H)</p>

<b>Variável</b>	<b>Depoimentos (Empresa)</b>
Fechamento das fronteiras para o Brasil	<b>As fronteiras estão fechadas</b> e não há expectativa de receber o público internacional no Brasil (B); <b>Como fazia prioritariamente *tours* para o público estrangeiro, sua operação foi paralisada</b> , sem expectativa de novos clientes (F); <b>A fronteira para o Brasil está fechada</b> e, como a empresa atua prioritariamente com grupos internacionais, essas viagens foram interrompidas (H)
Falta de políticas públicas de enfrentamento aos efeitos da pandemia	[...] <b>houve pouco crédito disponível para o setor de turismo. Falta muito apoio governamental para o setor</b> , inclusive na divulgação internacional do país (A); Não teve nenhuma política pública [...] <b>o governo brasileiro não deu ajuda financeira, como fizeram outros governos</b> . As opções dadas pelo governo comprometem o caixa da empresa no futuro, a cada vez que o recurso era acionado (B); O governo trata <b>como auxílio o que deveria ser direito</b> (D)
Dificuldade para entrar em contato com parceiros	Com as aldeias fechadas e o isolamento social, <b>não consigo me manter em contato com alguns parceiros</b> (C); Não é possível movimentar a rede de forma remota, (pois) <b>a maioria não tem sinal nem internet</b> (E)
Demissão de funcionários	Com o aumento no número de casos e mortes no início do ano [...] até maio de 2021, <b>não teriam viagens e com isso precisaram abrir mão de sete pessoas da equipe e fizeram acordos para dar ajudas de custo</b> (B)

Os impactos negativos mais apontados pelos entrevistados, em ordem de importância, foram: interrupção e/ou redução nas vendas, cancelamento de serviços, dificuldades financeiras, fechamento das fronteiras para o Brasil, falta de políticas públicas assertivas de enfrentamento à pandemia, dificuldade para entrar em contato com parceiros,

dificuldades de adaptação com o modelo de teletrabalho e demissões. O primeiro item foi citado por todos os entrevistados, enquanto o último apenas por uma empresa. Destaca-se, ainda, que diante das especificidades do setor do turismo, a paralisação quase total das operações, em segmentos como transporte, hospedagem e agenciamento (Chinazzi et al., 2020) justificam, de antemão, que os dois primeiros itens tenham sido os mais citados pelos entrevistados (interrupção e/ou redução, e cancelamentos).

Concernente à “interrupção e/ou redução nas vendas”, todos os negócios sociais investigados precisaram paralisar, temporariamente, suas atividades ou reduzir a quantidade de passeios, a partir de grupos menores, algo que constituiu uma regra para pequenos empreendimentos em algum momento da pandemia (Guimarães Júnior et al., 2020). Em especial para o setor de turismo, a dependência do visitante para a atuação empresarial amplificou a vulnerabilidade dos pequenos negócios (Guerreiro & Vilela, 2021). Não ao acaso, 60% dos pequenos negócios do turismo permaneceram fechados até o final de 2020 (SEBRAE, 2020). No momento da entrevista, entre março e abril de 2021, 5 das 9 empresas participantes da pesquisa não haviam retomado suas operações.

O segundo tópico mais citado foi o “cancelamento de serviços” que já haviam sido comercializados. Inicialmente, em abril de 2020, o governo federal criou a Medida Provisória nº 948/2020, que desobrigou empresas a reembolsarem consumidores, por um dado período, em casos de cancelamentos de serviços, reservas e eventos dos setores de turismo e cultura, em razão da pandemia (Brasil, 2020). Em setembro do mesmo ano, foi assinada a Lei nº 14.046/20, que determinou as regras para esses cancelamentos (Câmara dos Deputados, 2021). A Lei estabeleceu prazos e condições que guiaram a negociação entre empresas e clientes diante dos pedidos de reembolso, adiamento ou concessão de créditos para serem utilizados futuramente.

Nesse rastro, cinco empresas – A, B, C, D e H – apontaram ter conseguido negociar com a maioria dos seus clientes, evitando um prejuízo maior. Ainda assim, foi necessário ressarcir alguns clientes, fato que também impactou, financeiramente, outras empresas que sofreram mais com os cancelamentos. Essa medida reforça a importância do apoio governamental em momentos de crise para que as pequenas empresas ampliem as suas possibilidades de sobrevivência, algo que foi recorrente em outras realidades como América do Norte e Europa (Bartik et al., 2020; Dias et al., 2020). No entanto, três empresas evidenciaram a “falta de políticas públicas de enfrentamento aos efeitos da pandemia” como um impacto negativo da chegada da COVID-19. Os pequenos negócios do turismo foram, bruscamente, afetados na comercialização de seus produtos e serviços, demandando políticas públicas coesas que incluíssem o processo de retomada das viagens, na tentativa de atenuar os efeitos negativos gerados pela crise sanitária (Guerreiro & Vilela, 2021).

No geral, as empresas confirmaram “dificuldades financeiras”, em decorrência da pandemia da COVID-19, situação comum aos pequenos negócios durante este período de turbulência (Bernardes et al. (2020). Isto decorreu da paralisação da operação, o que fez com que os negócios não conseguissem gerar novas receitas, logo, passaram por

dificuldades para arcar com os seus custos fixos. Mesmo os empreendimentos com situação financeira equilibrada sufocaram em decorrência da pandemia. Em 2020, a maior parte dos pequenos negócios brasileiros estava em uma situação razoável ou ruim (SEBRAE, 2020). Uma consequência que pode ser atribuída aos problemas financeiros das organizações é a “demissão de funcionários”, situação comum na pandemia não apenas para empreendimentos turísticos de pequeno porte, mas também para os de maior tamanho (Foo et al., 2020).

Foi citado, ainda, o aspecto da migração para teletrabalho, refletindo uma estatística relevante, no Brasil, identificada pelo SEBRAE (2020): 21,6% das pequenas empresas no território nacional adotaram o modelo laboral remoto nesse período. Apenas a empresa B relatou “dificuldades de adaptação para o teletrabalho” e esta se apresenta como um possível caminho sem volta para muitas empresas no pós-pandemia (Bouças da Silva et al., 2021). Nessa esfera, tratou-se, outrossim, da “dificuldade para entrar em contato com parceiros”, pois nem todos possuíam sinal de telefone e internet, o que prejudicou a comunicação com a sua rede, diante do necessário isolamento social (Coelho & Mayer, 2020).

Além disso, para três negócios consultados, o “fechamento das fronteiras para o Brasil” foi uma situação de extrema preocupação, visto que eles atuam com foco no público estrangeiro e a expectativa, naquele momento era de que o Brasil permanecesse na zona vermelha até a metade de 2021, dado o aumento nas taxas de transmissão e a vacinação insuficiente (BBC Brasil, 2021). Para os pequenos negócios que trabalham com emissivo/receptivo internacional, a pandemia representou a possibilidade iminente de encerramento das suas operações, conforme previsto por Dube et al. (2020).

Diante das adversidades citadas, os negócios sociais do turismo investigados apresentaram fortes dificuldades de seguir com as operações da empresa. Das nove empresas entrevistadas, quatro não haviam voltado a operar viagens até abril de 2021 – D, E, F e H – e a empresa I que, diferentemente das outras, não opera ou agencia roteiros turísticos, também interrompeu suas atividades de consultoria. Mesmo assim, os empreendimentos pesquisados apontaram algumas estratégias para reagir aos impactos provenientes da pandemia da COVID-19. É o que se observa na Tabela 5.

## **Tabela 5**

### *Respostas Estratégicas à Pandemia da COVID-19*

Variável	Depoimentos (Empresas)
Tempo para planejamento interno	No início da pandemia, <b>a empresa conseguiu tocar demandas que não havia tocado anteriormente por falta de tempo (A)</b> ; No primeiro mês da pandemia, a empresa manteve todos os funcionários e <b>focou os esforços em planejamento interno (B)</b> ; <b>A empresa conseguiu tempo para estruturar novas formas de impacto positivo</b> , como consultoria sobre a melhoria do tratamento dos resíduos gerados, o <b>que não era possível antes pelo foco na operação dos roteiros (F)</b>
Criação de novos produtos	<b>A empresa utilizou o tempo com a operação interrompida para criar outros produtos</b> , com novas formas de impacto (A); <b>Testaram turismo virtual como produto para as escolas</b> , porém não teve aderência no mercado (C); <b>Criou uma nova forma de atendimento focado para pequenos grupos familiares</b> , com um período menor de utilização (G); <b>Atuando com consultoria para empresas que queiram melhorar a sua relação com os resíduos</b> , composteira, canudo de inox e outras iniciativas que promovem o turismo regenerativo (F)
Redução de custos com escritório	<b>Adotou o modelo de *home office*</b> , <b>visto como uma vantagem operacional</b> , porque melhora a vida das pessoas, desde o momento que elas não precisam se deslocar, fora a economia com espaço físico, o que pode gerar melhor remuneração para as pessoas ou mais remuneração para outras pessoas (A); A empresa estava se preparando para mudar para um escritório novo e maior, onde teria gastos com reforma. <b>Com a pandemia, migrou imediatamente para o modelo *home office* (B)</b>

<b>Variável</b>	<b>Depoimentos (Empresas)</b>
Fortalecimento da rede	A empresa aplicou uma pesquisa com mais de 200 clientes e parceiros comunitários <b>para entender as expectativas da rede (A); Fizeram contatos com mais de 100 fornecedores no país inteiro e levantaram a situação de cada um.</b> Fez um trabalho de comunicação muito forte. Além disso, atualizamos através da nossa <i>newsletter</i> mensal (B); <b>Atuam no suporte aos negócios parceiros afetados pela pandemia</b> e ressaltam a necessidade de toda a rede sobreviver à pandemia (C )

Dentre os impactos positivos, o mais citado foi a “criação de novos produtos”, situação identificada como fundamental para a sobrevivência dos pequenos negócios em momentos de crise (Dias et al., 2020; Wenzel et al., 2020). Nesse sentido, Duxbury (2020) destacou que os modelos de turismo dominantes são insustentáveis se mantidos como estão, sendo essencial articular caminhos alternativos para evitar o regresso ao modelo “de sempre” no pós-crise. Um exemplo é o da empresa B, que sempre teve como foco o mercado internacional. Durante a pandemia, decidiu criar um novo produto que, diferentemente dos roteiros já comercializados com expedições de estrangeiros no Brasil, propôs-se a atender o público brasileiro com a missão de aproximá-los da natureza em viagens curtas com destinos próximos. Esse repensar do modelo de negócio é uma prática observada em muitos pequenos empreendimentos que reformularam as bases do funcionamento de suas empresas como forma de resposta aos impactos gerados pela crise (Bernardes et al., 2020). Dessa forma, entende-se que as mudanças exigiram adaptações nos produtos e serviços ofertados pelas empresas.

O segundo tópico mais citado pelas empresas como positivo foi o “fortalecimento da rede”. As empresas A, B e C se ocuparam, no primeiro ano da pandemia no Brasil, principalmente, ao atendimento das demandas dos clientes e dos parceiros comunitários, para identificar as diferentes necessidades de modo que todos consigam sobreviver a esse momento. A melhoria da relação com os *stakeholders* também foi apontada como fundamental para o enfrentamento aos efeitos da pandemia (Bouças da Silva et al., 2021).

Por fim, falou-se no “tempo para planejamento interno”, possível devido às paralisações do setor do turismo e das empresas (Coelho & Mayer, 2020), além da “redução de custos com escritórios”, sendo que este componente da gestão financeira esteve presente em muitos outros destinos em todo o mundo (Bartik et al., 2020; Kraus et al., 2020). Isto posto, os dados revelam que as empresas foram surpreendidas com a pandemia, e foram reativas em relação aos seus impactos. Esta, aliás, costuma ser a postura dos pequenos negócios em cenários de crise: responsiva em vez de estabelecer planos contingenciais

(Bouças da Silva et. al, 2021).

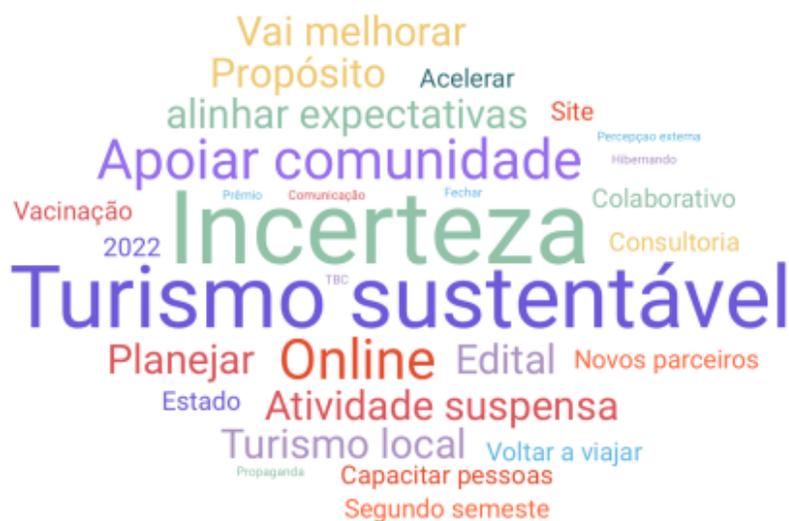
### *Recuperação: incerteza e otimismo nas perspectivas para o futuro*

No início da pandemia no Brasil, quatro das empresas participantes do estudo acreditavam que, a partir de setembro de 2020, haveria uma retomada no turismo. Em novembro do mesmo ano, o MTur (2020c) lançou o programa “A Retomada do Turismo”, com iniciativas para o reaquecimento do setor, além da definição dos protocolos de segurança. Dessa forma, as empresas A, B, C e G voltaram a operar de acordo com os protocolos nacionais de segurança, modificaram seus modelos de trabalho para atender os clientes durante a pandemia, e fizeram ao menos uma operação até fevereiro de 2021.

Após esse período, todos eles paralisaram novamente diante do agravamento da situação da pandemia em março de 2021<sup>1</sup>. Os negócios que haviam retomado suas atividades, pararam novamente e não pretendiam voltar no curto prazo. A sócia de uma das empresas afirmou que “no momento a gente não se sente confortável nem para sugerir que as pessoas viagem”. A empresa também relatou a preocupação com a piora dos índices que demonstravam a situação do Brasil, em relação ao enfrentamento da COVID-19. Com isso, pode-se perceber que as expectativas dos empreendedores foram mudando ao longo da pandemia, que já durava pouco mais de um ano no momento de coleta de dados desta pesquisa. Quando perguntados sobre as expectativas para o futuro, as respostas dos empreendedores foram representadas na Figura 1.

### **Figura 1**

*Nuvem de Palavras sobre Expectativas para o Futuro*



*Nota.* Elaborado a partir dos dados da pesquisa.

Os dados revelaram que, acerca do futuro, predominava a sensação de incerteza entre os empreendedores sobre quando o turismo poderia ser retomado, sobretudo no contexto

brasileiro (Coelho & Mayer, 2020). A empresa C afirmou que “é preciso dar suporte para os parceiros chegarem até o final disso tudo, não adianta só uma empresa sobreviver”, isso é reforçado no discurso de outras três empresas (A, D e E) que também incluíram no seu planejamento para o futuro apoiar as comunidades da rede em que estão inseridas.

Além disso, três empresas (A, B e F) afirmaram que acreditavam que a situação iria melhorar, mesmo que houvesse uma incerteza sobre quando isso aconteceria. Um exemplo disso é a fala de uma das entrevistadas da empresa F: “Acredito que vai vingar, mas não sei quando”. Outro ponto que se destaca são as ações de posicionamento online: quatro empresas (C, E, F e H) afirmaram que investiram ou planejam investir neles, principalmente para fazer a oferta de roteiros turísticos. A empresa H apostou que, com o avanço da vacinação no Brasil, as atividades turísticas poderiam voltar no final de 2021, e por isso estava investindo na reforma do seu *site*, para quando as pessoas voltassem a viajar, a empresa impulsionasse o negócio com as vendas online.

Ainda, quanto a expectativas positivas para o pós-pandemia, seis empresas (A, B, C, E, G e H) acreditam que o turismo sustentável será tendência, visto que por conta do isolamento social, as pessoas passaram muito tempo dentro de casa. Isso pode ser percebido na fala do empreendedor da empresa G que afirmou: “as pessoas vão querer se reconectar com a natureza”. Já a empreendedora da empresa F afirmou que apostará no Turismo Regenerativo para o futuro da empresa, que conforme Duxbury et al. (2020), é aquele que objetiva promover o bem comum reduzindo os prejuízos aos envolvidos, após o período de confinamento devido à crise gerada pela COVID-19. Evidenciou-se a necessidade de promover um turismo mais sustentável, que beneficie o meio ambiente e as comunidades, que traga maior proximidade com o destino e que ressalte o turismo criativo. Essa visão mais positiva se contrasta com a fala da empresa D, a única que levantou a possibilidade de fechar, ao afirmar que está “hibernando” e que não tem boas expectativas para o futuro.

### **Considerações Finais**

Este capítulo teve como objetivo apresentar os impactos gerados pela pandemia da COVID-19 sobre negócios sociais do turismo no Brasil, além das estratégias desenvolvidas por essas empresas para enfrentar este momento de crise e sua visão para o futuro pós-pandemia. Esses negócios, entendidos como aqueles que se dedicam a buscar tanto lucro como impacto social, tenderiam a ganhar relevância diante de uma situação de agravamento da desigualdade social decorrente da pandemia. Essas organizações possuem intencionalidade híbrida, têm como atividade principal o enfrentamento de um problema social, atuam com foco na baixa renda, possuem compromisso em medir o impacto gerado, além de se sustentarem pela lógica de mercado.

Com os resultados obtidos pelas entrevistas, foi possível perceber que esses negócios foram altamente impactados negativamente pela pandemia, e que foi diverso o modo de resposta à crise sanitária. Destacam-se a “redução e/ou interrupção dos serviços”, o “cancelamento de serviços” comercializados e “dificuldades financeiras”. Quanto às respostas estratégicas, foram registradas duas: a “criação de novos produtos” e “fortalecimento da rede”.

Assim, apesar das dificuldades do momento em que a pesquisa foi realizada, foi possível perceber que existiram aprendizados.

Também há indícios da importância do planejamento e das estruturas de gestão para o enfrentamento da crise pelos pequenos negócios do turismo. Os negócios mais estruturados reagiram de forma mais planejada e foram menos afetados, apontando mais impactos positivos do que os demais. Por outro lado, há negócios que enfrentaram uma situação em que sua sobrevivência estava ameaçada, que não possuíam planejamento e reservas financeiras antes da pandemia. Este é um ponto que emergiu dos dados e que caberia maior aprofundamento futuro.

Também se percebeu que a crise afetou a visão de futuro dos empreendedores, que expressaram grande incerteza, ao lado de um otimismo de melhoria expressiva no mercado a partir do momento de retomar as atividades integralmente. As incertezas relatadas dizem respeito ao agravamento da situação sanitária no país e a falta de políticas públicas que assegurem a sobrevivência das empresas. Já o otimismo está, especialmente, ancorado nas expectativas de mudanças do mercado e de maior busca por um turismo mais sustentável por parte dos viajantes em geral.

Foi verificado um alinhamento dos achados deste estudo com aqueles de Bouças da Silva et al. (2021), e de Guerreiro e Vilela (2021), na medida em que apontaram que os pequenos negócios do setor de turismo são um dos mais afetados, que o prolongamento do período de enfrentamento da pandemia agrava a situação dessas empresas, visto que, no geral, apresentam dificuldades financeiras e de gestão para enfrentar desafios advindos de momentos de crise. Ademais, também se assemelham na identificação das políticas públicas como peça importante para a retomada do setor.

Um aspecto interessante que se revelou no estudo é que a realidade da pandemia torna as impressões sobre ela altamente mutáveis e varia conforme a gravidade do cenário. Tomando em perspectiva, as entrevistas foram realizadas com 12 meses de pandemia e diante de uma circunstância de agravamento das mortes no Brasil. Isso leva a crer que os resultados poderiam ser distintos em outros momentos como este que vivemos, em que o Brasil se encontra com 77% de sua população completamente imunizada contra a COVID-19 (Our World in Data, 2022), com redução expressiva de mortes e início de ações de flexibilização sanitária.

O conjunto destes achados permitiu responder à pergunta de pesquisa, de como a crise gerada pela COVID-19 tem influenciado os negócios sociais em turismo. Entretanto, durante o estudo foram encontradas algumas limitações, como o alcance a negócios sociais do setor de turismo que fecharam durante a pandemia, alguns não retornaram o contato, outros não puderam participar da pesquisa. Outro fator, foi a imprevisibilidade da duração da crise corrente. Como aferido na pesquisa houve uma diminuição dos casos no final de 2020, o que levou o turismo brasileiro a tentar uma retomada, porém poucos meses depois a situação passou a se agravar ainda mais, antes de apresentar sinais de melhora em 2022<sup>2</sup>, momento de finalização deste capítulo.

Sugere-se que, para estudos posteriores, sejam investigadas formas de mensuração de impactos para negócios sociais, visto que esse foi o critério que as empresas mais apresentaram dificuldade de atingir quando se buscou uma definição para o termo. Além disso, que sejam estudadas as práticas de negócios sociais de turismo advindas desse momento de crise, com atenção às questões de sustentabilidade levantadas como expectativas nas entrevistas. Por fim, seria interessante um acompanhamento dessas empresas em caráter longitudinal para compreender os efeitos da pandemia sobre elas em horizontes temporais mais amplos.

### Agradecimentos

Os autores agradecem ao CNPq pela bolsa de iniciação científica recebida por Lara Liz Freire entre agosto de 2019 e agosto de 2020, que possibilitou a primeira etapa da pesquisa que dá base para esse capítulo.

### Referências

- Agência Brasil (2021). *Ministério da Saúde confirma primeiro caso de coronavírus no Brasil*. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-02/ministerio-da-saude-confirma-primeiro-caso-de-coronavirus-no-brasil>
- Agostini, M.R., & Vieira, L.M. (2015). O Processo de Inovação Social como Resposta aos Vazios Institucionais: Uma Análise Multidimensional. In: *XXXIX Encontro da ANPAD*, (1-20). Belo Horizonte.
- Aliança pelos Investimentos de Alto Impacto (2020). *O que são negócios de impacto*. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://aliancapeloimpacto.org.br/wp-content/uploads/2020/03/ice-estudo-negocios-de-impacto-2019-web.pdf>
- Artemisia (2020). *O que são negócios de impacto social?* Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://artemisia.org.br/conhecimento-negocios-de-impacto-social/>
- Banco Central (2022). *Sistema Gerador de Séries Temporais*. Recuperado em 3 maio 2022 de <https://www3.bcb.gov.br/sgspub>
- Banco Mundial (2022). *GDP Annual Growth*. Recuperado em 3 maio 2022 de <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?view=chart>
- Barki, E. (2015). Negócios de Impacto: Tendência ou Modismo? *GV Executivo*, São Paulo, 14(18068979), 14-17, jun./2015.
- Bartik, A., Bertrand, M., Cullen, Z.B., Glaeser, E.L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). The Impact of COVID-19 on Small Business Outcomes and Expectations. *Harvard Business School Working Paper*, 20-102, April. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
- BBC Brasil (2021). *COVID-19: novo mapa global de riscos deve ter Brasil em 'zona vermelha', dizem cientistas*. Recuperado em 3 maio 2021 de <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56360689>

Bernardes, J.R., Silva, B.L., & Lima, T.C.F. (2020). Os impactos financeiros da COVID-19 nos negócios. *Revista da Faesf*, 4.

Bose, M. (2013). *Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local*. Tese de Doutorado em Administração]. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.

Bouças da Silva, D.L., Miranda, A.L., & Hoffmann, V.E. (2021). Viva ou Deixe Morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhão, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(1), 2203. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2203>

Brasil. (2020). *Medida Provisória nº 948, de 8 de abril de 2020 (...)*. Recuperado em 15 julho 2021, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm)

Câmara dos Deputados (2021). *Lei estabelece regras para cancelamento e remarcação de viagens e eventos*. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://www.camara.leg.br/noticias/687041-LEI-ESTABELECE-REGRAS-PARA-CANCELAMENTO-E-REMARCAÇÃO-DE-VIAGENS-E-EVENTOS>

Cardoso, G. (2015). *Mude, você, o mundo: Manual do empreendedorismo social*. Editora Lura, São Paulo.

Carreiras, H. (org.) (2020). *COVID-19 e a gestão de crises: um novo paradigma?* IDN Brief.

Carvalho, L. (2020). *Curto-circuito: o vírus e a volta do Estado*. São Paulo: Todavia.

Chien, G.C.L., & Law, R. (2003). The impact of the Severe Acute Respiratory Syndrome on hotels(...). *International Journal of Hospitality Management*, 22, 327-332. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(03\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00041-0)

Chinazzi, M., Davis, J., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., Piontti, A.P., Mu, K., Rossi, L., Sun, K., Vi-boud, C., Xiong, X., Yu, H., Halloran, E., Longini Jr., I., & Vespignani, A. (2020). The effect of travel re-strictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 24th. April, 368, 395-400. <https://doi.org/10.1126/science.aba9757>

Costa, S.P., & Sonaglio, K. (2017). Gestão do turismo em tempos de crises e vulnerabilidades. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 5(1).

Costa, H.A., & Nascimento, E.P. (2021). *Turismo. Brasil em Números*. 29, IBGE: Brasília.

Cunha, A., & Costa, E. (2017). Turismo e economia criativa: uma análise da APL turística sob a concepção de negócios sociais em Taquaruçú, Tocantins, Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*.

Coelho, M.F., & Mayer, V.F. (2020). Gestão de serviços pós-COVID: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens? *Gestão e Sociedade*, 14(39), 3698-3706.

- Dias, A., Manuel, E.C., Dutschke, G., Pereira, L.F., & Pereira, R. (2020). Economic crisis effects on SME dynamic capabilities. *International Journal of Learning and Change*. Artigo no prelo. Recuperado em 21 julho 2020 de <https://doi.org/10.1504/IJLC.2021.10025017>
- Dube, K., Nhamo, G., & Chikodzi, D. (2020). COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Current Issues in Tourism*, 1-4. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1773416>
- Duxbury, N. et al. (2021) *Turismo Regenerativo. Palavras para lá da Pandemia: Cem lados de uma crise*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/90747/1/Turismo%20regenerativo.pdf>
- Fabrino, N.H., Costa, H.A., & Nascimento, E.P. (2012). Turismo de Base Comunitária (TBC): elementos chaves para aferir seu desempenho na perspectiva da sustentabilidade. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, 5(3), set/dez, 546-559.
- Fundação Getúlio Vargas [FGV]. (2020). *Impacto econômico do COVID-19: propostas para o turismo* [recurso eletrônico]. Recuperado em 20 abril 2021 de [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19\\_impactoeconomico\\_v09\\_compressed\\_1.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf)
- Foo, L.P., Chin, M.Y., Tan, K.L., & Phuah, K.T. (2020). The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, [s.l.], 1-5, jun. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1777951>
- Garcia, J. (2004). *O negócio do social*. Editora Zahar, Rio de Janeiro.
- Giannacourou, M., Kantaraki, M., & Christopoulou, V. (2015). The Perception of Crisis by Greek SMEs and Its Impact on Managerial Practices. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 546-551. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1235>
- Glaesser, D. (2006). *Crisis Management in the Tourism Industry*. 2<sup>a</sup>ed, Butterworth Heine- mann, Oxford, UK. <https://doi.org/10.4324/9780080464596>
- Golets, A., Farias, J., Pilati, R., & Costa, H.A. (2021). COVID-19 pandemic and tourism: The impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions. *Current Psychology*, 1, 13-14. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02282-6>
- Guerreiro, A.C., & Vilela, G. (2021). Os impactos do coronavírus nos pequenos negócios de turismo no Brasil: uma análise a partir dos dados do Sebrae. *Revista Turismo Em Análise*, 32(1), 79-99. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i1p79-99>
- Guimarães Júnior, D., Nascimento, A., Santos, L., & Rodrigues, G. (2020). Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios. *Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada*, 5(4), 1-10. <https://doi.org/10.25286/repa.v5i4.1455>
- Hall, C., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] (2022). *PNAD Contínua*. Recuperado em 03 de maio 2022 de <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?edicao=33542&t=series-historicas>

Kerlin, J. (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 246-262. <http://dx.doi.org/10.1007/s11266-006-9016-2>

Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). The economics of COVID-19(...). *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Apr., 1355-2554. <https://doi.org/10.1108/IJEER-04-2020-0214>

Machado, L.C., & Gomez, C.P. (2019). Desenvolvimento de Negócios Sociais: Estudo De Caso Qualitativo Da Women Friendly. *Perspectivas Contemporâneas*, 14(3), 53-73.

Ministério do Turismo [MTur]. (2020a). *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Social no Brasil*. Recuperado em 27 abril 2021 de <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/diretrizes-para-o-desenvolvimento-do-turismo-social/diretrizes-para-o-desenvolvimento-do-turismo-social>

Ministério do Turismo [MTur]. (2020b). *Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil*. Recuperado em 3 maio 2020 de <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/401-relat%C3%B3rio-de-impacto-da-pandemia-de-covid-19-nos-setores-de-turismo-e-cultura-no-brasil/401-relat%C3%B3rio-de-impacto-da-pandemia-de-covid-19-nos-setores-de-turismo-e-cultura-no-brasil.html>

Ministério do Turismo [MTur]. (2021c). *Retomada do Turismo*. Recuperado em 27 abril 2021 de <https://retomada.turismo.gov.br/>

Mozzato, A.R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731-747.

Oliveira, M.F. (2011). Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração. *Universidade Federal de Goiás*. Catalão-GO.

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2021). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism*. Recuperado em 27 abril 2021 de <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2022). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020*. Recuperado em 03 maio 2022 de [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-03/UNWTO\\_Barom22\\_02\\_March\\_excerpt-1.pdf?U1d1hw2v5Ga4TSmlkQRNbFKpr6mNygA](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-03/UNWTO_Barom22_02_March_excerpt-1.pdf?U1d1hw2v5Ga4TSmlkQRNbFKpr6mNygA)

Our World in Data. (2022). *Share of people vaccinated against COVID-19, May 2*. Recuperado em 3 maio 2022 de <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=>

## OWID\_WRL

Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 209-225.

Pires, L.N., Carvalho, L., & Xavier, L.L. (2020). *COVID-19 e desigualdade: a distribuição dos fatores de risco no Brasil*. Recuperado em 27 abril 2021 de <https://ondasbrasil.org/wp-content/uploads/2020/04/COVID-19-e-desigualdade-a-distribui%C3%A7%C3%A3o-dos-fatores-de-risco-no-Brasil.pdf>

Rosolen, T., Tiscoski, G.P., & Comini, G.M. (2014). Empreendedorismo social e negócios sociais: Um estudo bibliométrico da produção nacional e internacional. *Revista Interdisciplinar de gestão social*, 3(1).

Santos, V., Dorow, D.R., & Beuren, I.M. (2016). Práticas gerenciais de micro e pequenas empresas. *Revista Ambiente Contábil*, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 8(1), 153-186.

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE] (2020). *O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios*, Editora Sebrae, 2 ed.

Wenzel, M., Stanske, S., & Lieberman, M.B. (2020). Strategic responses to crisis. *Strategic Management Journal*, 41, 7-18. <https://doi.org/10.1002/smj.3161>

Wolfe, M.T., & Patel, P.C. (2021). Everybody hurts: Self-employment, financial concerns, mental distress, and well-being during COVID-19. *Journal of Business Venturing Insights*, 15. e00231. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00231>

Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Orteha, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43(2-3), 308-325.

---

## Autores

**Lara Liz Freire:** Graduada em Administração. Foi pesquisadora bolsista do PROIC/UnB. Email: [laralizfreire@gmail.com](mailto:laralizfreire@gmail.com).

**Helena Costa:** Líder do LETS (Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade). Professora Associada II do Departamento de Administração da UnB. Email: [helenacosta@unb.br](mailto:helenacosta@unb.br).

**David Bouças:** Doutor em Administração (PPGA/UnB). Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria (DETUH/UFMA). Coordenador do Grupo de Pesquisa “Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo – GEDOT”. Pesquisador do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). Email: [david.boucas@ufma.br](mailto:david.boucas@ufma.br).

## Notas

<sup>1</sup> Conforme notícia divulgada em março pela Agência Brasil do dia 24 de março de 2021: “O Brasil bateu hoje (24) a marca das 300 mil mortes por COVID-19, dois meses e meio depois de ter chegado a 200 mil mortos, em 7 de janeiro de 2021. Já esta marca demorou pouco mais de cinco meses após a pandemia chegar aos 100 mil mortos, o que ocorreu em 8 de agosto de 2020. Com 2.009 mil mortes nas últimas 24 horas, o total de vidas perdidas para a covid-19 totalizou 300.685”. Recuperado em 3 maio 2022 de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-03/mortes-por-covid-19-no-brasil-passam-de-300-mil>.

<sup>2</sup> Apesar da melhora, é importante lembrar, no momento de finalização deste capítulo, haviam sido registradas 663.694 mortes por COVID-19. Recuperado em 03 maio 2022 de <https://covid.saude.gov.br/>.

# **Turismo de pesca no Pantanal Sul: uma análise dos impactos, riscos e desafios da pandemia da COVID-19**

## **Fishing tourism in the South Pantanal: an analysis of impacts, risks and challenges of the COVID-19 pandemic**

**José Roberto da Silva Lunas, Elizabeth Dalana Pazzello**

### **Resumo**

O Pantanal é a maior planície alagada do mundo, está incrustado na região da Bacia Hidrográfica do Rio Paraguai, entre Brasil, Bolívia e Paraguai, e mantém uma bela e exuberante biodiversidade. É um dos destinos mais apreciados por praticantes de pesca esportiva amadora e, desde a década de 1970, vem consolidando e desenvolvendo uma estrutura turística para receber os cerca de 80 mil visitantes que procuram, anualmente, essa região para pescar. Em 2020, auge da pandemia da COVID-19 no Brasil, verificou-se uma queda abrupta do fluxo de visitantes face a restrições às viagens e necessidade de distanciamento social de modo a preservar a capacidade do sistema de saúde pública. A crise decorrente da interrupção do turismo de pesca provocou o fechamento, principalmente de pequenos negócios, demissão e aumento de problemas sociais nos principais municípios receptores dos turistas de pesca. Este trabalho se debruçou sobre as mudanças e decisões tomadas durante a crise pandêmica com o objetivo de estabelecer elos de aprendizado com as perspectivas de retomada desta importante atividade econômica para o estado de Mato Grosso do Sul. Os resultados do estudo apontam para a necessidade de ações que permitam fortalecer os municípios e os pequenos empreendimentos com maiores fragilidades, sinalizando para as perspectivas de diversificação da oferta, aprimoramento da gestão e busca por segmentação junto a novos praticantes da pesca esportiva amadora, e posicionamentos mais sustentáveis de negócios e destinos.

**Palavras-chave:** Turismo Sustentável; Marketing; Gestão do Turismo.

### **Abstract**

The Pantanal biome is the world's largest wetland with exuberant biodiversity. Located in the Paraguay river basin, it lies within Brazil, Bolivia, and Paraguay. It is a tourist

destination much appreciated by amateur sport fishing practitioners and since the 1970s it has been developing tourism services and infrastructure to receive approximately 80 thousand fishing tourists a year. Throughout 2020, when the COVID-19 pandemic largely affected Brazil, there was a significant drop in the flow of visitors due to restrictions on travel and the need for social distancing to preserve the capacity of the Brazilian public health system. The crisis resulting from the closure of fishing tourism activities caused the collapse of small and large businesses, the dismissal of employees, and increased social problems in the main municipalities of the tourism fishing regions. This work focused on the changes and decisions taken during the pandemic crisis to establish learning links with the prospects of resuming this important economic activity for the state of Mato Grosso do Sul, homeland to Southern Pantanal. The results of the study point out the need for actions that can strengthen municipalities and small businesses that are exposed to larger weaknesses, signaling the prospects of diversification of tourism offers, improvement of management, the search for new practitioners of amateur sport fishing, and sustainable positioning of businesses and destinations.

**Keywords:** Sustainable Tourism; Marketing; Tourism Management.

## Introdução

Com cerca de 140 mil quilômetros quadrados em território brasileiro, 65% deles no Mato Grosso do Sul, o complexo do Pantanal é um bioma de rara exuberância de fauna e flora. São cerca de 3,5 mil espécies de flora, 124 espécie de mamíferos, 463 espécies de aves e 325 espécies de peixes (ICMBio, 2020). Para a maior parte dos 2,8 milhões de sul mato grossenses (IBGE, 2021), trata-se de uma paisagem desconhecida. Mas não é desconhecida de todos. Dentre os estimados 80 mil turistas de pesca que frequentam a porção sul mato grossense do Pantanal, a maior parte é do próprio estado. Não existem estatísticas específicas de medida de fluxo para o turismo de pesca, mas os números de licenças de pesca emitidas indicavam uma quantidade crescente de praticantes da pesca esportiva amadora, com cerca de 83 mil licenças emitidas no ano de 2019.

Em 2020, com a chegada da pandemia, observou-se um grande choque para os principais destinos de turismo de pesca no Estado, principalmente, os da região do Pantanal sul mato grossense (Pantanal Sul), como Aquidauana, Coxim, Bonito, Corumbá, Miranda, Ladário e Porto Murtinho. Todos estes muito dependentes do Turismo de Pesca. A crise desencadeada com a pandemia provocou queda de renda e demissões nestes destinos, com o consequente aumento de desigualdades e problemas sociais, mas também obrigou a tomadas de decisões corajosas, novas parcerias e, sobretudo, criatividade em busca de soluções que assegurassem a sobrevivência dos pequenos negócios locais que dependem da atividade e que foram os mais atingidos (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020a).

Para quem estuda e discute este tema, a crise pandêmica revelou acontecimentos

instigantes do ponto de vista de pesquisa, quanto à segurança sanitária, gestão da oferta dos serviços e decisões de marketing sobre segmentação e posicionamento da oferta dos sistemas mais consolidados. Por outro lado, também foram verificadas oportunidades de investigação acerca da incapacidade de reação dos pequenos negócios e polos turísticos menos consolidados. Estes foram justamente o mote do presente trabalho, cujos objetivos foram analisar e discutir os impactos e aprendizados durante a pandemia da COVID-19, e analisar perspectivas e ações do poder público e empreendedores do turismo de pesca para a retomada pós-crise pandêmica.

Para investigar estes elementos foi necessário estabelecer um elo com outros trabalhos realizados sobre turismo de pesca e pesca esportiva amadora. Foram levantados dados sobre o sistema turístico do Pantanal Sul com contribuição de trabalhos anteriores e realizadas novas entrevistas em profundidade com representantes do trade turístico e da Associação dos Pescadores do Pantanal, além da utilização de dados recentes, divulgados pela Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR) e pelo Governo do Estado. O presente estudo intentou estabelecer algum foco na elaboração de um panorama dos impactos e desafios proporcionados pela pandemia, de modo a propor prioridades de aprendizado para os sistemas turísticos e para os empreendedores que atuam na região.

Este texto foi estruturado com uma revisão inicial da literatura envolvendo pesca esportiva e amadora, além de aportes sobre segurança e gestão do turismo durante a pandemia. O foco de análise, descrito nos itens posteriores foram sobre a estrutura, fluxo turístico e principais ocorrências e mudanças na região alvo do estudo. Finalmente, foi elaborado um resumo dos principais elementos de aprendizado para os sistemas turísticos e seus principais atores e empreendedores, o que foi apresentado nas considerações finais.

### **Pesca Esportiva Amadora e Turismo de Pesca**

O assunto turismo de pesca é pouco discutido na literatura e não existem conceitos estabelecidos para este segmento. O que se explora de modo mais aprofundado é a vertente da pesca esportiva amadora. Embora não totalmente equivalente, a discussão sobre pesca esportiva serve para abordar alguns conceitos teóricos úteis e que mantêm intersecção com o turismo de pesca. O conceito de pesca esportiva amadora é discutida por autores como Violin e Alves, (2017), Muñoz (2018) e Catella (2005) que, de maneira geral, referiram-se a ela como sendo uma atividade praticada com equipamentos ou petrechos limitados por legislações que os diferenciam dos pescadores profissionais e com finalidade de lazer ou competição.

Uma característica importante do turismo de pesca é a chamada desintermediação, que é uma desconexão com a necessidade de serviços de agências de viagem e/ou operadoras (Law et al., 2015), pelo fato de o turista conhecer o local, preços e funcionamento, negociando as viagens diretamente com os meios de hospedagem ou barcos-hotéis, o que é uma demonstração do papel de centralidade que os meios de hospedagem desempenham nos destinos de pesca. A desintermediação de serviços, dentro da cadeia produtiva do turismo, é impulsionada pela internet e mídias sociais (Kaewkitipong, 2011; Law et al., 2015; Ramos, 2010). Associando o turismo de pesca como uma atividade turística, Muñoz

(2018) argumentou que a pesca é “uma atividade vivencial”, que coloca o praticante em contato com o ecossistema e a cultura, despertando grande interesse por suas nuances.

Na visão dos próprios pescadores, a pesca esportiva amadora é um hobby que oportuniza, principalmente, sensação de relaxamento e contato com a natureza na companhia de amigos, e momento em que é possível demonstrar destreza e conhecimento, além de demonstrar a competência e habilidade para adquirir os melhores equipamentos (Abreu et al., 2015). Catella (2005) ensinou que, no Pantanal, esta atividade turística é marcada pelo ecossistema e que, além de satisfazerem seus prazeres esportivos, são beneficiados pela proximidade com a flora e fauna pantaneiras.

Na ausência de uma conceituação mais precisa, o presente trabalho utiliza a definição desta atividade no setor de hospitalidade e turismo, entendendo-se que o turismo de pesca é o procurado por turistas praticantes de pesca esportiva amadora para fins de lazer e recreação, ou, pelos denominados simplesmente, de turistas de pesca.

#### *Desafios para a Exploração Responsável das Atividades Correlatas em Destinos Turísticos durante e após a Crise Pandêmica*

A pandemia da COVID-19 criou dificuldades e desafios inéditos para os sistemas turísticos. Desemprego, insolvência de pequenos e até grandes negócios, crise sociais foram reflexos em regiões anteriormente altamente dependentes do crescimento do fluxo turístico (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020a). O desenvolvimento socioeconômico gradual proporcionado pelo crescimento da atividade nos últimos anos acabou sendo penoso para tais regiões, como demonstram diversos estudos acadêmicos recentes que apontaram para o potencial de perda de empregos e necessidade de ações governamentais para prover renda e segurança alimentar (Burke, 2021; Jamal & Budke, 2020; Škare et al., 2021). A redução de fluxo de forma tão impactante faz com que destinos tradicionais tentem aprender com a crise e se voltem para a necessidade de diversificação da oferta, incluindo o turismo de pesca, como é o caso das ilhas Tenerife, na costa da África (Rodríguez & Darias, 2021).

Entretanto, mesmo o turismo de pesca tem sofrido com os impactos socioeconômicos negativos devido à redução do fluxo turístico, principalmente durante o ano de 2020, com a redução do número de voos que traziam os turistas dos destinos tradicionais (Fonseca et al., 2021). No estado de Mato Grosso, municípios como Poconé, Cáceres e Barão do Melgaço buscaram incentivar o turismo doméstico e encontrar soluções criativas na tentativa de manter negócios e empregos.

A crise pandêmica obrigou os gestores de destinos e empreendimentos turísticos a adotarem medidas para reduzir riscos de contágio. Medidas de higienização e redução de contatos têm sido adotadas com prováveis impactos no pós-pandemia. Jiang e Wen (2020) relataram, por exemplo, que os meios de hospedagem devem adotar a robótica e a inteligência artificial para reduzir o contato humano no atendimento dos hóspedes, além de medidas de higienização de superfícies e revisão de sistemas de ar condicionados centrais, e afirmaram que tais medidas serão cada vez mais frequentes no futuro.

Pela natureza das atividades com características de inseparabilidade de recursos humanos e simultaneidade da oferta, em que o serviço é prestado ao mesmo tempo em que é consumido, o setor de turismo é um dos mais suscetíveis aos problemas advindos da crise pandêmica. Por isso, a adaptação da gestão na retomada pós-pandemia deverá focar em quatro principais dimensões: “gestão de processos, gestão de instalações e capacidade, gestão de pessoas e gestão das interações com clientes” (Coelho & Mayer, 2020).

As preocupações mais imediatas são dirigidas às medidas sanitárias, como as que foram adotadas, por exemplo, em Corumbá, para permitir a continuidade da operação dos grandes barcos-hotéis de pesca. Um protocolo emitido pela Prefeitura Municipal, em comum acordo com normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), exigiu vários procedimentos – como o treinamento de funcionários e outras medidas para verificação de embarques – necessários ao retorno das operações após um período de interrupção de 4 meses, em 2020 (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020b).

Por fim, é necessário voltar-se às perspectivas de mudanças quanto aos hábitos dos turistas e à necessidade de busca de novos segmentos de mercado (Vărzaru et al., 2021), estabelecendo novos canais de comunicação e distribuição com mercados emissivos domésticos e mais próximos dos destinos, e com novos praticantes do turismo de pesca. Nota-se a presença, cada vez importante, do segmento feminino e grupos familiares no turismo de pesca, trazendo com isso uma preferência por práticas mais sustentáveis. A segmentação é praticada por destinos turísticos que pretendam dirigir a oferta turística de modo mais eficiente, dirigindo ações promocionais por meio da divisão do mercado em grupos homogêneos. A segmentação deve ser seguida de boas decisões de posicionamento (Morrinson, 2012). Na atual conjuntura, os destinos turísticos devem se posicionar de modo a aproveitar a tendência de crescimento de segmentos de mercado que buscam ofertas que apresentem mais cuidados com segurança sanitária e sustentabilidade da oferta turística (Pardo & Ladeiras, 2020; Vărzaru et al., 2021).

Existem vantagens expressivas da decisão de segmentação. Uma delas é o aumento do efeito multiplicador econômico, outra é a redução dos efeitos de quedas sazonais de fluxo. O efeito multiplicador econômico é a adição de rendimento em uma economia local, a partir de do aumento das despesas turísticas iniciais. Já os efeitos de sazonalidade de fluxo turístico são comuns em todas as modalidades, mas podem ser reduzidos com ações de marketing (Cabugueira, 2005; Pereira et al., 2014).

## **Material e Métodos**

Este trabalho se baseou em estudo de caso de natureza qualitativa com uso de dados secundários, pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade com empreendedores do setor de turismo de pesca. Para o seu desenvolvimento, foram utilizados aportes de textos anteriores sobre o assunto turismo de pesca. Os esforços anteriores para elaborar relatórios de pesquisa e organização de informações sobre o turismo de pesca foram fundamentais para apresentar uma caracterização inicial do sistema turístico de pesca do Pantanal Sul, e também para apresentar delineamentos acerca da importância socioeconômica da atividade em Mato Grosso do Sul.

A pesquisa de campo, realizada em período anterior à pandemia, em 2017, foi possível devido a uma parceria que envolveu pesquisadores da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Universidade de Brasília, oriundos do Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) e foi financiada pela Agência Nacional de Águas (ANA). O trabalho original buscou levantar impactos ambientais e socioeconômicos da implantação de empreendimentos hidroelétricos de pequeno porte na Bacia do Rio Paraguai e a partir dele foram obtidos dados, por meio de entrevistas com pescadores amadores, além de empresários do setor de turismo, proprietários e gestores de pousadas, barcos-hotéis, restaurantes, proprietários de lojas de pesca, entre outros empreendimentos. Esta pesquisa foi qualitativa, por esse motivo, a amostra não foi determinística, sendo aplicada com base em questionários estruturados e semiestruturados, direcionados para cada segmento, localizados nos principais municípios receptores de turismo de pesca do Pantanal. Especificamente no Pantanal Sul, foram definidos pela coordenação da pesquisa os municípios de Aquidauana, Anastácio, Corumbá, Coxim e Miranda.

Para a discussão central deste texto foram levantados documentos e dados em bases de dados do governo do estado de Mato Grosso do Sul, contidas no Observatório do Turismo de MS e Governo Federal, com buscas sobre os dados do selo de turismo responsável, além de informações sobre decretos e publicações dos municípios que exploram o turismo de pesca. Finalmente, foram realizadas entrevistas por mídias eletrônicas e contatos telefônicos com empresários do setor de turismo de pesca.

O Observatório de Turismo de MS, que foi fundamental para apresentação de dados sobre turismo de pesca, iniciou as atividades de compilação de dados sobre o turismo em Mato Grosso do Sul, no final do ano de 2017. Além de manter em sua estrutura uma equipe técnica responsável por coletar em primeira e gerenciar dados estatísticos, recebe contribuições como a da Capitania Fluvial do Pantanal Marinha do Brasil, em Corumbá.

#### *Características do Turismo de Pesca no Pantanal Sul*

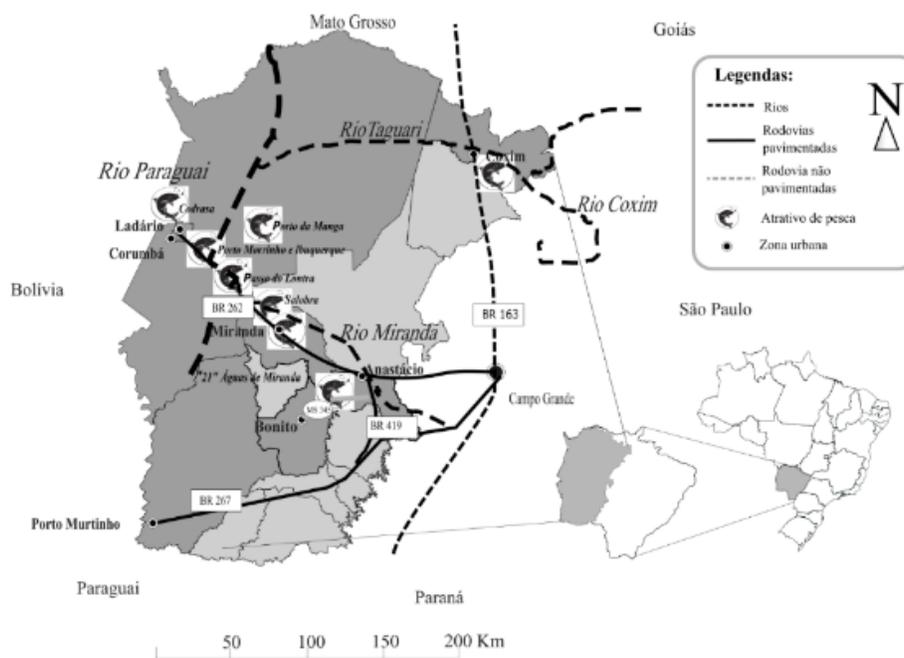
O Pantanal Sul Mato Grossense, ou simplesmente Pantanal Sul, como a ele se referem autores como Castella (2005), e Gordo e Campos, (2003), compreende os municípios da região da Bacia do Rio Paraguai limitados ao Estado de Mato Grosso do Sul. O Pantanal Sul, que detém aproximadamente 2/3 da área total do Pantanal, é constituído de um planalto e uma imensa planície alagável cujo principal rio é o Paraguai. O principal fenômeno que molda suas características físico-climáticas é o alagamento cíclico que percorre a área alagável que tem até 130 quilômetros de largura, por um período de 3 meses a 6 meses para percorrer sua extensão de, aproximadamente, 700 quilômetros, desde as regiões de Cáceres e Poconé, até o município de Porto Murtinho.

O pantanal foi formado, inicialmente, pelos movimentos tectônicos que também originaram os Andes e, posteriormente, por processos de mudanças climáticas como as ocorrências glaciais na transição entre as eras do pleistoceno e do holoceno, o que significa situar sua idade como planície alagada, entre 2 milhões e, aproximadamente, 10 mil anos atrás, quando se formou a atual estrutura úmida sujeita a aluviões e movimentos

sedimentares naturais carreados pelos rios da região, principalmente pelo canal do Taquari (Assine & Soares, 2004).

Dos 86 municípios pertencentes à Região Hidrográfica do Paraguai, 33 se localizam no MS (MMA, 2006). Dentre estes, estão os principais destinos de turismo de pesca: Coxim, Corumbá, Aquidauana, Anastácio, Bonito, Miranda, Ladário e Porto Murtinho (Figura 1). Bonito e Anastácio se inserem neste rol por abrigarem um dos mais importantes locais de turismo de pesca na região chamado “21”, que é um distrito às margens do Rio Miranda acessível pelo km 21 da rodovia BR 419, entre Aquidauana e Nioaque. Na sua margem direita, encontra-se o Distrito 21 (pertencente ao município de Anastácio) e à margem esquerda o distrito Águas do Miranda (município de Bonito). Este distrito sempre esteve sob maior influência de Bonito, que deve aumentar ainda mais com a conclusão da pavimentação asfáltica entre este município e o distrito em comento na sua margem esquerda (MS 345) e, posteriormente, até a BR 419 (margem direita). A pavimentação deste trecho facilitará o acesso a muitos meios de hospedagem que já operam na região, permitindo importante incremento das opções de turismo de pesca.

**Figura 1**  
*Principais Locais de Turismo de Pesca no Pantanal Sul*



É importante ressaltar diferenças socioeconômicas (Tabela 1), de estrutura turística, como demonstraremos a seguir no tópico sobre isso e, também, de avanços em relação a qualidade dos serviços, cujas diferenças podem ser demonstradas por meio da preocupação dos empreendimentos com o sistema de certificação (como se verá na Tabela 5, acerca da adesão ao selo de turismo responsável).

As evidentes disparidades entre os principais municípios de pesca do Pantanal Sul (Tabela 1), dificultam o seu próprio desenvolvimento em um círculo vicioso difícil de romper. A face mais perversa do turismo de pesca, como a prostituição, e mesmo a criminalidade da prostituição infantil e tráfico de drogas, reduz as perspectivas de boas políticas e opções estratégicas de novas empresas e geração de renda para os moradores. Bonito se sobressai em termos de renda *per capita*, Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e população ocupada com carteira assinada por ter tido investimentos e políticas de desenvolvimento no turismo de natureza desde meados da década de 1990.

**Tabela 1**

*Socioeconomia dos Principais Municípios de Pesca do Pantanal Sul*

Município	População estimada (2021)	PIB per capita (R\$)	IDH	População ocupada (%) (1)
Aquidauana	48.184	20.066,24	0,688	12,8 %
Anastácio	25.336	19.920,79	0,663	11,4 %
Bonito	22.401	36.096,37	0,670	24,6 %
Corumbá	112.669	24.943,59	0,700	15,4 %
Coxim	33.547	26.639,52	0,703	16,2 %
Miranda	28.423	18.405,33	0,632	14,5 %
Ladário	24.040	15.570,66	0,704	15,0 %
Porto Murtinho	17.460	20.712,39	0,666	8,9 %

*Nota.* Fonte: Adaptado de IBGE (2021). *Portal Cidades*. <https://cidades.ibge.gov.br/>  
(1) Dados 2019.

#### *Estrutura de Turismo de Pesca no Pantanal Sul*

O levantamento realizado na pesquisa realizada em parceria com a ANA e levantamento posterior, contabilizou uma rede de 132 meios de hospedagem no MS voltados ao turismo de pesca – hotéis, pousadas, pesqueiros/pousadas e ranchos/pousadas. Essa cifra inclui 22 barcos-hotéis em Corumbá, 1 em Miranda e 10 em Porto Murtinho. Destes 132, 81 são exclusivos para turistas de pesca e 51 são mistos, ou seja, recebem outros turistas e viajantes de negócios. A Tabela 2 apresenta o número de meios de hospedagem contabilizados na pesquisa nos principais municípios alvo.

**Tabela 2**

*Quantidade de Meios de Hospedagem em Mato Grosso do Sul (2019)*

<b>Municípios</b>	<b>Meios de hospedagem exclusivos para turistas de pesca</b>	<b>Meios de hospedagens mistos</b>	<b>Número total de Meios de Hospedagem</b>
Anastácio/Bonito (Distrito Águas do Miranda)	8 (1)	-	8
Coxim	21	19	40
Miranda	8 (2)	3	11
Corumbá	10	7	17
Corumbá - Barcos-Hotéis	22	-	22
Ladário	-	2	2
Porto Murtinho	2 (1)	20 (1)	22
Porto Murtinho Barcos - hotéis	10 (1)	-	10
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>51</b>	<b>132</b>

*Nota.* Elaborado pelos autores com base nos dados primários levantados (Dados de 2018). Levantamento posterior com informações em sites especializados (Dados 2020)<sup>1</sup>. Um desses hotéis é barco-hotel<sup>2</sup>.

Embora não seja possível estimar corretamente, existe um número muito grande de residências particulares denominadas de “ranchos”, frequentadas por seus proprietários, familiares e amigos, mas, por vezes, alugados em todos os municípios do Pantanal Sul. Apenas em Coxim, um técnico da secretaria municipal entrevistado citou a existência de cerca de 300 ranchos. Os indicativos apontaram que na região de Miranda também há uma alta incidência de ranchos particulares frequentados por seus proprietários, familiares e amigos, mas em menor volume do que em Coxim.

Estes destinos turísticos são procurados, fora do período de pandemia, por mercados emissores prioritariamente domésticos, principalmente provenientes do estado de São Paulo. Outros importantes emissores são: Paraná, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Distrito Federal. O meio de transporte mais utilizado por estes turistas é o transporte rodoviário (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2019). Pequena parte dos turistas utiliza transporte aéreo e são, normalmente, os que compõem os grupos que optam pelos barcos-hotéis da região de Corumbá e Porto Murtinho.

O perfil médio do turista de pesca no pantanal é homem, casado, tem mais de 40 anos, e, quando vem ao Pantanal, hospeda-se em um pesqueiro (rancho de pesca) ou em uma pousada. O tempo de permanência predominante se situa entre 3 a 4 dias (em aproximadamente 40% dos casos)(Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020c).

Nos destinos mais consolidados como Corumbá e Bonito, foram verificados esforços para adotar estratégias de segmentação e posicionamento de modo a reduzir os efeitos negativos da queda do fluxo tradicional de turistas de pesca. O efeito multiplicador

econômico é mais favorável aos destinos que buscam este caminho havendo maior geração de renda nos destinos.

Em Coxim, que mesmo antes da pandemia não conseguia atrair novos segmentos, o setor tem sofrido ainda mais com a queda de faturamento. Ademais, um empresário entrevistado, que explora meio de hospedagem, relatou sua descrença de que ocorrerão melhorias nos próximos anos. Segundo este empresário, Coxim recebe um grande número de turistas de pesca que não compram na região, e buscam os numerosos ranchos de pesca existentes no município. Segundo ele, este tipo de público não é interessante, pois acaba com os peixes e não deixa nada para a cidade.

Normalmente, o turista de pesca é fiel ao destino turístico, retornando mais vezes do que se observa em outros segmentos do setor de turismo e hospitalidade. A maior parte dos turistas de pesca (aproximadamente, 63% dos casos) retorna à mesma destinação mais de 5 vezes (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2019). Segundo Galdino e Resende (2000), o período de maior fluxo de turistas de pesca é entre os meses de agosto, setembro e início de novembro. O período de defeso (piracema), normalmente, vai do início de novembro até o final do mês de fevereiro e, durante este período, as atividades de turismo de pesca ficam paralisadas e os equipamentos inativos.

Não há precisão estatística sobre o total de turistas de pesca que visita a região, anualmente. Considerando apenas o número de licenças de pesca emitidas entre 2014 e 2018, na plataforma Seriema do IMASUL, é possível estimar em média 50 mil turistas por ano (Tabela 3). Mas o número de visitas pode ser maior que o divulgado, pois cada pessoa com licença volta mais de uma vez ao ano aos destinos usuais, principalmente aqueles que moram no próprio estado e mantêm ranchos de pesca no Pantanal Sul.

**Tabela 3**

*Licenças de Pesca Emitidas por Modalidade em Mato Grosso do Sul de 2014 a 2020*

<b>Modalidade</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Desembarcada	4.652	7.403	7.462	8.682
Embarcada	30.377	45.198	47.350	58.752
Pesque e solte	109	159	169	219
Subaquática	37	47	57	87
<b>TOTAL</b>	<b>35.175</b>	<b>52.807</b>	<b>55.038</b>	<b>67.740</b>
<b>Modalidade (cont)</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	
Desembarcada	7.503	24.845	4.032	
Embarcada	60.069	57.506	26.544	
Pesque e solte	362	922	3.731	
Subaquática	132	267	169	
<b>TOTAL</b>	<b>68.066</b>	<b>83.540</b>	<b>34.476</b>	

*Nota.* Adaptado de Governo do Estado do Mato Grosso do Sul (2019). *Perfil do Turista de Pesca: Pesquisa de Demanda Turística de Mato Grosso do Sul.*

<http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/>

O estudo do perfil dos turistas de pesca realizado pela FUNDTUR, em 2019, revelou que a maior parte dos turistas permanece entre 5 a 6 dias (50,35%) no destino de pesca; Permanecem, de 3 a 4 dias, 22,58% dos turistas; mais de 7 dias, 22,48% dos turistas; e, menos de dois dias, 4,6% dos turistas (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2019).

Os meios de hospedagem mais caros são os barcos-hotéis, pois as suas diárias compreendem hospedagem, refeições, barcos de pesca, combustível, pilotos e iscas. Alguns incluem a recepção e o traslado desde os aeroportos. Os mais baratos são ranchos ou pesqueiros nas beiras dos rios, sem fornecimento de refeições. Os valores de diárias podem variar de menos de R\$ 100,00 nos ranchos de pesca a mais de R\$ 1 mil nos barcos-hotéis.

Os turistas gastam diariamente, em média, R\$ 731,00, mas com fortes variações na região. Os turistas dos barcos-hotéis gastam, localmente, pelo menos R\$ 1.100,00 *per capita* por dia, enquanto os turistas de Coxim gastam R\$ 241,00, abaixo da média das diárias de MS (R\$ 262,00) (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2019).

Na retomada do turismo de pesca no pós-pandemia, a FUNDTUR realizou nova pesquisa com os turistas de pesca relacionada às intenções de gastos em permanência no destino. Percebeu-se uma retração da renda dos visitantes e evidente preocupação com limites de gastos, além das questões de protocolos de segurança. A maior parte dos turistas declarou que pretende gastar entre R\$ 500,00 e R\$ 1.500,00 *per capita* (esta faixa de gasto compreende 57% dos respondentes), em todo o período que permanecer no destino de pesca (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020b).

#### *Atuação de Governos e Empresários durante a Pandemia da COVID-19*

Em Mato Grosso do Sul, o período em que é permitida a pesca profissional e amadora (turismo de pesca) se estende de fevereiro até o final de outubro de cada ano. Em 2020, o governo do estado reduziu as cotas para o pescador amador. De acordo com Decreto nº 15.375/2020, cada pescador pode levar apenas um exemplar de espécime nativo, com opção de mais cinco piranhas. Antes deste decreto, havia a possibilidade de transporte de até cinco exemplares de qualquer espécime, desde que respeitados tamanhos máximos e mínimos. Isso obriga a prática do sistema de “pesque e solte”, ou consumo no local.

Outras medidas impactantes para a pesca foram tomadas pelo governo do estado, como a proibição da pesca do Dourado (*Salminus brasiliensis* ou *Salminus maxillosus*), por meio da Lei Estadual nº 5.321/2019 e a cota zero, ou seja, a proibição de transporte de pescado por pescadores amadores a partir de 2020, por meio do Decreto Estadual nº. 15.166/2019, alterado depois pelo decreto nº. 15.375.

Empresários do setor entrevistados apontavam o ano de 2020 como um dos mais promissores para o turismo de pesca. O clima estava bom e se percebia um aumento da piscosidade nos principais rios da região. Contudo, devido às restrições sanitárias, neste ano, houve forte queda do fluxo turístico. A atividade de turismo de pesca no Pantanal havia sido suspensa por 4 meses, em 2020, devido à pandemia. Com a chegada

da vacinação e reabertura dos locais de pesca, houve uma pequena recuperação do fluxo no segundo semestre de 2020.

Um bom indicador da evolução do turismo de pesca são os embarques nos barcos-hotéis. O embarque de turistas nesses meios de transporte registrava, até o ano de 2018, um crescimento. Dados obtidos nas entrevistas apontaram para uma mudança significativa no perfil dos turistas nos últimos três anos. A participação de mulheres e grupos familiares cresceu muito em 2020 e 2021, e as expedições com grupos familiares e cônjuges, representam em torno de 35% das viagens (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2019).

Representante da Associação dos Pescadores do Pantanal, sediada em Campo Grande (MS), afirmou que a presença das mulheres em expedições de pesca aumentou muito, sobretudo durante a pandemia. Embora, estatisticamente, a participação feminina na emissão de licenças de pesca seja de apenas 8%, ela tende a aumentar, segundo o estudo do perfil de turista de pesca publicado em 2020.

Empresários do setor têm realizado ações promocionais para aumentar a participação destes novos segmentos de mercado no turismo de pesca. No final da temporada de pesca, em outubro de 2020, na cidade de Corumbá – a qual mantém a melhor estrutura para o turismo de pesca do Pantanal – um grupo exclusivamente composto de mulheres, com 42 integrantes desembarcou em voo fretado desde Uberlândia, para uma expedição de pesca de 6 dias no rio Paraguai (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020d).

A adoção de novas alternativas e ofertas de novos serviços de cruzeiros fluviais, com a realização de atividade de turismo de natureza, permitiu a saída de barcos inclusive durante o período de defeso, quando não é permitido nem mesmo o sistema “pesque e solte” (Tabela 4). A chegada da pandemia, em 2020, alterou a tendência de alta e criou restrições sanitárias para os cruzeiros. Normalmente, quando não é permitida a pesca, tais equipamentos ficam inativos.

**Tabela 4**  
*Embarques Mensais em Barcos-hotéis*

Mês	2018	2019	2020	2021
Janeiro	329			
Fevereiro	125	451	1658	770
Março	1396	1189	806	683
Abril	1384	1196	148	697
Maiο	2186	1681	99	1057
Junho	933	1669	377	1421
Julho	1530	648	769	1576
Agosto	1543	1118	511	1880
Setembro	1398	1940	1087	2257
Outubro	517	1986	982	1532
Novembro	1643			
Dezembro	1616			

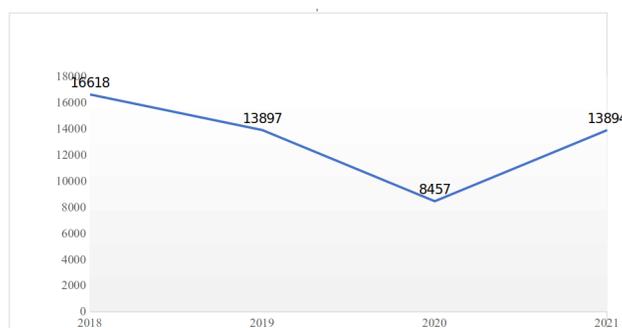
Mês	2018	2019	2020	2021
TOTAL	16618	13897	8457	13894

*Nota.* Fonte: Adaptado da base de dados da Capitania Fluvial do Pantanal da Marinha do Brasil publicados em boletins da FUNDTUR.

A forte retração do número de turistas, em 2020, é evidenciada na Figura 2. Empresários do setor esperavam uma recuperação do fluxo em 2021, contudo, a nova onda com pico de contaminações, a partir de fevereiro de 2021, provocaram inseguranças e restrições às viagens e ao setor. O número de turistas de pesca melhorou, mas não atingiu o fluxo estimado nos anos anteriores à pandemia da COVID-19.

### Figura 2

#### *Número Anual de Turistas em Barcos-hotéis*



*Nota.* Fonte: Adaptado da base de dados da Capitania Fluvial do Pantanal da Marinha do Brasil publicados em boletins da FUNDTUR.

De maneira geral, durante a crise pandêmica, os empresários que agenciavam vendas de pacotes para o turismo de pesca para os destinos de pesca do Pantanal Sul, priorizaram vendas para os mercados locais, como Campo Grande, Dourados, além de turistas com perfis socioeconômicos mais abastados, que não enfrentaram dificuldades logísticas para acessar os destinos mais preparados, a exemplo do município de Corumbá.

Em 2021, os dados também apontaram para um aumento da preocupação dos turistas com segurança e questões sanitárias nos destinos turísticos. De acordo com pesquisa realizada pela FUNDTUR, em torno de seis, em cada dez turistas, exigirão protocolos de segurança em transportes e equipamentos turísticos, e aproximadamente quatro em cada dez, preferirá destinos com menor índice de COVID-19 (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2021).

Diversos municípios da região do Pantanal Sul, como Aquidauana, Coxim, Corumbá, Miranda e Porto Murtinho, interromperam atividades turísticas ou adotaram medidas extremamente restritivas. Em Porto Murtinho e Coxim, o turismo de pesca havia sido suspenso por um período de 4 meses, em 2020 (Governo do Estado do Mato Grosso do Sul, 2020a). Neste período, foram planejadas e implementadas medidas sanitárias para a retomada (Decreto nº. 2.288/2020), que ocorreu no dia 10 de junho de 2020, quando o

fluxo turístico foi retomado de maneira gradual.

Para sinalizar os cuidados com medidas sanitárias, destinos turísticos e seus respectivos empreendimentos procuraram aderir ao selo de turismo responsável emitido pelo Ministério do Turismo. A maior mobilização dentre os municípios que recebem turistas de pesca foi a de Bonito, que é também um destino ecoturístico, seguido de Corumbá e Miranda. Coxim e Porto Murtinho obtiveram o menor número de adesões (Tabela 5).

### Tabela 5

*Adesões ao Selo de Turismo Responsável nos Municípios que Exploram Turismo de Pesca*

Municípios	Agências de turismo	MH, campings, restaurantes e similares	Transport. e locadoras de auto	Empreend. de lazer, org. de eventos e outros	TOTAIS
Bonito	19	33	6	15	73
Corumbá	10	6	3	2	21
Miranda	2	7		1	10
Aquidauana	2	4			6
Anastácio		1		1	2
Coxim		1		1	2
Porto Murtinho	2				2
Ladário		1			1
TOTAIS	35	53	9	20	117

*Nota.* Fonte: Adaptado de MTur. (2021). *Portal do selo responsável*. <https://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>

A maior adesão verificada nos municípios de Bonito, Corumbá e Miranda parece coincidir com a percepção geral de que o turismo de pesca, em tais municípios, está mais profissionalizado e consolidado. São os municípios que apresentam o maior fluxo turístico e a maior diversificação da oferta no sistema do Pantanal Sul.

### Considerações Finais

Os anos de 2019, 2020 e 2021 foram desafiadores para o turismo de pesca na região do Pantanal Sul e tudo indica que 2022 continuará sendo, com queda da renda, aumento do desemprego e aumento da desigualdade, e outros problemas sociais e ambientais. Quem se salvou possuía mais reserva financeira, usou soluções criativas com a busca de novos segmentos de mercado, diversificando a oferta, e enaltecendo um posicionamento mais sustentável. A percepção de sustentabilidade, do ponto de vista dos atores envolvidos, envolve a inclusão dos mercados emissores locais, prioridade da manutenção dos empregos e comunicação voltada à ideia do “pesque e solte”, que é visto como mais sustentável na perspectiva ambiental, em que se pesem as polêmicas acadêmicas que consideram que tal modalidade continua nociva ao meio ambiente.

Os requisitos que devem ser atendidos para sustentar o turismo de pesca nos pós-pandemia são a segmentação e o posicionamento sustentável, cuidados com a segurança e com o desenvolvimento socioeconômico dos destinos. Existe, contudo, um grande risco para tal manobra, pois a busca de novos segmentos não deve significar o abandono dos antigos e fiéis turistas.

Como será possível conciliar a determinação de novas restrições para a pesca esportiva amadora com as necessidades e desejos dos turistas que tradicionalmente visitam o Pantanal e que ainda são a maior parte dos visitantes? A maior parte dos visitantes para turismo de pesca, como foi discutido ao longo deste artigo, ainda se constitui de homens que viajam acompanhados de amigos e que voltam muito a um mesmo local de pesca, centrado em um determinado meio de hospedagem, seja ele um hotel, pousada ou “rancho” alugado ou cedido por um amigo.

Embora se perceba um otimismo por parte de empresários e gestores em relação à decisão de adotar o sistema de “pesque e solte” no Pantanal Sul, a medida é polêmica e não tem apoio unânime. O “pesque e solte”, na prática, foi implantado a partir de 2020, com a proibição do transporte do pescado e depois flexibilizado para um exemplar de qualquer espécie mais cinco piranhas. A decisão foi apoiada por empresários do setor que estão instalados nos polos turísticos mais consolidados e profissionalizados como Corumbá, Miranda e Bonito. Mesmo nestes locais alguns pequenos empresários, como pequenos lojistas de materiais de pesca, manifestaram preocupação, pois anteveem o risco de perder clientes tradicionais do turismo de pesca esportiva amadora.

Nos polos que recebem um público menos diversificado e mais tradicional, como Coxim, por exemplo, verificou-se um pessimismo latente em relação ao futuro e olham com desconfiança para a política do “pesque e solte”. A adoção de políticas que reduzam os efeitos das desigualdades em polos com o de Porto Murtinho, deverão ser cruciais na retomada do turismo pós-COVID. Como forma de inclusão dos polos turísticos menos estruturados, a adoção de promoção turística, em parceria com a FUNDTUR, pode estabelecer uma maior capilaridade do fluxo turístico constituído dos novos segmentos de turistas amadores, já que estes têm sido mais atraídos para os polos já consolidados.

Deve-se discutir mecanismos para uma transição gradual que permita a inserção racional de quesitos de sustentabilidade, e inclusão dos novos segmentos de mercado e manutenção dos antigos. A adoção das restrições deverá ser acompanhada de mais estudos que permitam ouvir empresários, população local e os turistas de pesca. Nesse sentido, foi fundamental a consolidação do Observatório de Turismo a partir de 2017, na FUNDTUR. Os estudos de perfil do turista de pesca e um maior cuidado com os dados estatísticos já permitem compreender melhor a movimentação do setor.

Parcerias para promover a inclusão de pequenos negócios, melhorar as condições de treinamento de pessoas, valorização de medidas de segurança e novas tecnologias serão cruciais para condutas mais profissionais nos destinos turísticos. A experiência em outros destinos e as práticas locais foram úteis para demonstrar a importância da gestão de

questões sanitárias, da necessidade de melhoria da comunicação com os clientes, da qualidade na prestação de serviço e do distanciamento social nos destinos.

## Referências

- Abreu, A.C.C., Coelho, R.L.F., Camargo Filho, A.C., & Almeida, M.I.S. (2015). A imagem da pesca esportiva segundo seus praticantes. *Revista Pretexto*, 16(4), 47-64. Recuperado em 05 maio 2022 de <http://fumeec.br/revistas/pretexto/article/view/2371>
- Assine, M.L., & Soares, P.C. (2004). Quaternary of the Pantanal, west-central Brazil. *Quaternary International*, 114(1), 23-34. [https://doi.org/10.1016/S1040-6182\(03\)00039-9](https://doi.org/10.1016/S1040-6182(03)00039-9).
- Burke, A. (2021). The crossroads of ecotourism dependency, food security and a global pandemic in Galápagos, Ecuador. *Sustainability (Switzerland)*, 13(23). <https://doi.org/10.3390/su132313094>
- Cabugueira, A. (2005). A importância econômica do Turismo. *Turismo & Desenvolvimento*, II, 97–104. Recuperado em 06 janeiro 2022 de <https://scholar.archive.org/work/ccbomx4tgzflkt2niaf4nxmpu/access/wayback/https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/download/13885/9373/>
- Catella, A.C. (2005). *Reflexões Sobre a Pesca Esportiva No Pantanal Sul: Crise e Perspectivas*. Recuperado em 06 janeiro 2022 de <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/CPAP/56374/1/ADM046.pdf>
- Coelho, M. de F., & Mayer, V.F. (2020). Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens? *Gestão e Sociedade*, 14(39), 3698–3706. <https://doi.org/10.21171/ges.v14i39.3306>
- Decreto nº. 15.735, de 28 de fevereiro de 2020. (2020). *Altera e acrescenta dispositivos ao Decreto no. 15.166, de fevereiro de 2019, que regulamento o exercício da atividade pesqueira no âmbito do Estado de Mato Grosso do Sul, e dá outras providências*. Recuperado em 06 janeiro 2022 de <https://do.corumba.ms.gov.br/>
- Decreto nº. 15.166 de 21 de fevereiro de 2019. (2019). *Regulamenta o exercício da atividade pesqueira no âmbito do Estado de Mato Grosso do Sul, e dá outras providências*. Recuperado em 06 janeiro 2022 de <https://do.corumba.ms.gov.br/>
- Decreto nº. 2.288 de 17 de abril de 2020. (2020). *Disciplina sobre as medidas de prevenção ao COVID-19 adotadas por hotéis, pousadas, barcos-hotéis e demais meios de hospedagem*. Recuperado em 06 janeiro 2022 de <https://do.corumba.ms.gov.br/>
- Fonseca, G.P.S., Mendes, L.G., & Cañizal, J.M. (2021). Impactos da Pandemia de COVID-19 no Turismo do Pantanal de Mato Grosso. *Geo UERJ*, 39. <https://doi.org/10.12957/geouerj.2021.61319>
- Galdino, S., & Resende, E.K. (2000). *Previsão de cheias e secas da Embrapa auxilia pantaneiros*. In: ADM - Artigo de Divulgação na Mídia, 04(d). Recuperado em 05 janeiro 2022 de <https://core.ac.uk/download/pdf/15432827.pdf>

Gordo, M., & Campos, Z. (2003). *Listagem dos Anuros da Estação Ecológica Nhumirim e Arredores, Pantanal Sul*. Recuperado em 05 janeiro 2022 de <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/811113>

Governo do Estado do Mato Grosso do Sul. (2019). *Perfil do Turista de Pesca: Pesquisa de Demanda Turística de Mato Grosso do Sul*. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/>

Governo do Estado do Mato Grosso do Sul. (2020a). *Impacto da COVID-19 no setor turístico de Mato Grosso do Sul*. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <http://www.observatorioturismo.ms.gov.br>

Governo do Estado do Mato Grosso do Sul (2020b). *Com restrições, pesca esportiva opera nos principais polos turísticos do Estado*. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <http://www.ms.gov.br/com-restricoes-pesca-esportiva-opera-nos-principais-polos-turisticos-do-estado/>.

Governo do Estado do Mato Grosso do Sul. (2020c). *Perfil dos pescadores amadores moradores do MS e a intenção de viagem*. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/>

Governo do Estado do Mato Grosso do Sul (2020d). *Grupo de mulheres faz turismo de pesca em Corumbá e fomenta o Pesque e Solte em MS*. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <http://www.ms.gov.br/grupo-de-mulheres-faz-turismo-de-pesca-em-corumba-e-fomenta-o-pesque-e-solte-em-ms/>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. (2021). *Portal Cidades*. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <https://cidades.ibge.gov.br/>

Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [ICMBIO]. (2020). *Pantanal*. Cadastro Nacional de UCs, Geoprocessamento ICMBio. Recuperado em 17 janeiro 2022 de <https://www.icmbio.gov.br/portal/portaldabiodiversidade/50-menu-biodiversidade/222-pantanal>

Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*, 6(2), 181–188. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2020-0014>

Jiang, Y., & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2563–2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>

Kaewkitipong, L. (2011). Disintermediation in the tourism industry: an investigation of Thai tourism SMEs. *Int. J. Electronic Business*, 9(5/6).

Law, R., Leung, R., Lo, A., Leung, D., & Fong, L.H.N. (2015). Distribution channel in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 431-452.

Lei Estadual Nº 5.321, de 10 de janeiro de 2019. *Dispõe sobre a proibição da captura,*

*do embarque, do transporte, da comercialização, do processamento e da industrialização da espécie Salminus brasiliensis ou Salminusmaxillosus – Dourado.*

Ministério do Meio Ambiente [MMA]. (2006). *Caderno da Região Hidrográfica do Paraguai* / Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Recursos Hídricos. – Brasília: MMA.

Ministério do Turismo [MTur]. (2021). *Portal do selo responsável*. Recuperado em 17 dezembro 2021 de <https://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>

Morrinson, A.M. (2012). *Marketing de Hospitalidade e Turismo* (4a.). São Paulo: Cengage Learning.

Muñoz, D.M. (2018). Contribution to the concepts of fishing tourism and pesca-tourism. *Cuadernos de Turismo*, 42, 655–657.

Pardo, C. & Ladeiras, A. (2020). COVID-19 “tourism in flight mode”: a lost opportunity to rethink tourism – towards a more sustainable and inclusive society. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 671–678. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2020-0064>

Pereira, C.H., Martins, P.C.S., Lunas, J.R.S., & Aquino, J.M. (2014). Efeito multiplicador do turismo na fronteira entre Brasil e Paraguai. *Turismo & Sociedade*, 7(4), 815–837.

Rahmafritria, F., Suryadi, K., Oktadiana, H., Putro, H.P.H., & Rosyidie, A. (2021). Applying knowledge, social concern and perceived risk in planned behavior theory for tourism in the COVID-19 pandemic. *Tourism Review*, 76(4), 809–828. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2020-0542>

Ramos, C. (2010). Os sistemas de informação para a gestão turística. *Tourism & Management Studies*, 6, 107-116. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=18149>

Rodríguez, P.D., & Darias, A.J.R. (2021). Tenerife learning from Covid in the Canary Islands. Fishing-tourism as a proposal for economic diversification in Tenerife. *BARATARIA Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 30, 9–29.

Škare, M., Soriano, D.R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163 (November 2020). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>

Vărzaru, A.A., Bocean, C.G., & Cazacu, M. (2021). Rethinking tourism industry in pandemic COVID-19 period. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su13126956>

Violin, F.L., & Alves, G.L. (2017). Da pesca ao natural: Trajetória do turismo em Mato Grosso do Sul (1970 a 2015). *Sustentabilidade Em Debate*, 8(2), 130–146. <https://doi.org/10.18472/SustDeb.v8n2.2017.21382>

---

## **Autores**

**José Roberto da Silva Lunas:** Doutor em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília, CDS/UnB. Professor da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul-UEMS, nos cursos de Turismo e Engenharia Ambiental e Sanitária. E-mail: [lunas@uems.br](mailto:lunas@uems.br).

**Elizabeth Dalana Pazzello:** Mestranda em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB). E-mail: [dalana.pazzello@gmail.com](mailto:dalana.pazzello@gmail.com)

# **Economia criativa e espacialização da inovação: desafios pós-COVID-19 para o desenvolvimento turístico de um bairro de Belo Horizonte**

**Creative economy and spatialization of the innovation: the post-COVID-19 challenges regarding tourism development in a neighborhood of Belo Horizonte**

**Daniela Maria Rocco Carneiro, Alberto dos Santos Cabral, Daniela Fantoni Alvares**

## **Resumo**

O objetivo do presente capítulo é apresentar uma breve discussão a respeito da Economia Criativa no Brasil, empreendedorismo social e a espacialização da inovação, considerando o cenário cultural e as novas tecnologias, em contextos de crise e riscos, para se fomentar o turismo no Bairro Primeiro de Maio, localizado em Belo Horizonte (MG), em especial, no cenário pós-COVID-19. Do ponto de vista metodológico, este trabalho, de abordagem qualitativa, constitui um relato de pesquisa no qual se revela que o referido bairro pode ser considerado como um pequeno *cluster* cultural, por congregar diversos artistas e manifestações culturais. Próximo do Aeroporto Internacional de Confins, conta com a Estação de Metrô Primeiro de Maio e várias linhas de ônibus, o que indica o fácil acesso ao Bairro, inclusive por parte de visitantes e turistas. Em termos de perspectivas de desenvolvimento turístico, sobretudo no pós-COVID-19, tem-se como potencialidades os segmentos de turismo cultural (incluindo gastronomia), religioso e criativo. Ademais, a capital mineira recebeu, em 2019, o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO, sendo considerada, ainda, como a terceira cidade do Brasil que mais oferta recursos humanos na área da Economia Criativa e os melhores índices de consumo cultural.

**Palavras-chave:** Economia Criativa; Empreendedorismo Social; Inovação Social; Desenvolvimento Turístico; Pandemia de COVID-19.

## **Abstract**

This chapter aims to present a brief discussion about the Creative Economy, social entrepreneurship, and the spatialization of innovation, considering the cultural scenario and new technologies in contexts of crisis and risks to promote tourism in the neighborhood “Primeiro de Maio”, located in Belo Horizonte/Minas Gerais/Brazil, in particular in the post-COVID-19. From the methodological point of view, this work is, with a qualitative approach, a research report, which reveals that the referred neighborhood can be considered as a small cultural cluster, as it brings together several artists and cultural manifestations. Close to the city’s International Airport (Confins), it is easily accessible via several bus lines and the subway, such as the “Primeiro de Maio” Subway Station, for both visitors and tourists. In terms of tourism perspectives, especially in the “post-COVID-19” scenarios, potentials include the development of cultural (including gastronomy) and religious and creative tourism segments. In addition, in 2019 the capital of Minas Gerais received the title of Creative City of Gastronomy by UNESCO, being considered, still, as the third city in Brazil that offers more human resources in Creative Economy and the best indexes of cultural consumption.

**Keywords:** Creative Economy; Social Entrepreneurship; Social Innovation; Tourism Development; COVID-19 pandemic.

## Introdução

Em um momento em que novas tecnologias, pandemia e cenários de crises (sociais, ambientais, econômicas e planetárias) se misturam, tornando o mundo da produção e gestão cultural profundamente complexo e arriscado, torna-se imperioso auxiliar e instigar artistas, produtores, agentes culturais e gestores a organizarem suas ideias, seus diferenciais e suas propostas de valor. Isso conciliado com os melhores canais para atingir seus públicos-alvos e parceiros-chave, para, em seguida, sistematizá-los em um modelo de negócio criativo e inovador, estabelecendo objetivos e ações que alcancem uma situação desejada, com a mais efetiva concentração de recursos e esforços possível.

O século XXI porta consigo a potencialização de um espaço virtual que, por um lado, faz as trocas humanas aumentarem de forma exponencial, e, por outro, apresenta um mundo no qual a volatilidade, a incerteza e a ambiguidade expressam toda a complexidade da sociedade contemporânea. A era da 4ª Revolução, da Indústria 4.0 (e outras versões que estão por vir), está instalada em muitos territórios. Com ela, por sua vez, uma nova ordem para a divisão internacional do trabalho, unindo mudanças socioeconômicas, demográficas e provocando fortes impactos nos modelos de negócios e no mercado de trabalho.

Pesquisadores, especialistas e investidores como Frey e Osborne (2013), Hallett e Hutt (2016), Khosla (2012), Markoff (2011), e Smith e Anderson (2014) afirmaram que o mercado de trabalho será afetado dramaticamente, incluindo os trabalhos intelectuais mais repetitivos, que serão substituídos pela robótica. São mudanças tão profundas que,

da perspectiva da história humana, nunca houve um tempo de maior promessa ou potencial perigo. Em contraponto, percebe-se que ativos intangíveis, como conhecimento tácito, explícito, criatividade e habilidades apreendidas, assumem agora importância significativa na competitividade de um país.

Nos últimos 15 anos, tem havido uma profusão de expressões ligadas à Economia Criativa<sup>1</sup>. O conceito nasceu na Austrália, no início da década de 1990<sup>2</sup>, e ganhou impulso quando o governo inglês, no fim da mesma década, promoveu de forma estruturada um plano de desenvolvimento estratégico para 13 setores específicos, quais sejam: propaganda, arquitetura, artes e antiguidades, artesanato, *design*, moda, cinema e vídeo, música, artes cênicas, editoração, *softwares* de lazer, rádio e TV (Dias & Lima, 2021; Reis, 2012). Atualmente, em muitos países, verifica-se uma gestão bem-sucedida na área da Economia Criativa. É o caso de países da União Europeia, cujos setores culturais e criativos são tidos como os principais catalisadores do aumento e criação de empregos nesse bloco econômico e político (European Commission, 2013).

No que se refere aos países periféricos, vale citar que durante a Décima Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), ocorrida na cidade de São Paulo, em 2004, a comunidade internacional decidiu introduzir o tema da Economia Criativa na agenda política internacional de desenvolvimento econômico. Isso permitiu, desde então, maior relevância do setor cultural e criativo para a redefinição de políticas públicas que ajudassem os referidos países a diversificarem suas economias e, ao mesmo tempo, promoverem criatividade, conhecimento, inclusão social e diversidade cultural (Ministério da Cultura, 2012).

Por um lado, a transformação econômica das sociedades modernas dá agora um relevo diferencial aos fatores intangíveis, permitindo a alocação da cultura, na dimensão de um eixo de desenvolvimento regional. Por outro, é bem verdade que a alta concentração espacial de entidades avançadas de ensino e pesquisa e empresas muito inovadoras, demonstram que não se pode simplesmente começar do zero. É preciso identificar capacidades e oportunidades, que devem ser exploradas, utilizadas e diversificadas para se chegar a novas soluções regionais.

O ano de 2020 começou com uma crise sem precedentes na história da humanidade, em virtude da pandemia gerada pela COVID-19, cujos efeitos sociais, culturais e econômicos no âmbito mundial ainda serão percebidos por muitos anos. Não obstante, já é evidente que o cenário “pós-pandemia” sinaliza tendências que foram explicitadas no início do referido ano, a exemplo de carta aberta publicada por Giorgio Armani, em abril de 2020. Armani critica o *fast fashion* da moda de luxo e o recorrente desperdício em eventos. O conteúdo da carta permite inferir um incentivo à sustentabilidade no mercado da moda (Zargani, 2020). Analogamente, em 2019, a *Blackrock*, empresa detentora do maior fundo de investimentos do mundo, com US\$ 7 trilhões, publicou uma carta aberta aos seus *shareholders*, na qual registra que é preciso investir em uma reconversão de grande parte dos atuais modelos de negócio com atenção às questões relacionadas à sustentabilidade (Fink, 2019).

A sustentabilidade, amplamente discutida na literatura, uma vez que está vinculada à dimensão econômica dos negócios, pressupõe que esses devem ser viáveis e duradouros em um contexto de responsabilidade socioambiental para se alcançar, assim, um desenvolvimento sustentável (Rocco, 2014). Tal pressuposto, vinculado à Economia Criativa, foi reconhecido pela ONU, uma vez que sua Assembleia Geral declarou 2021 como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável (Ost & Saleh, 2021).

Tomando por base essas considerações, o objetivo do presente capítulo é apresentar uma breve discussão a respeito dos resultados parciais de um projeto de pesquisa aprovado pela Chamada Universal MCTIC/CNPq n.º 28/2018 e Edital UEMG 08/2021 - Programa de Bolsas de Produtividade em Pesquisa. Tal discussão, demonstrada nas próximas seções, aborda a Economia Criativa no Brasil, o empreendedorismo social e a espacialização da inovação, considerando o cenário cultural e as novas tecnologias em contextos de crise e riscos para se fomentar o turismo junto ao Bairro Primeiro de Maio, localizado em Belo Horizonte/Minas Gerais, em especial, no “pós-COVID-19”.

Em termos metodológicos este trabalho, de abordagem qualitativa, conta com revisão da literatura, registros parciais de pesquisa de campo (até o período antes da declaração de pandemia de COVID-19 no Brasil, em março de 2020) e destaques de duas entrevistas com um dos principais líderes comunitários do Bairro, sendo que a primeira ocorreu presencialmente em julho 2018 e a segunda, remotamente, em dezembro de 2021.

### **A Economia Criativa no Brasil**

O termo Economia Criativa é abrangente, englobando a capacidade da dimensão cultural transbordar para o mundo dos negócios por meio dos setores criativos. Nesse sentido, a produção cultural se transforma em negócio, renda e emprego, com a possibilidade de gerar benefícios para outros setores da economia.

A Federação das Indústrias do estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2019), nos últimos anos, tem publicado estudos a respeito do Mapeamento da Indústria Criativa (IC) no Brasil, cujo recorte metodológico contempla 13 segmentos criativos distribuídos, por sua vez, em 4 (quatro) grandes áreas, quais sejam: i. **Consumo** (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade e Marketing); ii. **Mídias** (Editorial e Audiovisual); iii. **Cultura** (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e iv. **Tecnologia** (Pesquisa e Desenvolvimento, Biotecnologia e Tecnologias da Informação e Comunicação). Conforme relatório mais recente sobre a IC, em 2017 foram registrados 837,2 mil profissionais formalmente empregados e impacto de 2,61% do PIB brasileiro, totalizando R\$ 171,5 bilhões. Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais são os que mais têm concentração de profissionais que atuam no mercado criativo (FIRJAN, 2019). Com a pandemia de COVID-19, novos estudos são necessários para se realizar um diagnóstico atual da IC brasileira, porém, ao mesmo tempo em que antes desta pandemia já havia um cenário econômico de recessão nos últimos anos, “a inovação tecnológica tem transformado o padrão ocupacional nas áreas criativas” (FIRJAN, 2019, p. 18) e contribui para proporcionar maior resiliência aos setores econômicos.

Segundo Santos-Duisenberg<sup>3</sup> (2016), a junção da Economia Criativa com Ciência e Tecnologia (C&T) pode funcionar como um processo de transição para estabelecer a cultura da inovação em países emergentes, já que desenvolve capital intelectual, talento e ideias. Isso se constitui em uma evolução na direção da internacionalização das economias, passando das *commodities* para produtos de maior valor agregado, além de gerar maior vantagem competitiva para as regiões e demais externalidades positivas (Dias & Lima, 2021; Karampampas, 2020).

No âmbito brasileiro, conforme Goldenstein (2010), tradicionalmente as políticas culturais são vistas como políticas de inclusão para setores de baixa renda ou como políticas de preservação do exótico, do folclórico e do popular, ou ainda, no outro extremo, como políticas de proteção da produção cultural considerada de “alto nível”, tais como sinfônicas e balés. Nesse sentido, Leitão et al. (2011) destacaram alguns obstáculos para o desenvolvimento deste potencial, tais como: **i.** ausência de formulação e implementação de políticas públicas que se traduzem na baixa disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento de negócios dessa natureza; **ii.** baixo investimento em capacitação dos agentes atuantes na cadeia produtiva destas indústrias, cuja atuação exige tanto visão de mercado, gestão de negócios, como de conhecimentos técnicos e artísticos; **iii.** carência de infraestrutura no que se refere à distribuição; e, **iv.** difusão dos bens e serviços.

No mundo se observa o aumento da importância da sinergia nas áreas da cultura, turismo e indústria para mudar o paradigma competitivo do mercado, uma vez que estas se consolidam pela amplitude de bens e serviços simbólico-culturais que geram, e pelo poder econômico e de mobilização social que as caracterizam (Rocco, 2014). No entanto, no Brasil, as práticas e hábitos adotados até agora não estão respondendo satisfatoriamente à velocidade com que estas mudanças estão ocorrendo, tornando-se, assim, um “gargalo” para o crescimento da Economia Criativa. Persiste ainda a falta de percepção por parte de agentes indutores de desenvolvimento, bem como de gestores públicos, em enxergarem a arte e cultura como um ativo capaz de gerar um novo eixo de desenvolvimento para o País.

Os desafios apresentados ao Brasil, uma nação que sofre com a desarticulação e descontinuidade de políticas públicas, merecem destaque soluções alternativas. Nos próximos anos, o País será ainda mais impactado pela automatização em massa de processos, com consequências graves sobre um contingente significativo de trabalhadores. Isso nos leva a considerar cenários nos quais tecnologias de *machine learning*<sup>4</sup>, robótica e inteligência artificial avançam, sendo inevitável a substituição de funções ocupadas por humanos hoje (Frey & Osborne, 2013).

Para Cabral e Gualberto Filho (2007), o emprego industrial está em franca redução e assim provavelmente seguirá, pois os investimentos são direcionados para aquisição de novas tecnologias com elevado índice de automação, de modo que a taxa de oferta de empregos não está acompanhando a de crescimento dos investimentos. Nesse sentido, o emprego permanente tende a desaparecer e junto com ele a sensação de estabilidade do trabalhador.

O Brasil poderia se preparar para esse momento, implementando políticas de fortes incentivos que nivelem por cima a formação e capacitação de trabalhadores para o uso de novas tecnologias, priorizando também investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D). Isto para que o País não se torne um mero consumidor de tecnologias. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) (2015) apontaram que, no Brasil, a taxa de analfabetismo das pessoas acima de 15 anos foi estimada em 8,0%, sendo que a região Nordeste apresenta a maior taxa de analfabetismo do País: 16,2%. Dentro dessa realidade, a taxa de analfabetismo funcional<sup>5</sup> brasileira é de 17,1% (IBGE, 2016).

Esses dados sugerem não apenas a importância do sistema de ensino superior para o Brasil no seu contexto atual, mas o quanto esse sistema é subutilizado. Nesse ínterim, emerge a demanda por um novo conteúdo curricular, que abdique da memorização de fatos e fórmulas para focar mais em habilidades de resolução de problemas, pensamento crítico e sistêmico, comunicação, criatividade e *design thinking*<sup>6</sup>, em uma perspectiva de educação continuada.

Se por um lado, os desafios apresentados ao Brasil, no que diz respeito aos problemas de desarticulação e descontinuidade política são profundos, por outro, as universidades, que por natureza procuram saídas para as crises do mundo contemporâneo, podem ser agentes indutores nesse processo, promovendo o valor da inovação em cidades e regiões, de modo a colaborarem no arranjo de soluções criativas e ambientes inovadores para o desenvolvimento de novos bens e serviços, ou mesmo a melhoria dos já existentes.

O País, que é reconhecido internacionalmente como um celeiro de criatividade (Portella, 2012), tem potencial nos setores turístico, tecnológico e cultural, especialmente quanto ao seu patrimônio material e imaterial. Deve-se buscar propostas/projetos que estimulem a autoestima de sua população (Barbosa & Santos, 2015), a autonomia das comunidades, o empreendedorismo e a Economia Criativa, provocando assim o despertar das vocações dessas comunidades, caso em parte, apresentado na seção a seguir.

### **Economia Criativa e Inovação Social: o caso do Bairro Primeiro de Maio, em Belo Horizonte**

Conforme dados da Organização das Nações Unidas – ONU – (2019), 55% da população mundial vive atualmente em zonas urbanas e a projeção é que, até 2050, chegue a 70%. Tais áreas concentram, conseqüentemente, a maior parte dos desafios que a sociedade enfrenta e os esforços para unir compromisso e inovação para resolvê-los são fundamentais (European Commission, 2014). “Joi” Ito (Diretor do MIT Media Lab), em entrevista a Poulsen (2013), falou sobre o futuro das cidades e que uma das alternativas-chaves é a busca por soluções inovadoras.

Se a inovação é um importante pilar da competitividade (Lowitt, 2011; Porter & Van Der Linde, 1995; Rocco, 2014) e requer, muitas vezes, imaginação e criatividade, então é possível inferir, tal como Reis e Marco (2009), que os setores criativos são a base estratégica da economia de um país ou região. Essa lógica é tão notória que a economia criativa movimentava cerca US\$ 3 trilhões ao ano e havia projeção de que este montante dobraria

até 2020 (Hiar, 2014). Com a pandemia de COVID-19, as projeções provavelmente foram alteradas e, além disso, o real montante para o ano de 2020 não foi identificado até a data de envio desta publicação. O Brasil, embora tenha um dos povos mais criativos do mundo (Portella, 2012), está ainda muito aquém em relação ao seu potencial. De acordo com o *Global Creativity Index* (GCI), que avaliou a economia criativa de 139 países, o País ocupa a 28ª posição. No topo do *ranking* estão: 1) Austrália, 2) EUA, 3) Nova Zelândia, 4) Canadá e 5) Dinamarca e Finlândia. O GCI é o resultado da combinação de fatores econômicos, sociais e culturais reunidos em três “Ts” do desenvolvimento econômico, que são: **Tecnologia** (investimento em P&D, pesquisadores e patentes *per capita*), **Talento** (nível educacional e classe criativa, composta por trabalhadores das áreas que abrangem a ciência e a tecnologia, negócios e administração, saúde e educação e artes, cultura e entretenimento) e **Tolerância** (tratamento de imigrantes, minorias étnicas e raciais, gays e lésbicas) (Martin Prosperity Institute, 2015).

Em várias cidades podemos observar iniciativas inovadoras e criativas em diversos campos, desde novos usos do espaço público a investimentos em negócios arrojados, perpassando por parcerias público-privadas de revitalização e mobilidade urbana (Rocco, 2014). Nesta direção, para Comini (2016), é cada vez mais recorrente nas organizações dos dias atuais, sejam elas públicas, privadas e da sociedade civil, a criação de parcerias interinstitucionais e de forma colaborativa com o objetivo de propiciar o desenvolvimento sustentável.

Mesmo com a dicotomia sustentabilidade financeira *versus* geração de valor socioambiental presente no âmbito das empresas, já são realidade as ditas “empresas sociais (*social enterprises*), negócios inclusivos (*inclusive business*), negócios sociais (*social business*), negócios com impacto social” (Comini, 2016, p. 23). Este universo de conceitos comporta o empreendedorismo social, que pode ser entendido como “qualquer iniciativa que gere valor social como principal objetivo estratégico e direciona sua ação de forma inovadora” (Nicholls, 2006, p. 3).

Parente (2014) alegou que o empreendedorismo social, que emergiu nos anos 1990, primeiro nos EUA e em seguida na Europa, não é só um conceito recente, mas uma prática também. Hoje, existem sentidos diversos para esse conceito, que inclusive pode ser considerado como um “*buzzword*”<sup>7</sup> associado à promessa de desenvolvimento econômico com equidade social que não foi cumprida (Furtado, 1974; Parente, 2014).

Frequentemente, o conceito de empreendedorismo social está vinculado à inovação social (Bruin & Stangl, 2013; Comini, 2016; Moulaert et al., 2013; Nicholls, 2006; Parente, 2014). Moulaert et al. (2013) afirmaram que o conceito de inovação social possui característica multidisciplinar, por estar vinculado, por exemplo, à Economia, Sociologia, Administração, Ciência Política, Geografia, entre outras áreas. Para Bruin e Stangl (2013), a inovação social é uma prática que vincula indivíduos, parcerias e grupos comunitários atuando de forma colaborativa e inovadora para planejar e implementar soluções para os problemas sociais.

De forma complementar, Bignetti (2011, p. 4) confirmou que a inovação social é o

“resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral”. O próprio autor apresentou vários conceitos sobre inovação social e, inclusive, citou a relevância dos trabalhos desenvolvidos pelo Instituto de Tecnologia Social (ITS), que, para mais, já estabeleceu parcerias com a extinta Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho. De acordo com a Rede de Tecnologia Social (RTS), as tecnologias sociais podem se configurar como “produtos, técnicas e/ou metodologias reaplicáveis, desenvolvidas na interação com a comunidade e que representem efetivas soluções de transformação social (Rede de Tecnologia Social, [2005?]).

Tomando por base os conceitos mencionados, em 2018, um grupo de pesquisadores da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) teve aprovado o projeto “Desenvolvimento de um Aplicativo *mobile* como estratégia de fortalecimento do empreendedorismo social e da economia criativa em uma comunidade da periferia de Belo Horizonte/MG”, submetido para a Chamada Universal MCTIC/CNPq n.º 28/2018<sup>8</sup>. O objetivo geral do projeto referenciado é “desenvolver e prover acesso gratuito de um Aplicativo *mobile* (*App*) e um *e-book* com base nos dados sobre o Bairro Primeiro de Maio”. O acesso ao Bairro apresenta vantagens para visitantes e turistas, tendo em vista que possui duas estações de metrô muito próximas, diversificadas linhas de ônibus e está situado a poucos quilômetros do Aeroporto Internacional de Confins. A Figura 1 mostra a Praça dos Trabalhadores, situada em uma das avenidas mais movimentadas da cidade (Cristiano Machado), muito próxima à Estação de metrô Primeiro de Maio e dos inícios de ruas principais do Bairro.

### Figura 1

*Praça dos Trabalhadores, no Bairro Primeiro de Maio*



*Nota.* Fonte: SouBH. (2017). *Você conhece a história por trás dos bairros da região Norte? Conheça aqui Tem homenagens a engenheiro, médicos, tribo indígena, cidades estrangeiras e até mitologia grega.* <https://soubh.uai.com.br/noticias/gerais/historia-nome-bairros-norte-bh>

Atualmente, residem no Primeiro de Maio 2.421 pessoas, sendo 1.137 do sexo masculino e 1.284 do sexo feminino. Deste universo, são 803 domicílios particulares permanentes.

A faixa etária mais presente no Bairro é de 15 a 64 anos, equivalendo a 69,8% (1.690 pessoas) e a menos recorrente é a de 0 a 4 anos (133 pessoas). Por fim, vale destacar que a taxa de alfabetização das pessoas de 10 anos ou mais é elevada, pois corresponde a 96,9% (IBGE, 2010).

Segundo Ribeiro (2011), o Bairro Primeiro de Maio, tal como é nomeado nos dias atuais, nasceu antes da construção da cidade de Belo Horizonte, pois fazia parte de uma região de fazendas, chácaras e matas. Com a criação do Matadouro Modelo em 1937 (na região que hoje corresponde ao Bairro São Paulo, próximo ao Primeiro de Maio), conciliada com o processo de loteamento das fazendas a partir dos anos 1940, tornou o Primeiro de Maio uma “vila operária”, como também é conhecido. Oficialmente, o Primeiro de Maio se tornou bairro no dia 02 de maio de 1990, cujo nome provavelmente faz alusão ao Dia Mundial do Trabalhador (Ribeiro, 2011), que é comemorado no dia primeiro de maio de cada ano.

Do ponto de vista da relevância histórico-cultural, o Bairro Primeiro de Maio é tido como “manancial artístico popular” da capital mineira; já possuía grande efervescência cultural a partir da década de 1980. Tal característica pode ser verificada de acordo com esta publicação da Fundação Municipal de Cultura (FMC):

A riqueza cultural do lugar era celebrada, nas décadas de 80 e 90, nas Feiras Populares de Cultura, nos eventos organizados pelo Centro Cultural Primeiro de Maio e em locais como o Espaço Cultural Bar Calabouço - que foi um destacado ponto de efervescência cultural de Belo Horizonte, aberto tanto à experimentação e à invenção, quanto à promoção das manifestações artísticas e culturais populares da cidade. Vale ressaltar o número expressivo de artistas moradores do bairro, todos com presença marcante na agenda de eventos organizada pelo Calabouço e pelo Centro de Cultura Popular Primeiro de Maio. Nesses eventos, como nas comemorações da Semana do Folclore, a cultura popular coloria as ruas da antiga Vila Operária, a Folia de Reis do Bairro Primeiro de Maio e a Guarda de Congado da Associação Estadual Unidos dos Palmares, além de outros grupos e apresentações, enchiam a festa de vida (FMC, 2015, p. 32).

Hoje, é possível afirmar que a comunidade moradora do Bairro ainda pode ser considerada como um pequeno *cluster* cultural, por congregar diversos músicos, compositores, cantores, pintores, escultores, artesãos, poetas, entre outros, assim como estúdios de gravação e ações coletivas que referenciam diversas manifestações culturais, como o teatro, a dança e o grafitismo. Inclusive, essa comunidade revelou artistas de renome nacional e internacional, a exemplo do músico, cantor e compositor Zeca Baleiro, Maurino de Araújo<sup>9</sup> (escultor de madeira no estilo expressionista barroco e que já expôs seu trabalho em várias partes do mundo) e Maurício Tizumba (cantor, compositor, músico e ator que morou no Bairro e atualmente lidera o Tambor Mineiro, famoso grupo de percussão cujo foco cultural é o congado brasileiro). Outros nomes da cena cultural também se destacam,

como: Gil da Mata, Higino de Almeida, Sérgio Villard, Dário Marques, Márcio Granato, Régis D' Almeida, Gerson Januário, Abner do Nascimento, entre outros.

Conforme vídeo publicado no YouTube, há um registro de relato do cantor Zeca Baleiro sobre o Bairro Primeiro de Maio, onde morou e se já apresentou como cantor profissional. Nesse vídeo, postado em 2018, ele se manifesta favoravelmente ao Movimento Cultural Popular do Bairro, que em 2020 completou 40 anos. Nas palavras do cantor, o Primeiro de Maio é

[...] muito interessante, com uma fome cultural, uma cena cultural muito grande e vi vários talentos que surgiam das ruas. Muito musical o lugar e vi também shows incríveis no Bar Calabouço, que era meio que um centro, assim, catalisador, difusor da cultura e da arte do Bairro (Baleiro, 2018).

No que se refere à mobilização e participação social, “a comunidade do Primeiro de Maio sempre se caracterizou pela organização de movimentos sociais para a melhoria da região” (Ribeiro, 2011, p. 56). Conforme entrevista com o principal líder dessa comunidade, em julho de 2018, o Primeiro de Maio era uma fazenda em que os trabalhadores e operários da vizinhança (principalmente do Matadouro Modelo e de outras áreas industriais), invadiam para passar a noite, mas que eram retirados por policiais. Com isso, a fazenda ficou conhecida como “O pau comeu”. A partir dos anos 2000, o Bairro começou a ficar abandonado e seus artistas eram mortos ou se entregavam às drogas.

Em Caiado (2011), Reis e Kageyama (2011), Reis e Marco (2009), e Rocco (2014), é possível verificar exemplos de como bairros e regiões historicamente abandonados e com altos índices de violência e criminalidade em vários países – inclusive no Brasil – puderam ser transformados por meio da Economia Criativa. É o caso do LX Factory, em Lisboa (Portugal), antigo complexo industrial abandonado no Bairro Alcântara, mas que ressurgiu como um *mix* de galpões repaginados, ocupados agora por restaurantes da moda, lojas, livrarias e galerias. Para Barbosa e Santos (2015, p. 68), a Economia Criativa contribui para o desenvolvimento local, principalmente porque direciona ações para a

[...] erradicação da pobreza e geração de renda; redução das desigualdades; promoção do desenvolvimento sustentável; inclusão social da juventude; e acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs); participação popular; organização social; fortalecimento da identidade local; articulação local-global; escolaridade; e qualidade de vida.

Dentro dessa perspectiva transformadora, alinhada com as vocações regionais e com o intuito de aumentar a visibilidade dos empreendedores associados à Economia Criativa do Bairro, o projeto supramencionado foi traçado para atender, *a priori*, três “categorias” de setores criativos para a estruturação da base de dados do Aplicativo, quais sejam: 1. “Artes visuais e artesanato”, cujas atividades associadas são: a) pintura; b) escultura; c)

fotografia e d) artesanato; 2. “Audiovisual e mídias interativas”, que por sua vez incluem: a) cinema e vídeo; b) TV e rádio (inclui Internet); c) Internet *podcasting* e d) Videogames (inclui on-line) e 3. “Artes de espetáculo”, composta de: a) dança; b) música; c) circo; d) teatro. Salienta-se que tais categorias estão previstas em Ministério da Cultura (2012).

Em princípio, a programação do *App* está estruturada com base nessas informações/“telas”: a) **Histórico do Bairro**; b) **Artistas** (exemplo: músicos, compositores, cantores, pintores, escultores, artesãos, poetas, entre outros); c) **Estúdios de gravação**; d) **Associações de Bairro**; e) **Calendário de eventos**; f) **Ações socioambientais** (exemplo: pontos de coleta seletiva e demais iniciativas de sensibilização e mobilização local de educação ambiental). Vale ressaltar que, dentro de cada “tela” como “Artistas”, “Estúdios de gravação” e “Associações de Bairro”, pretende-se disponibilizar dados previamente autorizados e categorizados como: nome do(a) empreendimento/artista/estúdio/organização, localização, número de telefone, website, redes sociais, perfil do produto/serviço/atividade, dias e horários de funcionamento, entre outros.

Até o início da pandemia de COVID-19, declarada no Brasil em março de 2020, foram registrados mais de 50 empreendedores culturais no Bairro, os quais foram categorizados em um sistema para facilitar a análise final da pesquisa. Entretanto, como as ações do projeto foram pausadas de março de 2020 a dezembro de 2021, tais dados precisam ser revistos. Isto porque, de acordo com nova entrevista realizada junto a um dos líderes comunitários, desta vez ocorrida, remotamente, em dezembro de 2021, além de óbitos de artistas em razão da COVID-19 e outras doenças, existem aqueles que reincidiram no uso excessivo de bebidas e narcóticos.

Como pode ser verificado, a efervescência cultural do Bairro é destaque desde a década de 1980, mas foi a partir dos anos 2000 que o líder comunitário vinha articulando mais parcerias com algumas organizações da sociedade civil para fortalecer as atividades artísticas e culturais na região, bem como projetos socioambientais. Todavia, com a pandemia, restrições de atividades e *lockdown*, tais iniciativas foram substancialmente diminuídas, tendendo a ser retomadas com a melhora da situação sanitária da cidade. Até o momento desta publicação é incerto prever essa melhora, tendo em vista o advento de novas variantes do vírus SARS-CoV-2 (novo coronavírus causador da COVID-19), a flutuação na taxa de casos, número de vacinações e tantos outros fatores sistêmicos.

De todo modo, espera-se que o Aplicativo *mobile*, a ser desenvolvido pela equipe do projeto da UEMG e com a participação ativa de lideranças e demais atores locais, possa contribuir para mudar a atual realidade do Bairro, conectando pessoas e organizações (Barra et al., 2017; Santos et al., 2017), principalmente em um contexto “pós-pandemia”. A perspectiva é estimular a valorização artístico-cultural, propiciando maior engajamento socioambiental, fortalecendo as redes sociais e coletivos urbanos presentes na região e aumentando a autoestima de moradores de um bairro que podem ter, pela primeira vez, um *App* no qual se sintam representados e que facilite a divulgação e o consumo da arte local.

Além disso, este *App* será um instrumento de suporte a visitantes e turistas ao Bairro. Ressalta-se que os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)<sup>10</sup> do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que correspondem a uma sociedade e economia mais sustentáveis (PNUD, 2015), dialogam com a proposta do projeto supracitado, embora, conforme Ost e Saleh (2021), os setores culturais e criativos ainda estejam longe de ser sustentáveis. Muitos são os desafios inerentes a esses setores, uma vez que eles

[...] estão na interface entre duas realidades. Por um lado, o mundo da cultura com sua diversidade, singularidade, criatividade pura, valores universais, dimensão qualitativa e subjetiva; por outro lado, o mundo da transição econômica com as suas novas tecnologias, novas necessidades e comportamentos, nova alocação de recursos, novos valores, novos modelos quantitativos e ferramentas inovadoras. Ambas as realidades se enfrentam no novo marco do desenvolvimento sustentável, questionando o passado e construindo o futuro. Apesar do tamanho do desafio, ainda assim a situação atual não é única. É algo de fato recorrente na história do desenvolvimento, desdobrando-se em surtos, em etapas semelhantes não idênticas, em inovações duradouras e recorrentes. Tal transição deve ser acompanhada, não apenas por políticas públicas, mas pelo surgimento de novos mercados e ferramentas educacionais que permitirão a fertilização cruzada entre projetos e atores culturais, sociais e econômicos. (Ost & Saleh, 2021, p. 15, tradução nossa).

A partir da rica conjuntura cultural identificada no Bairro Primeiro de Maio, somada às potencialidades gastronômicas e religiosas da região, observa-se que o *App* terá especial apelo, além dos moradores, junto a visitantes de outros bairros de Belo Horizonte e a turistas.

Em 28 dezembro de 2019, foi veiculado o Programa “Rolê nas Gerais”, no canal aberto de televisão Globo, com o tema “gastronomia da periferia”. Na ocasião, foi entrevistada a Sra. Cristiane Silva, empreendedora de um famoso bar do Bairro Primeiro de Maio que serve de modo diferenciado picanha e espetinhos de carne, atraindo pessoas de outros bairros de Belo Horizonte e cidades. Quando questionada sobre se o Bairro seria o “destino certo” em termos de gastronomia, ela citou o seguinte: “Tem muita comida boa. Tem muito povo bom. Tem muita gente boa, de coração. A periferia não é só coisa ruim não” (TV Globo, 2019).

Do ponto de vista religioso, o Bairro Primeiro de Maio conta, sobretudo, com igrejas católicas e evangélicas. Conforme entrevista com o líder comunitário (2018 e 2021), há um projeto para conectar a Igreja de Santo Antônio (tradicional no Bairro) até a Catedral Metropolitana de Belo Horizonte – Cristo Rei – projetada pelo arquiteto Oscar Niemeyer, que está em construção no Bairro Juliana e que objetiva ser o maior centro de peregrinação de Belo Horizonte (Arquidiocese de Belo Horizonte, 2022). Isto porque

ambas igrejas estão situadas na região Norte da capital mineira e podem favorecer, assim, roteiros de turismo cultural/religioso.

Uma curiosidade bastante peculiar do Bairro é que existem quatro ruas que fazem menção à Física, quais sejam: Rua Ampère, Rua Elétron, Rua Ohm e Rua Volts. Essas e outras características culturais/educacionais reforçam a premissa de que na periferia também existem atrações culturais diferenciadas, que podem ser trabalhadas sob a perspectiva de vantagens comparativas e competitivas, principalmente por parte do poder público. Uma vez que devidamente integradas como produtos/ofertas turísticas, garantindo maior (e melhor) acesso, estrutura e segurança, podem contribuir para o fomento da Economia Criativa no Bairro, inclusive para movimentar a economia local, ainda mais neste momento de retomada no cenário da COVID-19.

Tal como foi exposto, os setores cultural e criativo têm grande poder de contribuir com o desenvolvimento territorial, além de representarem ativos que são, muitas vezes, o cerne do turismo cultural e criativo. O turismo cultural é um segmento amplamente difundido, apesar de não haver consenso sobre a sua definição. No entanto, as motivações culturais são a sua base, seja pelo patrimônio material e/ou imaterial. Já o turismo criativo é um segmento que possui relações com o turismo cultural, mas pressupõe a interação do turista com a comunidade local em processos de aprendizagens ativas (Emmendoerfer, 2019; Richards, 2011). Enfatiza-se que estes segmentos turísticos encontram terrenos férteis no Bairro Primeiro de Maio, e também, em Belo Horizonte, de uma forma mais ampla. Insta salientar que, em 2019, a capital mineira recebeu o título de Cidade Criativa da Gastronomia pela Unesco e, neste sentido, a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur) publicizou esses destaques:

A 3ª cidade do Brasil com o maior número de profissionais trabalhando em atividades criativas.

Cidade indicada pelo *Population Crisis Committee*, da ONU, como a metrópole com a melhor qualidade de vida na América Latina.

A capital brasileira com os melhores índices de consumo cultural e frequência em atividades culturais (Instituto Datafolha).

A capital do estado brasileiro com o maior número de Patrimônios Mundiais reconhecidos pela UNESCO (Belotur, 2019).

No Brasil, a Economia Criativa empregava em 2018 mais de 4,6 milhões de pessoas e, em Minas Gerais, tem-se o registro de 450 mil empregos formais, o que totaliza quase 10% dos empregos do estado (CODEMGE, [s.d.]). Isso revela, assim, uma maior potencialidade para os setores culturais e criativos, mas que requer análise para se replanejar essa Economia no período “pós-pandemia”.

As cidades criativas são espaços que possuem recursos de base para a economia das experiências e, conseqüentemente, atraem consumidores do século XXI (Pine & Gilmore, 1999) que buscam pela vivência de experiências. Especificamente, no Bairro Primeiro de

Maio, é possível identificar, conforme referenciado anteriormente, um pequeno *cluster* cultural. Neste sentido, há a premência de se otimizar este cenário cultural e toda sua rede, em prol de um turismo de experiência que represente uma mais-valia para a região em estudo e oportunize o desenvolvimento sustentável (Silva et al., 2021). Destaca-se que o fomento de setores culturais e criativos pode representar uma alternativa aos problemas socioeconômicos acirrados pela pandemia de COVID-19, mas que ensejam a necessidade de acompanhamento de políticas públicas em concomitância com a análise de mudanças sociais, econômicas, culturais e ambientais.

### **Considerações Finais**

A finalidade do presente capítulo foi apresentar uma breve discussão a respeito da Economia Criativa no Brasil, empreendedorismo social e a espacialização da inovação, considerando o contexto cultural e as novas tecnologias em contextos de crise e riscos para se fomentar o turismo junto ao Bairro Primeiro de Maio, localizado em Belo Horizonte/Minas Gerais, em especial, no cenário “pós-COVID-19”.

Do ponto de vista da espacialização da inovação, o Bairro Primeiro de Maio é um exemplo, tendo a cultura e a criatividade como algumas de suas características mais eminentes, inclusive considerado historicamente como um manancial de arte popular e erudita, literatura, música, dança, teatro e artes plásticas. Se, como foi apresentado, a cultura pode ser eixo de desenvolvimento econômico e, porque não, sustentável, tal desenvolvimento pode se tornar realidade no Bairro Primeiro de Maio, em especial, por ser um potencial *lôcus* de atração turística de Belo Horizonte, inclusive com a mencionada facilidade de acesso ao Bairro e atrativos gastronômicos, educacionais e religiosos. Por sua vez, estes poderiam ser potencialmente convertidos em roteiros/produtos turísticos, mas que demandariam, sobretudo, de constituição e acompanhamento de políticas públicas.

A partir da efervescência cultural do Bairro, e como forma de otimizá-la, pretende-se desenvolver uma tecnologia social (em formato de *App*), planejada de forma participativa junto a lideranças locais e demais redes sociais associadas ao Bairro. Este *App* virá ao encontro do uso de novas tecnologias como forma de conectar pessoas, fortalecer redes, divulgar a cultura e a arte, representando uma inovação social que permitirá à comunidade local conhecer e valorizar ainda mais a própria produção cultural. Além disso, poderá ser utilizado por turistas e visitantes que queiram experienciar o turismo cultural e criativo e consumir produtos e/ou serviços turísticos/culturais.

Como pôde ser verificado neste capítulo, o Bairro, nos anos 2000, começou a ficar abandonado e seus artistas eram mortos ou se entregavam às drogas. Desde então, diversas ações culturais (majoritariamente como iniciativas da própria comunidade) foram realizadas. Entretanto, com a pandemia de COVID-19, esse cenário negativo voltou a se tornar realidade. Vale evidenciar as dificuldades que o isolamento forçado pela COVID-19 causaram na vida das pessoas, em geral, e na dos artistas, em particular, que vivem do contato com seu público. O escasso apoio das autoridades federais, estaduais e municipais norteadoras de políticas locais impactou, significativamente, o setor cultural.

Incentivos como a Lei Aldir Blanc, que forneceu auxílio financeiro no período de pandemia ao setor, foram e são importantes, porém insuficientes. Artistas de baixa renda, por exemplo, nem sempre têm acesso ao conhecimento técnico para se compor um projeto estruturalmente adequado. Certamente, não conseguiriam, isolados, e nem sempre com internet de alta velocidade e os devidos equipamentos eletrônicos, submeter um projeto que seja passível de financiamento público, dentro de todos os requisitos de um Edital de governo.

Não obstante, põe-se em relevo que na literatura existem vários relatos de bairros e regiões que, mesmo abandonados, puderam se reerguer com base em seus ativos culturais. Isso, obviamente, graças ao empenho de diversos atores públicos, privados e da sociedade civil, uma vez que as ações nessa direção se pautam na erradicação da pobreza, desigualdade social, entre outros fatores já mencionados (Barbosa & Santos, 2015).

A dicotomia entre mundo subjetivo (diversidade cultural e suas devidas singularidades) *versus* mundo objetivo (mudanças econômicas e tecnológicas) requer uma análise das novas necessidades de um cenário em constante transformação, inclusive de novos valores (Ost & Saleh, 2021). Tal análise deve estar orquestrada com o poder público, tendo em vista, por exemplo, ações estruturais como saúde, segurança e educação. Eis, pois, uma das limitações do presente projeto, além do próprio cenário de incerteza decorrente da pandemia de COVID-19.

De todo modo, os próximos passos para o desenvolvimento deste trabalho, além da retomada da coleta de dados sobre os empreendedores culturais do Bairro Primeiro de Maio para o desenvolvimento do *App*, é apresentar à Prefeitura de Belo Horizonte, cidade detentora de tantos títulos culturais declarados pela UNESCO, o potencial do Bairro para que, no médio/longo prazos, possa entrar definitivamente na rota do turismo cultural/criativo da cidade, como modelo bem-sucedido de Economia Criativa e inovação social.

### **Agradecimentos**

Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo apoio provido via Chamada Universal MCTIC/CNPq n.º 28/2018 e à Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) pelo apoio fornecido por meio do Edital 01/2019 (Programa Institucional de Apoio à Pesquisa – PAPq /UEMG) e do Edital 08/2021 (Programa de Bolsas de Produtividade em Pesquisa). Nosso agradecimento especial também é direcionado para o Sr. Moisés, o prof. Lucas Cristiano Ferreira Alves e os bolsistas Samuel Gonçalves Silveira Reis, Izabela Andrade Nascimento, Luila Arantes Maia e Mariana Santos Camêlo de Araújo.

### **Referências**

Arquidiocese de Belo Horizonte (2022). *Perguntas Frequentes*. Belo Horizonte. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://catedralcristorei.arquidiocesebh.org.br/a-catedral/visitas-2/>.

Baleiro, Z. (2018). *Zeca Baleiro Movimento de Cultura Popular 2020*. YouTube. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://www.youtube.com/watch?v=ufRhWXVyVmk>.

Barbosa, J.F.A., & Santos, M.S.T. (2015). Comunicação, economia criativa e desenvolvimento local: a experiência do 'Núcleo de Comunicação Bombando Cidadania'. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, 38(2), 61-80.

Barra, D.C.C., Paim, S.M.S., Sasso, G.T.M.D., & Colla, G.W. (2017). Métodos para desenvolvimento de aplicativos móveis em saúde: revisão integrativa da literatura. *Texto Contexto Enferm*, 26(4): e2260017.

Bignetti, L.P. (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1), 3-14.

Bruin, A., & Stangl, L.M. (2013). The Social Innovation Continuum: Towards Addressing Definitional Ambiguity. *Anais, EMES-SOCENT Conference Selected Papers*.

Cabral, A.S., & Gualberto Filho, A. (2007). Programa empreendedorismo na rua – PENARUA. *XII Buenos Ayres, Seminario Latino- Iberoamericano de Gestión Tecnológica, ALTEC*.

Caiado, A.S.C. (2011). *Economia criativa*. São Paulo: FUNDAP.

Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais [CODEMGE]. [s.d.]. *Indústria Criativa*. Belo Horizonte. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <http://www.codemge.com.br/atuacao/industria-criativa/>.

Comini, G.M. (2016). *Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras*. [Título de Livre-Docente em Administração, Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade]. Repositório da Universidade de São Paulo.

Dias, J., & Lima, A. (2021). Indústrias criativas no Brasil: Mapeamento de aglomerações produtivas potenciais e sua contribuição para o desenvolvimento local. *Economia E Sociedade*, São Paulo, Brazil, 30(3), 1069-1093.

Emmendoerfer, M.L. (2019). Creative tourist regions as a basis for public policy. In Duxbury, N., & Richards, G. (Editores). *A Research Agenda for Creative Tourism*. Edward Elgar Publishing. 151-163.

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte [Belotur]. (2019). *Belo Horizonte: Cidade Criativa da Gastronomia*. Belo Horizonte: Belotur. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <http://portalbelohorizonte.com.br/creativecity/cidade-criativa>.

Endeavor Brasil. (2021). *Design Thinking: ferramenta de inovação para empreendedoras e empreendedores*. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://endeavor.org.br/tecnologia/design-thinking-inovacao/>.

European Commission. (2014). *Policy & Background*. Bélgica: Bruxelas: European Commission. Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://ec.europa.eu/environment/>

[europeangreencapital/about-the-award/policyguidance/index.html](http://europeangreencapital/about-the-award/policyguidance/index.html).

European Commission. (2013). *Communication from the commission to the European Parliament, the council, the European economic and social committee and the Committee of the Regions, Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU*. Bruxelas: European Commission. Recuperado em 18 novembro 2021 de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0537&from=EN>.

Fink, L.D. (2019). *Propósito & Lucro*. Carta anual de Larry Fink a CEOs de 2019. <https://www.blackrock.com/br/2019-larry-fink-carta-ceo>.

Federação das Indústrias do estado do Rio de Janeiro [FIRJAN]. (2019). *Mapeamento da indústria criativa no Brasil: ambiente socioeconômico*. Rio de Janeiro: FIRJAN. 24p.

Frey, C.B., & Osborne, M. (2013). The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? *University of Oxford*, September 17.

Fundação Municipal de Cultura [FMC]. (2015). *Tradição e Resistência: sujeitos, práticas e memórias da cultura popular em Belo Horizonte*. Belo Horizonte: Fundação Municipal de Cultura, Centro de Referência da Cultura Popular e Tradicional Lagoa do Nado.

Furtado, C. (1974). *O Mito do Desenvolvimento Econômico*. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Goldenstein, L. (2010). *Economia Criativa*. Catraca Livre: São Paulo. Recuperado em 20 novembro 2021 de [https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/2010/07/ECONOMIA\\_CRIATIVA\\_LIDIA\\_GOLDENSTEIN.pdf](https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/2010/07/ECONOMIA_CRIATIVA_LIDIA_GOLDENSTEIN.pdf).

Hallett, R., & Hutt, R. (2016). *10 jobs that didn't exist 10 years ago*. World Economic Forum (WEF). Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://www.weforum.org/agenda/2016/06/10-jobs-that-didn-t-exist-10-years-ago/>.

Hiar, A. (2014). *A corrupção que corrói a indústria criativa*. IstoÉ. Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://www.istoedinheiro.com.br/blogs-e-colunas/post/20140825/corruptao-que-corroiindustria-criativa/4637.shtml>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. (2010). *Sidra*. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://sidra.ibge.gov.br/acervo#/S/Q>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. (2016). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Síntese de Indicadores 2015 / IBGE*, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>.

Karampampas, P. (2020). (Re)inventing intangible cultural heritage through the market in Greece. *International Journal of Heritage Studies*, 1-14.

Khosla, V. (2012). *Do we need doctors or algorithms?* Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://techcrunch.com/2012/01/10/doctors-or-algorithms/>.

Leitão, C.S., Guilherme, L.L., Oliveira, L.A.G., & Gondim, R.V. (2011). Nordeste Criativo: Indústrias Criativas e Desenvolvimento Regional. *Anais do XXXV Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro, Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APB2873.pdf>.

Lowitt, E. (2011). *The Future of Value*. Boston. Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://www.ericlowitt.com/thefutureofvalue/>.

Markoff, J. (2011). *Armies of expensive lawyers, replaced by cheaper software*. New York Times. Recuperado em 12 novembro 2021 de <http://www.nytimes.com/2011/03/05/science/05legal.html>.

Martin Prosperity Institute (2015). *Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index*. Toronto: MPI e Universidade de Toronto.

Ministério da Cultura (2012). *Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014*. Brasília: Ministério da Cultura.

Moulaert, F., Maccallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2013). General introduction: the return of social innovation as a scientific concept and a social practice. In: Moulaert, F., Maccallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (Eds). *The International Handbook on Social Innovation*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Nicholls, A. (2006). Playing the field. *Social Enterprise Journal*, 2(1), 1-5.

Organização das Nações Unidas (2019). *ONU prevê que cidades abriguem 70% da população mundial até 2050*. Brasília. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://news.un.org/pt/story/2019/02/1660701>.

Ost, C., & Saleh, R. (2021). Cultural and creative sectors at a crossroad: From a mainstream process towards an active engagement, *Built Heritage*, 5(1), 1-16.

Parente, C. (2014). *Empreendedorismo Social em Portugal: as políticas, as organizações e as práticas de educação/formação*. Universidade do Porto – Faculdade de Letras: Porto.

Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (1999). The experience economy: Work is theatre & every business a stage. *Harvard Business Press*.

Portella, F. (2012). *Engenharia Cultural: Como transformar ideias em projetos e projetos em realidade*, Rio de Janeiro: Cidade Viva: Instituto Cultural Cidade Viva.

Porter, M.E., & Van Der Linde, C. (1995). Green and Competitive: Ending the Stalemate. *Harvard Business Review*, set-out.

Poulsen, A.B. (2013). An Organic Approach to City Design. *GRASP*, Dinamarca.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento [PNUD]. (2015). *Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Dos ODM aos ODS*. Brasília. Recuperado em 15 novembro 2021 de <http://www.pnud.org.br/ODS.aspx#>.

Rede de Tecnologia Social. [2005?]. *Tecnologia social*. Brasília. Recuperado em 15 novembro 2021 de <http://www.rts.org.br/>.

Reis, A.C.F. (2012). *Cidades criativas: da teoria à prática*. São Paulo: Sesi-SP Editora.

Reis, A.C.F., & Marco, K. (Orgs). (2009). *Economia da Cultura – ideias e vivências*, Rio de Janeiro: Publit.

Reis, A.C.F., & Kageyama, P. (Orgs). (2011). *Cidades Criativas – Perspectivas*, São Paulo: Garimpo de Soluções.

Ribeiro, R.R. (2011). *Histórias de bairros [de] Belo Horizonte: Regional Norte*, Belo Horizonte: Arquivo Público da Cidade.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.

Rocco, D.M.C. (2014). *Visitando o século XXI: inovações para a sustentabilidade em destinos turísticos brasileiros*. [Tese de Doutorado em Desenvolvimento Sustentável, Centro de Desenvolvimento Sustentável]. Repositório da Universidade de Brasília.

Santos-Duisenberg, E. (2016). A Economia Criativa poderia nos libertar? *HSM Management*, São Paulo, agosto. Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://www.revistahsm.com.br/estrategia-e-execucao/economia-criativa-poderia-nos-libertar/>.

Santos, T.S., Brito, T.A., Yokoyama Filho, F.S., Guimarães, L.A., Souto, C.S., Souza, S.J.N., Martins, L.E.B., & Pithon, K.R. (2017). Desenvolvimento de aplicativo para dispositivos móveis voltado para identificação do fenótipo de fragilidade em idosos. *Rev. Bras. Geriatr. Gerontol.*, Rio de Janeiro, 20(1), 70-76.

Silva, L.A., Paiva Júnior, F.G., & Santana, R.C.B. (2021). O Turismo Criativo na Agenda Política: Possibilidades de contribuição para os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. *Turismo em Análise*, 32(2), 323-343.

Smith, A., & Anderson, J. (2014). AI, Robotics, and the future of jobs. *Pew Research Center*. <http://www.pewinternet.org/files/2014/08/Future-of-AI-Robotics-and-Jobs.pdf> > .

TV Globo (2019). *Rolê nas Gerais mostra gastronomia da periferia*. Belo Horizonte: TV Globo. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://globoplay.globo.com/v/8178767/>

Zargani, L. (2020). *Giorgio Armani Writes Open Letter to WWD* - The designer praises a slower fashion movement and plans to realign collections with seasons in stores. Recuperado em 20 outubro 2021 de <https://wwd.com/fashion-news/designer-luxury/giorgio-armani-writes-open-letter-wwd-1203553687/>

**Daniela Maria Rocco Carneiro:** Doutora em Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Brasília (UnB), com doutorado sanduíche em Competitividade e Inovação pela Universidade de Deusto/Orkestra – Instituto Basco de Competitividade e Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Email: [daniela.rocco@uemg.br](mailto:daniela.rocco@uemg.br).

**Alberto dos Santos Cabral:** Pós-doutorando em Antropologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Doutor em Desenvolvimento Sustentável pela UnB, com Sanduíche Doutoral em Mercadologia na Maastricht University. É Servidor de carreira da UFPB. Email: [gracianocabral@yahoo.com.br](mailto:gracianocabral@yahoo.com.br).

**Daniela Fantoni Alvares:** Doutora em Planejamento pela Universidade do Minho e Professora Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG) da Universidade dos Açores (UAç). Email: [daniela.f.alvares@uac.pt](mailto:daniela.f.alvares@uac.pt).

## Notas

<sup>1</sup> A Economia Criativa, para Caiado (2011, p. 15) é “o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico”.

<sup>2</sup> Contudo, é do autor britânico John Howkins o mérito de condensar todas as discussões que vinham surgindo naquele momento e explicar o termo ao mundo, com o bestseller *The Creative Economy – How People Make Money From Ideias* (no Brasil, *Economia Criativa – Como Ganhar Dinheiro com Ideias Criativas*), publicado em 2001.

<sup>3</sup> Chefe do Programa de Economia Criativa da United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) de 2004 a 2012. Recuperado em 02 maio 2022 de <http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=154>

<sup>4</sup> Na tradução para o Português, “aprendizado de máquina”, trata-se basicamente de um ramo da inteligência artificial no qual as máquinas possuem sistemas capazes de registrar continuamente aprendizado com base nas experiências de acesso de seus respectivos usuários. Isso permite ainda mais eficiência na busca e processamento de dados e informações.

<sup>5</sup> É a condição pela qual, mesmo do ponto de vista técnico a pessoa esteja alfabetizada, apresenta dificuldades na compreensão de textos, por exemplo.

<sup>6</sup> Em linhas gerais, “é uma abordagem que busca a solução de problemas de forma coletiva e colaborativa, em uma perspectiva de empatia máxima com seus *stakeholders*”

(interessados)” (Endeavor Brasil, 2021).

<sup>7</sup> Em linhas gerais, é uma palavra ou expressão que se tornou moda por ser bastante usada, o que por vezes, mesmo sendo um termo técnico, sua adoção recorrente pode se tornar pouco efetiva.

<sup>8</sup> Em julho de 2018, a profa. Daniela Maria Rocco Carneiro realizou uma visita técnica (VT) junto ao Bairro Primeiro de Maio com sua turma do curso de Processos Gerenciais (1/2018) da Faculdade de Políticas Públicas “Tancredo Neves” (FaPP), da UEMG. Essa VT foi viabilizada com o apoio do aluno Samuel Gonçalves Silveira Reis, que estudou na FaPP/UEMG e é líder da OPPEN, uma Organização da Sociedade Civil que desenvolve projetos no referido Bairro. Na ocasião da visita, foi entrevistado o principal líder comunitário e que reside no Bairro há mais de 60 anos, e criador de diversos movimentos culturais a partir da década de 1980. O Bairro, segundo ele, é reconhecido mundialmente, tornou-se ponto turístico, recebeu título da Câmara Municipal como “Espaço Cultural de BH” e já recebeu personalidades como Lula, Rubinho do Vale e Chico César. Considerando as demandas do Bairro identificadas naquela primeira VT, dentre as quais estão a necessidade de se fortalecer a arte e cultura locais, a profa. Daniela Rocco convidou o referido aluno e o prof. Lucas Cristiano Ferreira Alves da Escola de Design (ED) da UEMG para participarem da Chamada Universal MCTIC/CNPq n.º 28/2018. A contribuição principal do aluno reside na facilidade de acesso aos artistas e demais *stakeholders* do Bairro e a do prof. Lucas Ferreira, dentre outras atividades de pesquisa, está no desenvolvimento do Aplicativo *mobile*. Vale ressaltar que os dois professores submeteram projetos para o Edital 01/2019 do Programa Institucional de Apoio à Pesquisa – PAPq/UEMG, que foram aprovados e contaram com a participação, além de Samuel Silveira, das alunas Izabela Andrade Nascimento (FaPP/UEMG), Luila Arantes Maia (ED/UEMG) e Mariana Santos Camêlo de Araújo (ED/UEMG). Com o cenário atual da pandemia de COVID-19, as atividades de campo foram suspensas e oportunamente serão retomadas (Relato de pesquisa elaborado pela profa. Daniela Maria Rocco Carneiro em Janeiro/2022).

<sup>9</sup> Maurino de Araújo faleceu em setembro de 2020 e era reconhecido como o maior artista que residia no Bairro, bem como um dos maiores escultores barrocos brasileiros da atualidade.

<sup>10</sup> A gênese dos ODS está vinculada aos 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), publicados no ano 2000 e com vigência até 2015. Para dar continuidade a esse compromisso global, e em substituição aos ODM, foi criada em 2012, na ocasião da Rio + 20, uma nova agenda de compromissos, agora respaldada pelos “Objetivos do Desenvolvimento Sustentável” (ODS). A meta é que todos os 193 Estados-membros da ONU adotem os 17 ODS na Cúpula de Desenvolvimento Sustentável, que foi realizada em setembro de 2015 (PNUD, 2015).

# Ética e turismo: (des)compromisso das políticas nacionais no processo de retomada pós-pandemia da COVID-19

## Ethics and tourism: (dis)commitment of national policies in the post-COVID-19 recovery process

**João Paulo Faria Tasso**

### Resumo

É natural que, com o avanço massivo da vacinação (53% no mundo e 76% no Brasil), e com a adoção de novos protocolos de biossegurança, entenda-se que o processo de retomada gradual do Turismo deva compor um quadro de estratégias governamentais, voltado à mitigação da asfixia econômica e de índices alarmantes de desemprego acarretados pela pandemia da COVID-19. Todavia, parece ser prudente questionar em que medida tais iniciativas do poder público têm incorporado, em suas concepções, pressupostos éticos que desconstruam a retórica racionalidade do setor, reduzida à sustentação do dinamismo econômico, e que ressignifiquemos reais propósitos do turismo, voltados ao bem comum e à sustentabilidade. Tal questionamento se faz necessário diante de uma série de distúrbios e de ameaças (sociais, ambientais, culturais, e também econômicas) que, antes mesmo do período pandêmico, já se manifestavam em diversas regiões do território nacional. O objetivo do presente capítulo é reconhecer lacunas éticas nas políticas públicas nacionais voltadas à retomada do turismo, contribuindo para a formulação de futuras propostas de intervenção mais responsáveis e sustentáveis. Foi realizada uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, a partir de entrevistas com 30 pesquisadores de notório saber no campo do turismo e notícias oficiais de mídia eletrônica. Resultados: (a) o cerne do propósito ético em se fomentar o turismo num território deveria estar na busca pelo bem comum e no desenvolvimento humano e sustentável; (b) há notadamente um desbalanceamento ético nas estratégias políticas implementadas, representado pelo incentivo irrevogável à imediata retomada do turismo nos moldes convencionais, e a não atenção a questões ambientais, trabalhistas, infraestruturais e socioculturais.

**Palavras-chave:** Ética; Sustentabilidade; Turismo; Políticas públicas; COVID-19; Bem Comum.

## Abstract

Considering the massive advance in vaccination, and the adoption of new biosafety protocols, it is understood that the process of gradual resumption of tourism should comprise a framework of government strategies, aimed at mitigating economic asphyxia and alarming unemployment rates caused by the COVID-19 pandemic. However, it seems sensible to question the extent to which such initiatives by the government have incorporated, in their conceptions, ethical assumptions that deconstruct the rationality rhetoric of the sector, reduced to sustaining economic dynamism, and that reframe the real purposes of Tourism, aimed at common good and sustainability. Such questioning is necessary in face of a series of disturbances and threats (social, environmental, cultural, and economic) that, even before the pandemic period, were already manifested in different regions of the national territory. The objective of this chapter is to recognize ethical gaps in national public policies aimed at the resumption of Tourism, contributing to the formulation of more responsible and sustainable future intervention proposals. Exploratory research, with a qualitative approach, was carried out based on interviews with 30 renowned researchers in the field of Tourism and official electronic media news. Results: (a) the core of the ethical purpose in promoting Tourism in a territory should be in the search for the common good and human and sustainable development; (b) there is notably an ethical imbalance in the implemented political strategies, represented by the irrevocable incentive for the immediate resumption of tourism in the conventional molds, and the disregard for environmental, labor, infrastructural and socio-cultural issues.

**Keywords:** Ethics; Sustainability; Tourism; Public Policy; COVID-19; Common Good.

## Introdução

Certamente, grandes crises mundiais – a exemplo da pandemia da COVID-19 – e as consequências nefastas por elas produzidas, estimulam-nos positivamente em duas frentes: a refletir sobre os modelos postos na contemporaneidade e no mundo globalizado; e a repensar ou ressignificar propósitos e prioridades.

Historicamente, o fenômeno do turismo tem sido conduzido (com raras exceções) sob uma racionalidade econômica que reproduz, como lógica finalística, metas de ampliação do fluxo e de expansão do consumo, como forma de solidificação do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB). No Brasil, em 2018 – período anterior ao da pandemia – dados do *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2019) apontavam para o crescimento do setor, com a injeção de 152,5 bilhões de dólares na economia (8,1% do PIB nacional) e crescimento de 3,1% do PIB Turístico. Até aquele momento, o turismo era responsável por quase sete milhões de postos de trabalho (7,5% do total), o que representou a geração de um em cada cinco novos empregos no país. No mesmo ano, foram aportados US\$ 6,2 bilhões por gastos de turistas internacionais, uma alta de 12,8%, em relação a 2017. Ainda no início de 2019, pôde-se identificar uma taxa de crescimento de 7% na chegada de voos

internacionais, se comparado ao mesmo período de 2018 (EMBRATUR, 2019a).

Os dados supracitados acabam por confirmar um cenário econômico promissor que, seguramente, não mereceria ser contestado caso fossem identificados, na mesma proporção, indicadores de: distribuição equilibrada e coerente das receitas por meio de notória participação das comunidades residentes nos benefícios econômicos gerados; cumprimento dos direitos trabalhistas e de combate a subempregos análogos à escravidão; garantia de infraestrutura básica nos destinos visitados; efetiva articulação para conservação e uso responsável de áreas protegidas; contenção dos diversos distúrbios acarretados por níveis saturados de visitação, dentre outros (Tasso et al., 2020).

Ao contrário, o que se observa no Brasil é um contexto problemático – por vezes esca-moteado pelos grandes meios de comunicação – representado por diversas perturbações multidimensionais. Em 2018, a taxa de informalidade no setor de turismo atingiu 51,3%, o que corresponde a quase 1,1 milhão de trabalhadores não contemplados por direitos trabalhistas. Se analisadas por repartição regional, as maiores taxas estão concentradas nas regiões Norte (68%) e Nordeste (64%) (IPEA, 2021). É digno de nota que, como destacado por Sachs (2008), a informalidade nas atividades econômicas tomada como “estratégia de sobrevivência” – e não como parte de uma “estratégia de desenvolvimento” –, por mais criativa que seja, só conseguirá oferecer rendimentos insuficientes aos trabalhadores, às custas de muitos sacrifícios e dificuldades aos mesmos.

Com respeito aos trabalhadores formais, o cenário adverso se mantém ao analisar-se a média salarial de 2017. O valor máximo de remuneração mensal atestado por cerca de 69,7% dos trabalhadores do turismo é de, apenas, dois salários-mínimos, sendo que as mulheres tiveram uma remuneração 27% menor que a dos homens (IPEA, 2021).

Se o objeto de análise for o contexto específico de algum destino turístico consolidado no Brasil, exemplos de distúrbios e de ameaças são inesgotáveis. Em Fernando de Noronha (PE), por exemplo, apenas 50% das residências possuem coleta de esgoto e acesso à água potável apenas por dessalinizador, resultando em constante necessidade de racionamento. Evidências de sobrecarga no sistema de abastecimento de energia são frequentes. Indicadores de redução da biodiversidade local e extinção de espécies demonstram a fragilidade do ecossistema (Portal G1, 2019a). Contudo, nenhum destes indicativos parecem incomodar as amplas taxas de visitação anuais – 541,9 mil turistas, só em 2018 – que ultrapassam o limite da capacidade de 89,8 mil visitantes, estabelecido pelo Plano de Manejo do Parque (Estadão, 2019).

Esta dicotomia que se estabelece entre a pujança econômica e as incongruências multi-dimensionais a ela atreladas, faz do planejamento do turismo um processo complexo de reflexão. Ainda mais complexo se considerados os inegáveis impactos representados pelo advento da pandemia da COVID-19, em âmbito global, sobre o setor de turismo.

Declarado o surto da doença em 30 de janeiro de 2020, pela Organização Pan-Americana de Saúde, e caracterizada como uma pandemia em 11 de março de 2020, pela Organização Mundial de Saúde (OMS), o novo “coronavírus” vem deixando sua marca perniciososa nos

últimos dois anos, disparando o quadro de emergência de saúde pública internacional e afetando gravemente não apenas o sistema de saúde global, mas também diversos setores econômicos, dentre eles o de serviços, em que se insere o turismo.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2021), somente no primeiro trimestre de 2020, a chegada de turistas internacionais no mundo retraiu em 22%, atingindo níveis equiparáveis aos dos anos 1990 (ONU, 2020), e acarretando consideráveis prejuízos nas receitas internacionais, estimados em US\$ 1,3 trilhão (OMT, 2021). Pode-se prever que, até o final do referido ano, quase 120 milhões de empregos diretos do turismo estariam ameaçados.

No Brasil, o impacto da pandemia sobre as empresas do turismo tem sido alarmante. Resultados de pesquisa, apresentados em março de 2021, apontaram que os pequenos negócios no Turismo foi o setor mais afetado dentre todos os demais, atingindo uma redução de faturamento na margem de 59% negativo (SEBRAE, 2021). O índice de desemprego registrou máxima histórica no 1º trimestre de 2021, chegando a 14,7%, atingindo 1,8 milhão de desempregados (IBGE, 2021). O ano de 2020 fechou com um balanço de retração econômica de 4,05% em relação ao ano anterior (Terra, 2021).

E é justamente nesse momento caótico global, em que a pressão popular por ações governamentais imediatistas voltadas ao combate à agudizaçãodos efeitos é vigorosa, que o componente ético não pode ser preterido do processo de elaboração de políticas públicas. A ética (*ethos*) – campo de estudo sobre o comportamento humano e seus valores morais – admite que toda ação humana tende, segundo uma ordem teleológica, a uma finalidade, um propósito supremo (*summumbonum*) que ultrapasse o anseio da busca por riqueza. No campo individual/social, tal finalidade é representada pela busca da felicidade (*eudaimonia*). E, no campo político, o propósito maior se dará na busca pelo bem comum, a partir da adoção da prudência (*phrónesis*) nas ações voltadas ao coletivo, com vistas ao alcance de uma vida virtuosa e equilibrada (Aristóteles, 1991). Diante disso, o objetivo do estudo é reconhecer lacunas éticas nas políticas públicas nacionais voltadas à retomada do turismo no pós-pandemia, contribuindo, inclusive, para a formulação de futuras propostas de intervenção mais responsáveis e sustentáveis.

O capítulo é apresentado, então, a partir de quatro tópicos fundamentais, afora esta Introdução e as Considerações Finais. O primeiro tópico se volta à apresentação da estrutura metodológica definida e seguida durante a realização do trabalho. Em seguida, no segundo tópico, discorre-se brevemente sobre a base de conceitos precípuos da pesquisa, quais sejam: políticas públicas, turismo, ética e bem comum. O terceiro apresenta a síntese das entrevistas realizadas (com pesquisadores de notório saber no campo do turismo). E o quarto e último trata sobre os principais resultados da pesquisa documental (sobre as iniciativas do Governo Federal voltadas à mitigação dos efeitos da pandemia e ao incentivo à retomada do turismo), as repercussões nacionais, assim como as reflexões críticas que se deram a partir dos resultados.

### **Estrutura Metodológica**

A pesquisa de pós-doutorado, desenvolvida pelo autor entre março de 2020 e fevereiro de 2021, que produziu os resultados e sustenta as reflexões críticas apresentadas neste capítulo, foi construída com base de ordem filosófica e de natureza aplicada, utilizando-se de abordagem qualitativa e de caráter exploratório. Por se tratar do objeto central de discussão, a ética – e todo o campo filosófico que a envolve – foi contemplada por levantamento bibliográfico tomando como referência pensadores clássicos e contemporâneos. Percorreu-se desde a base de concepção em Aristóteles (1991), Platão (2012) e Spinoza (2009), até a autores modernos como Bauman (2003) e Boff (2003), entre outros.

A pesquisa pode ser considerada de natureza aplicada por entender que o seu objetivo maior é a geração de conhecimento para aplicação prática (Gerhardt & Silveira, 2009). O intuito do estudo é apresentar elementos fundamentais que possam ser, efetivamente, considerados no processo de formulação de políticas públicas direcionadas à mitigação das consequências da pandemia da COVID-19.

Por se preocupar apenas com um maior aprofundamento da compreensão do universo de significados do objeto pesquisado (ética e políticas públicas de turismo) e do grupo social abarcado por ele, e não com suas representatividades numéricas (Goldenberg, 2004) ou com a redução de fenômenos e de processos à operacionalização de variáveis (Minayo, 2001), institui-se a abordagem qualitativa. O caráter exploratório se faz presente por se tratar de um estudo que busca aprofundar um problema – dissociação entre ética e políticas públicas de turismo – ainda pouco discutido, no intuito de torná-lo mais explícito e, assim, permitindo construir hipóteses (Gil, 2019), a partir das contribuições de pesquisadores de notório saber.

Para reconhecer as lacunas éticas nas políticas públicas e outras iniciativas governamentais voltadas à retomada do turismo no Brasil, e pensando num planejamento que atente ao bem comum e à sustentabilidade, a pesquisa buscou responder, dentre outras coisas, duas questões fundamentais:

- Sob bases éticas, quais os reais propósitos em se desenvolver o turismo num território, e quais deveriam ser expressos como premissas centrais nas políticas públicas nacionais de retomada do setor?
- Quais têm sido as estratégias do poder público para mitigação das consequências da pandemia no campo do turismo e para a sua retomada, e quais as repercussões acarretadas por elas?

As etapas percorridas para o desenvolvimento metodológico da pesquisa foram:

(a) Revisão de literatura (“estado da arte”) dos conceitos que tecem o pano de fundo da pesquisa: turismo, ética, políticas públicas, e bem comum. Utilizou-se, como escopo de pesquisa, bases de periódicos nacionais e internacionais, como SciELO e Periódicos Capes;

(b) Levantamento de publicações, nacionais e internacionais, de notícias oficiais, em mídia eletrônica, sobre o processo de retomada do turismo no Brasil, sobre as iniciativas governamentais direcionadas à mitigação dos impactos socioeconômicos a partir da pandemia da COVID-19, e sobre os movimentos populares contrários ao retorno da dita “normalidade” nas visitas;

(c) Realização de entrevistas estruturadas junto a 30 pesquisadores brasileiros de notório saber no campo do turismo, procedidas de forma remota (online) diante das exigências de distanciamento social e quarentena, estabelecidas no período da pesquisa. Para a escolha de cada respondente foram levantadas informações – a partir da Plataforma Lattes CNPq – as quais direcionaram para pesquisadores com notória e comprovada experiência profissional e vivência pessoal no desenvolvimento de pesquisas e de projetos técnicos na área de Turismo. Tratam-se de pesquisadores das seguintes instituições de ensino superior: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal do Paraná (UFPR), Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade Estadual do Ceará (UECE), Instituto Federal da Bahia (IFB), Universidade Federal Fluminense (UFF), Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo (FATEC), Universidade do Estado do Amazonas (UEA), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Paulista (UNIP), Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal do Piauí (UFPI), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Federal do Pará (UFPA) e Universidade de Brasília (UnB).

(d) Sistematização e análise crítica dos dados obtidos.

### **Conceitos Fundamentais**

Compreender o processo de formulação de uma política pública exige atenção quanto a quatro elementos de análise: contexto sociopolítico e ideológico; alvo de direcionamento; mecanismos utilizados para sua criação; e base teórica de concepção.

Entendidas como ações (ou inações) de intervenção do governo (Dye & Dye, 1992), as políticas públicas refletem, em primeiro lugar, o contexto ideológico e sociopolítico vigente no momento de formulação de suas propostas. Isso significa que sua concepção e a escolha deliberada entre alternativas (Hall & Jenkins, 2004) se darão permeadas por valores, estruturas institucionais e poderes conferidos, além de atributos culturais, econômicos e sociais da sociedade (Hall & Jenkins, 1995; Hogwood & Gunn, 1984).

Outro importante elemento de análise corresponde ao alvo de direcionamento das reais contribuições da política. Para que a proposta da política seja considerada verdadeiramente “pública”, há que garantir direitos de cidadania, atendimento às demandas de setores marginalizados e vulneráveis da sociedade (Teixeira, 2002), e abertura de espaços democráticos de diálogo e de avaliação criteriosa, por parte da sociedade, quanto ao conteúdo que versarão as linhas centrais de intervenção. Somente desta forma será possível reproduzir, com coerência, as reais expectativas do público a que se destina. Do

contrário, se configurarão apenas como políticas “governamentais” (Bursztyn & Bursztyn, 2012).

Nota-se, portanto, o quão imprescindíveis são os mecanismos definidos para estruturação da proposta de intervenção de uma política pública. A garantia de legitimação da participação dos diversos segmentos da sociedade nos processos decisórios é imprescindível. Para tanto, fazem-se necessárias ações de mobilização popular, de conscientização sociopolítica, e de estímulo ao diálogo coletivo, vislumbrando oportunidades de democratização do “acesso” (pelo usufruto dos bens) e, principalmente, da “gestão” (pela tomada de decisão coletiva quanto à distribuição dos bens) (Gastal & Moesch, 2007).

Enfim, o quarto elemento: a base teórica de sustentação da política pública. Este aspecto pode ser tratado como a peça-chave, capaz de desenvolver uma melhor compreensão sobre a complexidade que fundamenta a problemática do objeto (foco do processo de intervenção), garantindo uma melhor leitura do território e das alternativas disponíveis. Da mesma forma, a ausência de uma base teórica sólida, ou mesmo pautada em fundamentações estereotipadas e enviesadas por interesses próprios de uma classe dominante, pode acarretar políticas equivocadas e resultados insatisfatórios, ou até prejuízos irreversíveis para o espaço territorial.

Diante disso, compreender o turismo em sua complexidade é um exercício fundamental no processo de estruturação de uma política pública. Para tanto, há que quebrar, de uma vez por todas, com o histórico reducionismo epistemológico que o classifica como uma atividade econômica, trivial, compartimentalizada e linear (Moesch, 2004). Tratar o turismo sob esta ótica fossilizada é não reconhecer a sua base holística, pautada na multidimensionalidade, multissetorialidade, interdisciplinaridade e transversalidade (Beni, 2020), que compõem a dinâmica de um fenômeno complexo e sistêmico (Beni, 2003; Molina, 1998).

A precípua ressignificação dos propósitos do turismo para além do âmbito econômico se mostra impreterível diante da evidência de severos distúrbios e de ameaças no mundo contemporâneo. A crise climática global (El País, 2021), o descontrolado avanço da pandemia da COVID-19 e da descoberta de novas variantes como a Ômicron (CNN BRASIL, 2021a), os múltiplos reflexos sociais (desigualdade e exclusão), ambientais (devastação e poluição), culturais (desenraizamento e desvalorização da identidade), econômicos (desemprego e informalidade), territoriais (marginalização e gentrificação) e políticos (repressão da participação popular) desastrosos de uma ordinária prática turística não planejada, irresponsável e saturada – *overtourism* (Cheung & Li, 2019; Seraphin et al., 2018) são só alguns exemplos.

Mas quais seriam os reais propósitos em se promover políticas públicas de desenvolvimento do turismo num território, frente ao quadro atual de múltiplas adversidades globais? A verdade é que, não apenas no Brasil, a formulação de políticas públicas carece substancialmente de uma base de reflexão ética que permita definir, de forma crítica e reflexiva, finalidades que direcionem tais intervenções para um futuro de bem-estar coletivo e sustentável (Tasso et al., 2020).

A ética (*ethos*), como campo de estudo da filosofia dedicado à reflexão sobre valores morais, busca analisar criticamente o comportamento humano e a adoção de condutas – antes, durante e depois –, por indivíduos evoluídos, a partir do dimensionamento das consequências de seus atos primários (Boff, 2003). Trata-se de um saber normativo (Cortina et al., 1996) o qual apresenta pressupostos alicerçadores – como caráter, coerência, valores e prudência (*phrónesis*) – voltados à orientação das decisões humanas, para que essas não acarretem prejuízos aos congêneres (Boff, 2003).

A modernidade edificou códigos de ética e leis morais pautados por padrões determinados, definidos apenas por detentores de uma “especialização ética”. A partir daí, criou a ilusão de uma universalidade de normas (doutrinas ideológicas) as quais afastaram dos indivíduos a competência moral e a confiança no próprio julgamento (Bauman, 1998; Bauman, 2011). Em contrapartida, na contemporaneidade, surge uma nova arquitetura ética – a “ética pós-moderna” – na qual abandonam-se padrões e um sistema de normas, e desenvolve-se nos sujeitos o senso não-heterônomo de responsabilidade a partir do exercício da capacidade dos indivíduos em tomarem as suas próprias decisões (Bauman, 2013). Afinal, não é possível que exista responsabilidade sem alteridade.

Numa ordem *teleológica*, pautada sob a base de reflexão aristotélica, a ética sustenta o entendimento de que toda ação e toda racionalidade prática humana são orientadas para uma finalidade, um propósito maior e supremo (*summumbonum*) que supere a ambição pelo acúmulo de riqueza. Trata-se do princípio da *eudaimonia*, em que o alcance da plenitude do ser só se dará pela conquista da felicidade (Aristóteles, 1991).

Atingir tal finalidade suprema só é possível ao homem, por ser ele dotado de sensibilidade, de vontade e de razão que lhe permite agir (Schio, 2009). Todavia, não há como o sujeito alcançar a felicidade no isolamento, ou mesmo na tirania, pois a conquista do “bem supremo” pressupõe uma conciliação entre o bem individual com o bem coletivo (Novaes, 2002). Ou seja, é necessário que o homem se desprenda de paixões egoísticas e pessoais impostas pela razão, em favor do equilíbrio da totalidade social (Platão, 2012), entendendo que o alcance da felicidade individual está indissociável do contexto coletivo (*pólis*), e, por isso, primando pela prudência em suas decisões, como um esforço de auto-preservação (*conatus*) e vontade de perseverar na existência (Spinoza, 2009).

Portanto, se no caminho da ética se toma como princípio fundamental a adoção de condutas que, antes de tudo, busquem o bem comum, deve-se ter claro que a essa noção perpassa por bases genealógicas de pensamento: antiguidade clássica grega (Aristóteles e Platão) e romana (Cícero); filosofia cristã da Idade Média (Santo Agostinho e Santo Tomás de Aquino); pensamento político moderno (Maquiavel e Rousseau) (Cristóvam, 2019).

Dentre os múltiplos entendimentos, o bem comum – seguindo a filosofia platônica – pressupõe o bem máximo de cada indivíduo, apropriadamente integrado com o bem máximo, possível e real, de todos os outros. No contexto político, como um fundamento metafísico que nasce da necessidade de cada ser humano por bens que não pode, por si só, adquirir (Pereira, 2011). Todavia, há que compreender que o “máximo bem” dos sujeitos só poderá ser atingido por meio de um “[...] efeito não da perseguição, através do esforço

pessoal e do antagonismo, do próprio bem por parte de cada um, mas da contribuição que cada um juntamente com os demais dá solidariamente ao bem comum” (Bobbio, 2007, p. 24-25).

Historicamente, pelas raízes do pensamento filosófico, a ideia de bem comum está vinculada ao horizonte de participação popular nas tomadas de decisão concernentes aos temas de interesse público, diferentemente da dimensão estatal autoritária e monopolista em que se construiu o Estado moderno (Cristóvam, 2019). Por décadas, o bem comum também se tornou objeto de reflexão crítica, com base em estudos que apontaram para: tragédias decorrentes do uso indiscriminado de recursos comuns finitos, pela adoção da racionalidade individual (Hardin, 1968); a capacidade de estruturação de um sistema de governança do bem comum, policêntrico e auto-organizado, a partir de arranjos institucionais coletivos (Ostrom, 1990); possibilidades criativas de utilização dos poderes do trabalho coletivo para o bem comum (Harvey, 2011).

Pensando nas inúmeras mazelas provocadas pelo cenário de catástrofe global da pandemia da COVID-19, há que incitar um amplo debate crítico sobre o processo de formulação de políticas públicas de retomada do turismo no Brasil. Primar por instrumentos de intervenção que considerem não apenas a intensificação do progresso econômico, mas, principalmente, a complexidade do fenômeno turístico, a participação efetiva de grupos marginalizados e, sobretudo, a responsabilidade quanto aos limites ecossistêmicos, é parte vital de um processo de desenvolvimento pautado em um compromisso ético com a segurança pública, com o bem comum e com a sustentabilidade.

### **Propósitos em se Fomentar o Turismo: a base primária de reflexão**

Há três questões<sup>1</sup> precípuas que deveriam perpassar por qualquer processo de formulação de políticas públicas no campo do turismo: (a) fomentar o turismo como? (b) fomentar o turismo para quem? (c) fomentar o turismo para quê? (Tasso et al., 2020).

A primeira questão sugere, certamente, que se evoquem a eficiência, a inovação, a responsabilidade, o respeito, a prudência e a valorização consciente, como princípios fundamentais no desenvolvimento do turismo em um território. A segunda pergunta reforça a necessidade de atenção a todos aqueles envolvidos e/ou atingidos, direta ou indiretamente, pelo turismo, em especial grupos marginalizados, excluídos e vulneráveis. Por sua vez, a terceira questão é, seguramente, aquela que concentra a base central de reflexão na formulação de uma política pública em turismo. Ela estimula a incorporação do pressuposto ético ao abrir um espaço de debate sobre as reais finalidades em se fomentar o turismo num território, despertando o olhar crítico sobre a relevância do bem comum e da sustentabilidade, e advertindo propósitos reduzidos ao progresso econômico. Mas, então, quais seriam os reais propósitos?

De acordo com as entrevistas realizadas, foi possível reconhecer um claro alinhamento discursivo por parte de notória maioria dos respondentes. As narrativas apresentadas direcionaram para “**a busca pelo bem comum**” e/ou para “**o desenvolvimento humano e sustentável**”. Evidentemente, tais propósitos abarcavam, nos discursos, ramificações

de finalidades múltiplas, de ordem ambiental, cultural, social, político-institucional, econômica e espacial, as quais podem ser analisadas na Tabela 1, a seguir.

**Tabela 1**

*Ramificações dos Propósitos Apresentados pelos Entrevistados*

<b>Ramificação</b>	<b>Propósitos</b>
Ambiental	- Respeito à dinâmica dos ecossistemas e o equilíbrio em sua utilização, como forma de garantir práticas (extrativistas) de subsistência; - Proteção de ambientes naturais e sensíveis à presença humana; - Preservação das águas; - Conservação do patrimônio paisagístico e da biodiversidade; - Manutenção dos serviços ecossistêmicos para as gerações atuais e futuras; - Inovações que minimizem danos e que beneficiem a sustentabilidade ambiental; - Promoção da educação ambiental junto a ambientes naturais.
Político-Institucional	- Ampliação de espaços de diálogo (conselhos locais e redes de colaboração) que viabilizem a participação efetiva e democrática das populações locais nas tomadas de decisão sobre o Turismo; - Responsabilidade na elaboração de políticas verdadeiramente públicas, que prevejam práticas de lazer e de cultura para os moradores, que voltem a atenção à redução de desigualdades sociais e econômicas.

<b>Ramificação</b>	<b>Propósitos</b>
Cultural	<p>- Ações de valorização e de conservação do patrimônio biocultural das comunidades locais, do seu <i>modus vivendi</i> e de suas práticas telúricas; - Contenção de uma prática turística que artificialize, desvirtue e descaracterize a originalidade e a espontaneidade cultural, sua história, seus ritos e crenças, suas manifestações e a sua diversidade; - Fortalecimento da identidade, da autoconfiança/autoestima e do orgulho de um povo; - Propagação da valorização da cultura, da identidade e da memória, fortalecendo o conhecimento sobre a história, a geografia, as artes e manifestações, a religiosidade, os saberes tradicionais, a gastronomia e o patrimônio em sentido amplo; - Oferta de bem-estar e de práticas lúdicas de lazer aos visitantes, por meio de oportunidades de vivência e de compartilhamento da riqueza do patrimônio histórico-cultural (material e imaterial) e de contemplação do meio ambiente protegido; - Integração sociocultural entre residentes e visitantes, por meio de um processo pacificador e efetivo de acolhimento, voltado à construção e troca (comunicacionais e culturais) de experiências, do reconhecimento do outro, e da formação humana e melhoria da qualidade de vida de todos. Uma forma de promover o entendimento entre os povos, no encontro de culturas, estabelecendo relações socioafetivas para, e com, as comunidades locais e os turistas.</p>
Espacial	<p>- Democratização do uso dos territórios; - Ordenamento e planejamento espacial (visando a mitigação de conflitos); - Compreensão e responsabilidade de se tratar o destino não apenas como um espaço de lazer para visitantes, como também de trabalho e de moradia para a comunidade anfitriã que, da mesma forma, deve ser incluída no processo de otimização de espaços públicos; - Ações de mediação de interesses diversos e, por vezes, conflituosos, de turistas, empresários e residentes (envolvidos ou não com o setor turístico).</p>

<b>Ramificação</b>	<b>Propósitos</b>
Social	- Ampliação do bem-estar e melhoria da qualidade de vida (psicossociológica e material) das comunidades; - Otimização de talentos; - Fortalecimento da autoestima e do enraizamento quanto a práticas tradicionais; - Criação de práticas de lazer (usufruto do ócio) e de cultura para comunidades marginalizadas; - Fomento às ações de educação e de capacitação da população local; - Melhoria dos indicadores sociais (nível de escolaridade), que promovam o desenvolvimento e a autonomia da população, despertando vocações e conhecimento frente ao processo de desenvolvimento do setor.
Econômica	- Abertura de oportunidades de acesso ao emprego formal e a trabalhos dignos; - Ampliação e distribuição equitativa da renda advinda do Turismo; - Incentivo às atividades econômicas e produtivas locais (artesanais, familiares, de base comunitária); - Estabelecimento de relações comerciais justas e solidárias; - Fortalecimento de relações trabalhistas que prezam pela saúde dos trabalhadores e por melhores condições de trabalho; - Estruturação na oferta de serviços, profissionalizando conceitos de excelência em hospitalidade e bem-receber. - Incentivo ao desenvolvimento econômico do setor produtivo local (empresários), pautado na eficiência, na responsabilidade e na sustentabilidade.

Todas as ramificações de finalidades supracitadas, englobadas nos propósitos de busca pelo bem comum e pelo desenvolvimento humano e sustentável, tendem a ressignificar objetivos obsoletos e historicamente fixados nos Planos Nacionais de Turismo do Brasil, direcionados ao cumprimento de metas, de âmbito exclusivamente econômico, resumidas à ampliação dos fluxos de turistas (brasileiros e estrangeiros), ao aumento das receitas geradas, e crescimento no número de empregos (MTur, 2019). Segundo um dos entrevistados, este modelo vigente pode ser caracterizado pela:

[...] exploração profundamente econômica, tecnicista, em que o sujeito em si é pouco considerado. Se considera quanto tempo ele vai ficar no lugar, quanto ele vai gastar no local, o que ele vai consumir: então, são mercadorias. (Entrevistado)

É digno de nota que um número reduzido de respondentes (02) fortaleceu a narrativa de que a real finalidade em se desenvolver o turismo num território deva, sim, estar centralizada (ou mesmo restringida) ao progresso econômico e ao lucro, principalmente para o setor produtivo, com geração de emprego e renda e lazer de qualidade para todos.

Segundo eles, a sustentabilidade e o bem comum não deve integrar o escopo de uma política pública de turismo:

Quanto ao propósito de sustentabilidade e bem comum, funcionam como jargão. Como falar de sustentabilidade do Turismo se é uma atividade econômica capitalista e, nesse modo de produzir, tudo é vulnerável? Se a sociedade brasileira, no nível econômico, não é sustentável, por que o Turismo haveria de ser? Sustentabilidade é um conceito também questionável. Bem comum é uma ideia aplicável apenas no nível metafísico. (Entrevistado)

### **Estratégias Governamentais Adotadas: mitigação dos efeitos e retomada do turismo (e suas repercussões)**

Definir uma estratégia política pressupõe atenção, antes de tudo, às possíveis externalidades que possam ser acarretadas pela sua intervenção no meio público.

Externalidades podem ser entendidas como consequências sistêmicas, positivas ou negativas, resultantes de ações de entes primários, e sentidas (financeiramente) por terceiros que não consentiram plenamente (ou que foram incapazes de uma ação contrária) à decisão que levou ao evento em questão (Cornes & Sandler, 2003; Meade, 1979). Por se tratar de um fenômeno sistêmico, o turismo se apresenta como um objeto de intervenção de notória complexidade, o que demanda do poder público prudência absoluta frente a qualquer ação-decisão. Principalmente, no que diz respeito à definição sobre quais os reais propósitos em se fomentar o turismo num território, os quais nortearão as estratégias a serem adotadas.

A seguir, na Tabela 2, apresenta-se uma síntese sobre as principais estratégias empregadas pelo atual governo brasileiro, frente à proposta de desenvolvimento do turismo, de mitigação aos efeitos negativos da pandemia e de retomada imediata do setor.

**Tabela 2**

*Estratégias Governamentais Adotadas*

<b>Estratégias</b>	<b>Breve Descrição</b>
Decreto n° 9.731 (2019)	Estímulo ao aumento do fluxo turístico internacional por meio de isenção de vistos (antes obrigatórios) para cidadãos do Canadá, Japão, Austrália e Estados Unidos. Tal medida – estabelecida sem condicionante de reciprocidade – foi estendida para China, Qatar e Índia, gerando surpresa e preocupação com a segurança nacional por diplomatas (Folha de S. Paulo, 2019a; Portal G1, 2019b).

Estratégias	Breve Descrição
Campanhas Promocionais (2019 e 2020)	Lançamento oficial de três campanhas promocionais pela Agência Brasileira de Promoção do Turismo (Embratur): “Brazil: visit and Love us” e “The King of Rolê”, em 2019 e, já no período de pandemia, “Brazil You Want It! We Got It!”, em 2020 (Embratur, 2019b; 2019c).
Proposta de flexibilização no uso de área protegida (2019)	Proposta de revogação do decreto de demarcação e encerramento das restrições de prática de pesca, edificações, ancoragem de barcos e de visitação à Baía de Ilha Grande-RJ (Estação Ecológica de Tamoios) – patrimônio natural e cultural da humanidade pela Unesco – com vistas à ampliação do fluxo turístico na região Território abriga espécies ameaçadas de extinção (Folha de S. Paulo, 2019b).
Medida Provisória (MP) n° 936 (2020)	Criação do “Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda” (Brasil, 2020a), com a previsão de: pagamento de seguro-desemprego (benefício emergencial); acordos individuais entre empregadores e empregados, como a flexibilização de salários, visando evitar demissões; suspensão temporária (02 meses) de contratos de trabalho.
Campanha de Sensibilização (2020)	Lançamento de peça publicitária (campanha) “Não cancele, remarque”, como forma de sensibilização de turistas para adotarem a opção de remarcação (à de cancelamento) de pacotes e de viagens, considerando o período de pandemia (MTur, 2020a).
Medida Provisória (MP) n° 948 (2020)	Estabelecimento de um prazo de 12 meses para empresas e prestadores de serviços turísticos e de entretenimento efetivarem reembolsos – com correção monetária - de valores pagos pelos consumidores (Brasil, 2020b).

<b>Estratégias</b>	<b>Breve Descrição</b>
Medida Provisória (MP) n° 963 (2020)	Abertura extraordinária de linhas de crédito atrativas – juros anuais reduzidos de 7 para 5% e prazo de carência estendido de 06 para 12 meses –direcionadas a prestadores de serviços turísticos cadastrados no Cadastur. Total de R\$5 bilhões pelo Fundo Geral do Turismo (FUNGETUR) (Brasil, 2020c).
Selo de Certificação (2020)	Criação do Selo “ <i>Turismo Responsável: Limpo e Seguro</i> ”, como forma de certificar estabelecimentos do setor de Turismo que adotem boas práticas de biossegurança e que sigam protocolos e recomendações estabelecidas pelos Ministérios da Saúde e do Turismo, e pela Anvisa (MTur, 2020b).
Aliança Nacional (2020)	Ato normativo que, por meio de uma aliança nacional – intitulada “ <i>Retomada do Turismo</i> ” – entre representações do poder público, terceiro setor, Sistema “S” e iniciativa privada, estabeleceu quatro eixos de atuação: preservação de empresas e empregos no setor de turismo; melhoria da estrutura e qualificação de destinos; implantação de protocolos de biossegurança; e promoção e incentivo às viagens (MTur, 2021).
Campanha Promocional (2020)	Lançamento da Campanha “ <i>Viaje com responsabilidade. Redescubra o Brasil</i> ”, com vistas à recuperação econômica e mitigação dos prejuízos ao setor (MTur, 2021).

Estratégias	Breve Descrição
Rejeição ao Passaporte Vacinal (2021)	Rejeição, por parte do Poder Executivo Brasileiro, da proposta de obrigatoriedade de apresentação de passaporte vacinal para turistas que desejam entrar no país. Até o início de dezembro de 2021, o Brasil adotou a posição de exigência de apenas o cumprimento de quarentena de cinco dias, distinguindo-se de vários outros destinos, como Holanda, Bélgica, Espanha, Alemanha, França e EUA, que exigem comprovação do ciclo vacinal completo (VEJA, 2021). Contudo, levando em consideração o avanço da nova variante Ômicron e do risco iminente com a proximidade das festas de fim de ano e do Carnaval, o Superior Tribunal Federal (STF) determinou pela obrigatoriedade de apresentação de tal documento a partir de 15 de dezembro de 2021 (Viagem e Turismo, 2022).
Afrouxamento das regras de controle (2022)	Com o intuito de retomada das atividades de cruzeiros marítimos, foi declarado pelo Ministro do Turismo o interesse em adotar medidas mais brandas nas regras de controle da variante Ômicron: “É preciso adequar [as medidas] com a Ômicron, porque ela não está gerando pressão nos hospitais” (Carta Expressa, 2022).

Observa-se, a partir das estratégias supracitadas, que os esforços governamentais estiveram alicerçados em propósitos voltados, estritamente, à mitigação da asfixia econômica, por meio de iniciativas de estímulo ao retorno iminente das atividades do setor (principalmente por campanhas publicitárias, isenção de vistos, selo de certificação, não exigência de comprovação vacinal de turistas e afrouxamento de regras de controle), e de salvaguarda de empresas turísticas e de empregos (por medidas provisórias). O pressuposto ético, fundamental a ser incorporado às políticas públicas nacionais, pautado na finalidade de busca pelo bem comum ou por um desenvolvimento humano e sustentável, parece ter dado lugar ao propósito imediatista de retomada do progresso econômico a qualquer custo. As políticas públicas de turismo brasileiras vêm secundarizando

medidas voltadas à sustentabilidade – como a prudência com os recursos ecossistêmicos, a segurança sanitária de grupos vulneráveis, a participação ativa da população nos processos decisórios etc. – em razão da pressão de grupos do setor produtivo e da bandeira de salvação representada pelo incremento do dinamismo econômico.

Em seguida, nas Tabelas 3 e 4, algumas repercussões locais identificadas nacionalmente, contrárias e favoráveis à retomada imediata do turismo, respectivamente.

### Tabela 3

#### *Repercussões Contrárias à Retomada Imediata do Turismo*

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Fórum dos Secretários e Dirigentes Estaduais do Turismo (Fornatur)	Manifestação do Fornatur, por carta aberta à Presidência da República, em que expressa discordância ao pronunciamento emitido pelo Presidente, quando o mesmo pregou a volta à normalidade no país (apesar do momento nefasto da pandemia do Coronavírus). No texto da carta: <i>“Apesar dos incontáveis prejuízos, as pessoas que fazem o turismo entendem que, neste momento, o mais importante é preservar a saúde de todos”</i> (Governo do Estado da Bahia, 2020).
Moradores do Município de Santana do Riacho - MG	Protesto realizado por moradores, solicitando a revogação do Decreto Municipal que autorizava a reabertura de estabelecimentos não essenciais (bares, pousadas e restaurantes) da região da Serra do Cipó (O Tempo, 2020).
Prefeitura Municipal de Poços de Caldas - MG	Proibição de acesso ao município por turistas, a partir da instalação de barreiras sanitárias nas entradas da localidade. (Portal G1, 2021b).

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Coordenação Estadual das Comunidades Quilombolas do Tocantins (Coeqto) – TO e Conselho Municipal de Turismo	Manifestação da Coeqto e das associações das comunidades quilombolas do Jalapão contra a reabertura do Turismo no Jalapão, por meio de nota de repúdio, pedindo intervenção do Ministério Público Federal e da Defensoria Pública. O Conselho Municipal de Turismo se posicionou afirmando ainda não ser o momento de reabertura do Turismo na região, com base no aumento dos casos de infecção no Tocantins (Gazeta do Cerrado, 2020).
Comunidade Quilombola Kalunga de Cavalcante – GO	Proibição de acesso de visitantes ao território, por meio de porteiros fechadas e faixas informativas sobre a suspensão das atividades. <i>“Nós precisamos dos visitantes e pesquisadores para manter nossa história. Esperamos que esta pandemia cesse. Até lá, pedimos que respeitem a nossa quarentena. Não temos nada contra visitaçã, mas, no momento, estamos em isolamento”</i> (Moradora) (Correio Braziliense, 2020).

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Comunidade Local de Cavalcante e de Alto Paraíso de Goiás - GO	Reclamações e denúncias, por moradores e empresários, a partir de postagens nas redes sociais, sobre o descaso dos visitantes com o momento de pandemia, e posicionando-se contrários ao retorno do Turismo na região. <i>“Na minha opinião, não é o momento para a reabertura dos atrativos, e muito menos dos meios de hospedagem. Aqui, em Cavalcante, não temos estrutura hospitalar para atender à população em casos graves da COVID-19. Sem contar que temos o maior quilombo do Brasil, que é vulnerável e sem estrutura, composto em maioria por idosos e crianças”</i> (Moradora). (Correio Braziliense, 2020);
Prefeitura Municipal de São Sebastião - SP	<i>“Ninguém usa máscara. Isso é um absurdo. É muita falta de empatia com o próximo. Em meio à pandemia, moradores do bairro Novo Horizonte estão ficando sem água o dia praticamente todo. É um absurdo”</i> (Empresária) (Metrópoles, 2020). Obrigatoriedade de realização de testes de COVID-19 a todos os passageiros de veículos com placas de outros municípios, por meio da criação de uma barreira sanitária na divisa com o município de Bertiooga-SP(Yahoo! Notícias, 2021).
Comunidade Local de Ubatuba - SP	Barricada de pneus queimados na Rodovia Oswaldo Cruz, criada por mais de 250 moradores locais, com o objetivo de impedir o acesso ao município por visitantes (Blog Ricardo Antunes, 2021).
Comunidade Local de São Sebastião - SP	Manifestações representativas: (a) pessoa fantasiada de Morte, na Rodovia Rio-Santos, desejando “boas-vindas” aos visitantes; (b) surfista fantasiado de Morte, na praia de Maresias (Leiaja Nacional, 2020; Yahoo! Notícias, 2021).

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Governo do Estado do Rio de Janeiro - RJ	Decreto publicado apresentando medidas restritivas para todo o Estado, com a intenção de evitar que turistas da capital viajassem para o interior durante o feriado prolongado (Portal Giro, 2021).
Municípios do litoral do Paraná – PR	Instalação de barreiras sanitárias impedindo o acesso de turistas aos municípios e restringindo a chegada de moradores de Curitiba, com o objetivo de conter o avanço no número de casos de infecção na região (Portal G1, 2021a).
Prefeitura Municipal de Magé – RJ	Barreiras sanitárias instaladas pela Secretaria Municipal de Proteção e Defesa Civil, impedindo que mais de 30 ônibus e vans de turismo tivessem acesso às cachoeiras locais (O Dia, 2021).

A resistência e o temor comunitário quanto ao retorno do turismo com o fim da pandemia pela COVID-19 foram evidentes pelas manifestações populares: barricada de pneus queimados; notas de repúdio quanto à retomada do turismo; denúncia de descumprimento dos protocolos de biossegurança e de desrespeito ao período de isolamento das comunidades tradicionais; simbologia da “morte” por indivíduos fantasiados. Medidas cautelares para conter o avanço da pandemia em regiões turísticas e, por consequência, minimizar o sentimento de insegurança dos residentes, precisaram ser adotadas por Prefeituras e demais Órgãos Municipais: barreiras sanitárias e outras deliberações restritivas.

#### **Tabela 4**

##### *Repercussões Favoráveis à Retomada Imediata do Turismo*

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Representantes do Setor de Turismo de Arraijal do Cabo - RJ	Protesto realizado em frente à Prefeitura Municipal, por profissionais locais da área de Turismo, em favor da reabertura das atividades do setor (Folha dos Lagos, 2020).

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Empresários e Trabalhadores do Setor de Turismo de Jijoca de Jericoacoara - CE	Manifestação realizada por grupos de empresários e de trabalhadores do Turismo contra o decreto municipal que suspendia a realização de passeios turísticos (buggies e guias), não permitia a circulação em áreas públicas (praias e lagoas) e interrompia o comércio local (Diário do Nordeste, 2021).
Trabalhadores do Setor de Turismo de Pirenópolis - GO	Protesto organizado por trabalhadores e empresários de Pirenópolis, com o intuito de pressionar a Prefeitura Municipal para reabertura do Turismo na localidade (Agita Pirenópolis, 2020).
Moradores e Representantes do Setor de Turismo de Angra dos Reis - RJ	Manifestação de moradores, empresários e funcionários do setor, com cartazes e fogos de artifício, contra decretos municipais que estabeleciam que o turismo náutico e o transporte empresarial de passageiros poderiam atuar somente com 30% de sua capacidade, e os horários de funcionamento de estabelecimentos turísticos (Foco Regional, 2021; O São Gonçalo, 2020).
Representantes do Setor de Turismo de Recife - PE	Protesto capitaneado por representantes dos setores de alimentação, transporte, parques temáticos e ambulantes, que reivindicavam a reabertura de praias e a suspensão do pagamento de taxas durante o período pandêmico (JC, 2021).
Trabalhadores de Armação de Búzios - RJ	Manifestação popular contra a decisão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, que determinou a adoção do <i>lockdown</i> e obrigação de retirada de turistas da cidade. Participaram cerca de 500 trabalhadores de diferentes setores da economia (Diário do Rio, 2020).

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Trabalhadores do Setor de Eventos e de Turismo de Gramado, Canela e Nova Petrópolis - RS	Realização de protestos contra o Governo Estadual, com faixas de “ <i>O Turismo não é o vilão</i> ” e clamor por intervenção militar. As principais queixas do setor produtivo local foram direcionadas à manutenção da não reabertura das atividades tidas como não essenciais (como o Turismo) entre 20h e 05h (Portal Martinbehrend, 2021).
Trabalhadores de Agências de Turismo de Divinópolis – MG	Manifestações de trabalhadores locais (cerca de 30 pessoas) reivindicando a reabertura do setor (Portal G1, 2020a).
Representantes do Setor de Turismo de Bento Gonçalves – RS, e de cidades gaúchas	Instalação de painéis, faixas e cartazes, na entrada da cidade, com o slogan “ <i>O Turismo não é o vilão</i> ”, como forma de protesto às restrições impostas pelo decreto de Distanciamento Controlado do Governo do RS, e de pressão do Governo Estadual para a retomada do setor e a adoção de medidas mais brandas (Seminário, 2021).
Representantes do Setor de Turismo de Luís Correa - PI	Mobilização e manifestação como forma de protesto a favor da retomada responsável das atividades turísticas no município. Participaram proprietários de bares, restaurantes, meios de hospedagem, dentre outros profissionais do setor (Programas MN, 2020).
Representantes do Setor de Turismo e Fretamento de Ônibus de municípios catarinenses - SC	Manifestações, por meio de sinalizações com frases nos veículos, buscando pressionar o Governo do Estado para a retomada imediata do Turismo na região (Alexandrejose.com, 2020).
Rio Convention & Visitors Bureau (C&VB) - RJ	Lançamento de campanha promocional, voltada ao estímulo de retomada do fluxo de visitantes, retratando os principais atrativos da capital fluminense, por meio de mais de 1,7 mil imagens, mapa/guia turístico e <i>showcase</i> , e dois vídeos (Panrotas, 2021).

<b>Representantes das Repercussões</b>	<b>Breve Descrição</b>
Turistas em São Sebastião - SP	Destruição de barreiras de contenção ao acesso às praias por veranistas e turistas, caracterizado como crime de dano ao Patrimônio Público (CNN Brasil, 2021b).

Por outro lado, o clamor de trabalhadores do turismo – e, em alguns casos, da comunidade local como um todo – pelo retorno à dita normalidade do setor se enalteceu, frente à notória ampliação nas taxas de desemprego e encerramento de atividades de empresas (dentre hotéis, restaurantes, agências de turismo, bares, etc.) atropeladas pela pandemia. Manifestações diversas puderam ser identificadas em destinos turísticos, representadas por protestos – passeatas e carreatas, cartazes/faixas e painéis – a favor da retomada imediata das atividades ou, pelo menos, da adoção de medidas mais moderadas pelos gestores públicos locais e estaduais. Somaram-se aos protestos, o lançamento de campanhas promocionais de destinos e condutas transgressoras de veranistas e turistas descontentes com as restrições de visitação e de lazer impostas.

### **Considerações Finais**

Apontar para a necessidade de se repensar o modelo de desenvolvimento turístico vigente – tradicionalmente insustentável e irresponsável – parece se configurar como uma afronta aos anseios e aos clamores sociais por ações imediatistas de mitigação do desemprego, da pobreza e da falência das empresas. Será mesmo?

A base de sustentação econômica, que caracteriza as propostas políticas de retomada emergente dos fluxos e de todas as atividades ligadas ao setor de turismo no Brasil, mantém-se sobressaindo a qualquer outro propósito. Por mais que a grande maioria dos pesquisadores entrevistados tenha apontado a busca pelo “bem comum” e pelo “desenvolvimento humano e sustentável” como finalidades éticas primordiais de estímulo ao desenvolvimento do turismo num território, as estratégias de intervenção adotadas pelo governo brasileiro permanecem alicerçadas no pragmatismo retórico e histórico fundamentado no progresso econômico.

Dessa forma, abrem-se lacunas éticas críticas nas propostas governamentais, por não considerarem aspectos como: melhoria nas condições de trabalho e emprego e garantia de fiscalização e cumprimento dos direitos trabalhistas; distribuição equilibrada e coerente das receitas geradas, entre grandes investidores (externos) e a comunidade residente (com foco em grupos marginalizados e vulneráveis); prudência e proteção do patrimônio natural, pela criação de indicadores para monitoramento socioambiental, com foco no usufruto responsável por moradores (incentivo ao lazer) e turistas; combate à precariedade na infraestrutura básica de destinos (saneamento, transporte e saúde); incentivo à qualificação profissional local, ao turismo de base comunitária e ao empreendedorismo solidário e autogestionado (cooperativismo); realização de estudos de impactos resultantes da ampliação desordenada dos fluxos turísticos; desenvolvimento de novas tecnologias da informação e de promoção da sustentabilidade; estímulo à descentralização dos fluxos

(impedindo a saturação e suas intempéries), fortalecendo novos atrativos e expandindo o desenvolvimento para outros territórios; valorização do patrimônio cultural (material e imaterial) por meio de estratégias de conservação da pluriculturalidade e do bem viver; melhoria dos indicadores sociais e implantação de projetos emancipatórios e humanitários de participação democrática das comunidades nas tomadas de decisão (governança) e de educação (empreendedora, formal e ambiental); adoção de medidas de sensibilização e de co-responsabilização de turistas em suas práticas de visitação.

Diagnosticar lacunas como estas, em pleno momento de pandemia, tem sido, justamente, a estratégia de alguns países com fluxos turísticos consolidados, como é o caso da Nova Zelândia. Por meio de restrições nas visitas, o destino vem adotando práticas de ressignificação do padrão de desenvolvimento do turismo, até então empregado, por reconhecer a pressão indevida do setor sobre os atrativos naturais e sobre as comunidades residentes: “*Não podemos voltar ao que existia antes do COVID-19*” – ressaltou Stuart Nash, Ministro do Turismo (UOL, 2021).

Da mesma forma, a “*Declaração do Porto sobre o Turismo e o Futuro das Cidades*” – documento assinado por 17 cidades europeias e empresas (como *Airbnb* e *Expedia*) durante o evento *Mayors Forum for Sustainable Urban Tourism*, promovido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), demonstra o exercício de nações em assegurar que as políticas de turismo estejam alinhadas à Agenda 2030, buscando tornar as cidades mais verdes, inclusivas, seguras, digitais, inteligentes, resilientes e sustentáveis (PORTO, 2021).

## Referências

- Agita Pirenópolis. (2020). Trabalhadores do Turismo marcam manifestação em Pirenópolis. Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.agitapirenopolis.com.br/manifestacao-em-pirenopolis-28479>
- Alexandrejose.com. (2020). *Setor de turismo fará manifestação nesta segunda-feira pedindo a retomada das atividades*. Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://alexandrejose.com/2020/06/setor-de-turismo-faramanifestacao-nesta-segunda-feira-pedindo-a-retomada-das-atividades>
- Aristóteles. (1991). *Ética a Nicômaco*. Livro I. São Paulo: Nova Cultural.
- Bauman, Z. (1998). *Modernidade e holocausto*. Introdução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2011). *A vida em fragmentos; sobre a ética pós-moderna*. Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2013). *Ética pós-moderna*. Trad. João Rezende Costa. 6ª reimp. São Paulo: Paulus.
- Beni, M.C. (2003). Como certificar o turismo sustentável? *Revista Turismo em Análise*, 14 (02), 5-16. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v14i2p5-16>

Beni, M.C. (2020). Saturação e Rejeição ao Turismo nas Destinações Turísticas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14 (2), 1-8. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1847>

Blog Ricardo Antunes. (2021). *Moradores de Ubatuba (SP) queimam pneus para impedir a entrada de turistas*. <https://ricardoantunes.com.br/moradores-deubatuba-sp-queimam-pneus-para-impedir-aentrada-de-turistas/>

Bobbio, N. (2007). *Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política*. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. 14. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Boff, L. (2003). *Ética y moral: La búsqueda de los fundamentos*. Bilbao: Editorial Sal Terrae.

Brasil. Presidência da República.(2020a). *MP 936*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv936.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv936.htm)

Brasil. Presidência da República. (2020b). *MP 948*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv948.htm)

Brasil. Presidência da República. (2020c). *MP 963*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv963.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv963.htm)

Bursztyn, M., & Bursztyn, M.A. (2012). *Fundamentos de política e gestão ambiental: Os caminhos do desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond.

Carta Expressa. (2022). *Ministro do Turismo quer afrouxar regras para retomar cruzeiros após surtos de Covid*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/ministro-do-turismo-quer-afrouxar-regras-para-retomar-cruzeiros-apos-surtos/>

Cheung, K.S., & Li, L.H. (2019). Understanding visitor–resident relations in overtourism: developing resilience for sustainable tourism. *JournalofSustainableTourism*, 01(20).

CNN Brasil. (2021a). *Ômicron se espalha mais rápido do que qualquer outra variante da Covid, diz OMS*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/omicron-se-espalha-mais-rapido-do-que-qualquer-outra-variante-da-covid-diz-oms/>

CNN Brasil. (2021b). *Turistas derrubam barreiras e desrespeitam medidas nas praias de São Sebastião*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/2021/03/28/turistas-derrubam-barreirasfisicas-e-desrespeitam-medidas-em-sao-sebastiao>

Correio Braziliense. (2020). *Turismo em Pirenópolis e na Chapada: aglomeração e invasão de comunidade quilombola*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://www.correio braziliense.com.br/cidades-df/2020/09/4873855-turismo-que-preocupa.html>

Cornes, R., & Sandler, T. (2003). *The theory of externalities, public goods, and club goods*. Cambridge: Cambridge University Press.

Cortina, A., Orts, A., & Navarro, E.M. (1996). *Ética*. Madrid: Ediciones Akal.

Cristóvam, J.S.S. (2019). Sobre a noção de bem comum no pensamento político ocidental: entre becos e encruzilhadas da dimensão ancestral do moderno conceito de interesse público. *Revista de Investigações Constitucionais*, Curitiba, 6(1), 107-134.

Diário do Nordeste. (2021). *Jericoacoara segue em lockdown após manifestação de empresários contra decreto estadual*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/regiao/jericoacoara-segue-em-lockdown-apos-manifestacao-de-empresarios-contradecreto-estadual-1.3062398>

Diário do Rio. (2020). *Trabalhadores de Búzios fazem manifestação contra decisão que impede entrada de turistas na cidade*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://diariodorio.com/trabalhadores-de-buzios-fazem-manifestacao-contradecisao-que-impede-entrada-de-turistas-na-cidade/>

Dye, T.R., & Dye, T.R. (1992). *Understanding public policy*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

El País. (2021). *ONU alerta que a crise climática se acelera após redução nos confinamentos da pandemia*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de <https://brasil.elpais.com/internacional/2021-09-16/onu-alerta-que-a-crise-climatica-se-acelera-apos-reducao-nos-confinamentos-da-pandemia.html>

Estadão. (2019). *Fernando de Noronha já tem turistas além da sua capacidade*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://sustentabilidade.estadao.com.br/noticias/geral,fernando-de-noronha-ja-tem-turistas-alem-da-sua-capacidade,70002923447>

Foco Regional. (2021). *Covid-19: Angra tem manifestação contra decreto*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://focoregional.com.br/Noticia/covid-19-angra-tem-manifestacao-contradecret>

Folha de S. Paulo. (2019a). *Isenção de visto para chineses e indianos surpreende diplomatas, que temem por segurança*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/10/isencao-de-visto-para-chineses-e-indianos-surpreende-diplomatas-que-temem-por-seguranca.shtml>

Folha de S. Paulo. (2019b). *Angra dos Reis rejeita ideia de criar uma 'Cancún brasileira'*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2019/08/angra-dos-reis-rejeita-ideia-de-criar-uma-cancun-brasileira.shtml>

Folha dos Lagos. (2020). *Profissionais do turismo de Arraial do Cabo fazem manifestação em frente à Prefeitura pela reabertura das atividades*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://www.folhadoslagos.com/geral/profissionais-do-turismo-de-arraial-do-cabo-fazem-manifestacao-em/14325/>

Gastal, S., & Moesch, M.M. (2007). *Turismo, políticas públicas e cidadania*. Aleph.

Gazeta do Cerrado. (2020). *Quilombolas divulgam nota de repúdio contra reabertura do turismo n Jalapão e pedem intervenção do MPF*. Recuperado em 12 fevereiro 2022

de <https://gazetadocerrado.com.br/quilombolas-divulgam-nota-de-repudio-contra-reabertura-do-turismo-no-jalapao-e-pedem-intervencao-do-mpf-noticias-do-tocantins/>

Gerhardt, T.E., & Silveira, D.T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Universidade Aberta do Brasil. Porto Alegre: Editora da UFRGS.

Gil, A.C. (2019). *Como elaborar Projetos de Pesquisa*. 6 ed. São Paulo: Atlas.

Goldenberg, M. (2004). *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. 8. ed. Rio de Janeiro: Record.

Governo do Estado da Bahia. (2020). *Secretários de turismo de todo o País manifestam-se contra pronunciamento em carta à Presidência da República*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <http://www.setur.ba.gov.br/2020/03/1660/Secretarios-de-turismo-de-todo-o-Pais-manifestam-se-contra-pronunciamento-em-carta-a-Presidencia-da-Republica.html>

Hall, C.M., & Jenkins, J.M. (1995). *Tourism and Public Policy*. Northwestern University: Routledge.

Hall, C.M., & Jenkins, J.M. (2004). Tourism, politics and public policy. In: Lew, A.A., Hall, C.M., Williams, A.M. (eds). *A companion to tourism*, Blackwell, Oxford, UK, 525-540.

Hardin, G. (1968). *The Tragedy of the Commons*. Science, 162, 1243 – 8.

Harvey, D. (2011). *The Future of the Commons*. Radical History Review, 109, 101-107.

Hogwood, B., & Gunn, L. (1984). *Policy Analysis for the Real World*. Oxford: Oxford University Press.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. (2021). *Desemprego fica estável em 14,2% no trimestre encerrado em janeiro*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencianoticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30390-desemprego-fica-estavel-em-14-2-no-trimestreencerrado-em-janeiro>

Instituto Brasileiro de Turismo [EMBRATUR]. (2019a). *Chegadas de voos internacionais ao Brasil crescem 7% em janeiro*. Recuperado em 01 fevereiro 2022 de [http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Chegadas\\_de\\_voos\\_internacionais\\_ao\\_Brasil\\_crescem\\_7\\_em\\_janeiro.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Chegadas_de_voos_internacionais_ao_Brasil_crescem_7_em_janeiro.html)

Instituto Brasileiro de Turismo [EMBRATUR]. (2019b). *Chegadas de voos internacionais ao Brasil crescem 7% em janeiro*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de [http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Chegadas\\_de\\_voos\\_internacionais\\_ao\\_Brasil\\_crescem\\_7\\_em\\_janeiro.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Chegadas_de_voos_internacionais_ao_Brasil_crescem_7_em_janeiro.html)

Instituto Brasileiro de Turismo [EMBRATUR]. (2019c). *Rei do Rolê é oficialmente lançado*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de [http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arqui-vos/Rei\\_do\\_Role\\_e\\_oficialmente\\_lancado.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/noticias/arqui-vos/Rei_do_Role_e_oficialmente_lancado.html)

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [IPEA]. (2021). *Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor de Turismo (SIMT)*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <http://extrator.ipea.gov.br/>

Jamal, T., & Higham, J. (2021). Justice and ethics: toward a new platform for tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*. 29, 2-3, 143-157. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835933>

JC. (2021). *Representantes do turismo de Pernambuco fazem ato cobrando suspensão de taxas e auxílio durante a pandemia*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://jc.ne10.uol.com.br/pernambuco/2021/03/12041118-representantes-do-turismo-de-pernambuco-fazem-ato-cobrando-suspensao-de-taxas-e-auxilio-durante-a-pandemia.html>

Leijaja Nacional. (2020). *'Morte' surfa em Maresias alertando sobre aglomerações*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://www.leijaja.com/noticias/2020/09/17/morte-surfa-em-maresias-alertando-sobreaglomeracoes/>

Meade, J.E. (1979). *The theory of economic externalities: the control of environmental pollution and similar social costs*. Genève: Institut Universitaire de Hautes Etudes Internationales.

Metrópolis. (2020). *Turistas ignoram Covid-19, lotam Chapada dos Veadeiros e moradores reclamam*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://www.metropoles.com/distrito-federal/entorno/turistas-ignoram-covid-19-lotam-chapada-dos-veadeiros-e-moradores-reclamam>

Minayo, M.C.S. (2001). *Pesquisa social: Teoria método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Ministério do Turismo [MTur]. (2019). *Plano Nacional de Turismo - 2018-2022*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/plano-nacional-do-turismo>

Ministério do Turismo [MTur]. (2020a). *Não cancele, remarque*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de <http://www.tu-rismo.gov.br/nao-cancele-remarque>

Ministério do Turismo [MTur]. (2020b). *Selo turismo responsável: Limpo e seguro*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>

Ministério do Turismo [MTur]. (2021). *Retomada do Turismo: conheça as medidas pra a retomada do turismo*. Recuperado em 01 janeiro 2022 de <https://retomada.turismo.gov.br/#sobre>

Moesch, M.M. (2004). *Epistemologia social do turismo*. [Tese de doutoramento, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo]. Repositório Aberto da Universidade de São Paulo.

Molina, E.S. (1998). *Turismo y Ecologia*. Trilhas.

Novaes, A. (2002). *Ética*. São Paulo: Companhia das Letras: Secretaria Municipal de Cultura.

Organização Mundial do Turismo [OMT]. (2021). *UNWTO World Tourism Barometer*. Recuperado em 11 fevereiro 2022 de <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/>

19/2

Organização das Nações Unidas [ONU]. (2020). *Pandemia transforma 2020 no pior ano para o setor de turismo internacional*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://news.un.org/pt/story/2020/12/1736672>

Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

O Dia. (2021). *Barreiras sanitárias impedem entrada de veículos de turismo em Magé*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2021/03/6115551-barreiras-sanitarias-impedem-entrada-deveiculos-de-turismo-em-mage.html>

O Tempo. (2020). *Moradores protestam contra volta do turismo na Serra do Cipó durante feriado*. Recuperado em 20 fevereiro 2021 de <https://www.otempo.com.br/cidades/moradores-protestam-contra-volta-do-turismo-na-serra-do-cipo-durante-feriado-1.2348073>

O São Gonçalo. (2020). *Moradores de Angra dos Reis fazem manifestação contra o decreto de restrições ao turismo*. Recuperado em 20 fevereiro 2021 de <https://www.osaogoncalo.com.br/geral/91880/moradores-de-angra-dos-reis-fazem-manifestacao-contra-o-decreto-de-restricoes-ao-turismo>

Panrotas. (2021). *Rio CVB lança material de divulgação da cidade para retomada*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de [https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2021/05/rio-cvb-lanca-material-de-divulgacao-dacidade-para-retomada\\_181856.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2021/05/rio-cvb-lanca-material-de-divulgacao-dacidade-para-retomada_181856.html)

Pereira, A. (2011). *Da ontologia da “polis” em Platão*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <http://pt.scribd.com/doc/56971910/Pereira-Americo-Ontologia-Da-Polis-Em-Platao>

Platão. (2012). *A República*. Tradução de Edson Bini. 2. ed. São Paulo: EDIPRO, 203-325.

Portal Giro. (2021). *Medidas que impedem ida de moradores da capital para o interior do Rio durante feriadão serão decretadas, diz Cláudio Castro*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <http://portalgiro.com/medidasque-impedem-ida-de-moradores-da-capital-para-o-interior-do-rio-durante-feriadao-serao-decretadasdiz-claudio-castro/>

Portal G1. (2019a). *Recorde de visitantes em Fernando de Noronha aumenta risco de impacto do turismo no meio ambiente*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://g1.globo.com/natureza/desafio-natureza/noticia/2019/01/29/recorde-de-visitantes-em-fernando-de-noronha-aumenta-risco-de-impacto-do-turismo-no-meio-ambiente.ghtml>

Portal G1. (2019b). *Bolsonaro diz que vai isentar chineses e indianos de visto para turismo ou negócios no Brasil*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de [https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/10/24/bolsonaro-diz-que-vai-isentar-chineses-de-visto-para-turismo-ou-negocios-no-brasil.ghtml?utm\\_source=push&utm\\_medium=app&utm\\_campaign=pushg1](https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/10/24/bolsonaro-diz-que-vai-isentar-chineses-de-visto-para-turismo-ou-negocios-no-brasil.ghtml?utm_source=push&utm_medium=app&utm_campaign=pushg1)

Portal G1. (2020a). *Representantes de agências de turismo fazem manifestação pedindo retomada do setorem Divinópolis*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://g1.globo.com/mg/centrooeste/noticia/2020/08/13/representantes-de-agencias-de-turismo-fazem-manifestacao-pedindo-retomada-do-setor-em-divinopolis.ghtml>

Portal G1. (2021a). *Municípios do litoral do paraná vão manter barreiras sanitárias até a Páscoa*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2021/03/26/municipios-do-litoral-do-parana-va-manterbarreiras-sanitarias-ate-a-pascoa.ghtml>

Portal G1. (2021b). *Barreiras que impedem a entrada de turistas começam a funcionar em Poços de Caldas, MG*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2021/03/24/barreiras-que-impedema-entrada-de-turistas-comecam-a-funcionar-em-pocos-de-caldas-mg.ghtml>

Portal Martinbehrend. (2021). *Protestos em Gramado e Canela pedem mais flexibilizações para o setorturístico*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.martinbehrend.com.br/noticias/noticia/id/9415/titulo/protestos-em-gramado-e-canela-pedem-mais-flexibilizacoes-para-o-setor-turistico>

Porto. (2021). *Autarcas mundiais assinam Declaração do Porto sobre o Turismo e o Futuro das Cidades*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.porto.pt/pt/noticia/autarcas-mundiais-assinam-declaracao-do-porto-sobre-o-turismo-e-o-futuro-das-cidades>

Programas Meio Norte [Programas MN]. *Manifestação pede retomada do turismo de Luís Correia*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=BivdNPNg-gk>

Sachs, I. (2008). *Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garmond.

Schio, S.M. (2009). Aristóteles e ação humana. *Conjectura*, 14(01).

Seminário. (2021). *Manifestação do setor de turismo pede o retorno das atividades em Bento Gonçalves*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://jornalsemanario.com.br/manifestacao-do-setor-de-turismo-pede-o-retornodas-atividades-em-bento-goncalves/>

Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374-376.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE]. (2021). *O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios*. 10ª Edição do Sebrae. FGV Projetos.

Spinoza, B. (2009). *Ética*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Tasso, J.P.F., Moesch, M.M., & Nóbrega, W.R.M. (2020). Reincorporação da Ética às Políticas Públicas de Turismo: uma necessária reflexão no combate às consequências do Covid-19. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15(1), p. 2141, jan./abr. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2141>.

Teixeira, E.C. (2002). *O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <http://www.escoladebicicleta.com.br/politicaspUBLICAS.pdf>

Terra. (2021). *Economia brasileira fechou 2020 com retração de 4,05%*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.terra.com.br/economia/economia-brasileira-fechou-2020-com-retracao-de-405,1bfc77939396bb59272792f44e64f131f9zfue42.html#:~:text=BRAS%C3%8DLIA%20%2D%20Em%20um%20ano%20mercado,permite%20compara%C3%A7%C3%B5es%20entre%20os%20anos>

Universo Online (UOL). (2021). *Nossa Viagem: “Não podemos voltar ao turismo de antes”, diz ministro da Nova Zelândia*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/03/22/nao-podemos-voltar-ao-turismo-de-antes-diz-ministro-da-nova-zelandia.htm?cmpid=copiaecola>

Veja. (2021). *O passaporte vacinal deve ser obrigatório?* Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://veja.abril.com.br/coluna/coluna-claudio-lottenberg/o-passaporte-vacinal-deve-ser-obrigatorio/>

Viagem e Turismo. (2022). *Comprovante de vacinação é obrigatório para entrar no Brasil*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://viagemeturismo.abril.com.br/manual-do-viajante/comprovante-de-vacinacao-sera-obrigatorio-para-entrar-no-brasil/>

World Travel & Tourism Council [WTTC]. (2019). *Economic Impact*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <http://www.wttc.org/economic-impact/>

Yahoo! Notícias. (2021). *Turistas no litoral de SP são “receptionados” com fantasia de morte e pneus queimados*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://br.noticias.yahoo.com/turistas-litoral-spsao-receptionados-fantasia-morte-pneus-queimados-181515613>.

---

## Autor

**João Paulo Faria Tasso:** Bacharel em Turismo. Doutor em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Brasília (CET/UnB). Líder do Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade (LETS). E-mail: [jpfariatasso@gmail.com](mailto:jpfariatasso@gmail.com)

## Nota

<sup>1</sup> Questões tratadas por Abramovay em sua palestra “Muito além da Economia Verde”, na TV Cultura, em 2014, aqui adequadas ao campo do Turismo.

# Estratégias para a retomada do turismo no cenário da COVID-19: reflexões sobre os Açores – Portugal

## Strategies for the tourism resumption in the COVID-19 scenario: reflections on the Azores – Portugal

Daniela Fantoni Alvares, Daniela Maria Rocco Carneiro, David Ross

### Resumo:

Diante da rápida propagação do novo coronavírus, no mundo, a COVID-19 foi declarada pandemia, em março de 2020, pela Organização Mundial da Saúde. Perante os desafios gerados, houve a necessidade de se repensar estratégias para retomar a economia, sendo o turismo um dos setores mais afetados. Neste âmbito, o presente capítulo pretende identificar e analisar estratégias desenvolvidas pelo Governo Regional dos Açores, no período 2020 e 2021, com foco na retomada do turismo e no incremento da atividade. Entre estas estratégias estão: (i) ações de definição de protocolos e selos sanitários; (ii) iniciativas para fomento ao turismo, entres estas, o *Voucher* Destino Seguro e a campanha Viver os Açores; (iii) desenvolvimento de ações de marketing. Os procedimentos metodológicos adotados neste trabalho permearam a análise de programas, campanhas e ações do Governo Regional dos Açores para a retomada da atividade turística, assim como das séries estatísticas do turismo na região, no período 2020 e 2021, e o comparativo com o ano de 2019. Observa-se que os dados apresentados refletem a recuperação do turismo, ainda que tímida, na região em estudo, e demonstram que as ações desenvolvidas pelo Governo tendem a ser efetivas em médio e longo prazos. No entanto, novas ações e estratégias, cada vez mais, ousadas, criativas e inovadoras, serão prementes frente aos desafios apresentados pelas novas variantes da COVID-19, assim como o possível advento de novas epidemias e pandemias.

**Palavras-chave:** Estratégias; Retomada do Turismo; Governo; COVID-19; Açores.

### Abstract:

Due to the rapid global spread of the new coronavirus, COVID-19 was declared a pandemic in March 2020 by the World Health Organization. Given the challenges generated, there

was a need to rethink strategies to recover the economy, with tourism being one of the most affected sectors. This chapter aims to identify and analyze strategies developed by the Regional Government of the Azores, in the period 2020 and 2021, with a focus on the restart of tourism and the increase of this activity. Among these strategies are (i) actions to define health protocols and obtain certificates, (ii) initiatives to promote tourism, among these, the Safe Destination Voucher and the “Viver of Açores” campaign, and (iii) development of marketing actions. The methodological procedures adopted in this work permeated the analysis of programs, campaigns, and actions of the Regional Government of the Azores for the restart of tourist activity, as well as the statistical series of tourism in the region in the period 2020 and 2021, and the comparison with the year 2019. It is observed that the data presented reflect the recovery of tourism, albeit timid, in the Azores islands, and demonstrate that the actions developed by the Government tend to be effective in the medium and long term. However, new actions and strategies, increasingly bold, creative, and innovative, will be urgent in the face of the challenges presented by the new variants of COVID-19, as well as the possible advent of new epidemics and pandemics.

**Keywords:** Strategies; Tourism Recovery; Government; COVID-19; Azores.

## Introdução

A pandemia de COVID-19 impactou e continua impactando economias (Ozili & Arun, 2020; WEF, 2022), sendo o setor de turismo, um dos que mais tem sofrido com seus efeitos (OECD, 2020; Ramírez-Silva, 2020; WTO, 2021; WTTC 2021a). Como esta atividade tem grande relação com mobilidades e contato entre pessoas, e devido às restrições impostas para evitar a propagação e contágio pelo novo coronavírus – SARS-CoV-2 – houve significativo impacto negativo com a redução abrupta da demanda turística e, conseqüentemente, das receitas.

Somente para ilustrar este cenário, de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), do ponto de vista econômico, o turismo registrou em 2020, seu pior ano, desde que se há registros, com decréscimo das chegadas internacionais na ordem de 74% (WTO, 2021). Estima-se perdas no turismo, em âmbito mundial, de cerca de US\$ 4,5 trilhões, tendo sua contribuição global para o PIB diminuído em 49,1%, em relação ao ano de 2019. Houve a perda de cerca de 62 milhões de empregos e a diminuição dos gastos de visitantes domésticos em 45% e, além disso, o número de visitantes internacionais obteve uma queda de 69,4% (WTTC, 2021a).

Em Portugal, destino em que se localiza o arquipélago dos Açores, objeto de reflexão do presente capítulo, houve grande repercussão da pandemia na atividade turística. No país, foi detectada uma retração de 56,4% da contribuição do turismo para o PIB e uma diminuição de 16% de postos de trabalho, o que representa cerca de 160 mil trabalhadores impactados (WTTC, 2021b).

Ressalta-se que apesar de ter tido um desenvolvimento turístico mais tardio quando comparado a outros países da Europa do Sul, Portugal teve um crescimento surpreendente entre 2012 e 2019, e sua economia ficou fortemente dependente do turismo (Brito-Henriques & Larrabure, 2021). Conforme demonstram dados do *World Travel and Tourism Council* – WTTC – (2020), o turismo no país foi responsável, em 2019, por 16,5% do PIB e empregou no setor 18,6% dos recursos humanos da nação.

O arquipélago dos Açores – formado pelas ilhas Corvo, Faial, Flores, Graciosa, Pico, Santa Maria, São Miguel, São Jorge e Terceira – ainda não é considerado um destino turístico consolidado. À luz do modelo de ciclo de vida de Butler (1980), o destino em questão, encontra-se na “fase de desenvolvimento” (Câmara Municipal Ponta Delgada, 2017) que, conforme definido pelo referido autor, é quando há um significativo número de turistas, e nos períodos de alta temporada, o número de turistas é igual ou superior à população local. Nesta fase, o planejamento turístico continua sendo premente, assim como o monitoramento da atividade (Alvares, 2009), aspectos estes que merecem atenção do Governo Regional dos Açores, dos empresários do setor e demais *stakeholders* do turismo.

Diante da importância do setor turístico para a localidade, os Açores passaram a adotar medidas para o retorno à normalidade, e este conjunto de iniciativas é alvo da presente investigação. Neste contexto, o presente capítulo tem o intuito de identificar e analisar estratégias desenvolvidas pelo Governo Regional dos Açores, no período 2020 e 2021, com foco na retomada do turismo e no incremento da atividade. As estratégias mensuradas permeiam questões sanitárias, iniciativas de fomento ao turismo regional e ações de marketing, voltadas para o posicionamento e a reafirmação dos Açores, enquanto destino seguro. Este estudo justifica a sua importância pelo potencial de trazer contributos, no âmbito gerencial, ao turismo dos Açores, uma vez que promove análise de estratégias com indicativos de planejamento e gestão do turismo na região, ainda mais em um momento tão complexo, em que o destino é impactado pelos efeitos da pandemia.

Metodologicamente, o presente estudo é exploratório, de natureza qualitativa, e tem por base a pesquisa documental e bibliográfica, a partir da análise de literatura sobre o impacto da COVID-19 no turismo em Portugal e a importância de políticas públicas de turismo, especialmente, nos Açores. Na sequência, foram identificados e analisados programas, campanhas e ações do Governo Regional dos Açores para a retomada da atividade turística. Por fim, foram analisados os dados de incremento do turismo nos Açores, além de se indicar as recomendações de investigações futuras.

### **Impacto da COVID-19 no Turismo em Portugal e a Importância de Políticas Públicas para a Retomada da Atividade Turística**

Historicamente, as últimas pandemias, a exemplo da gripe espanhola (1918-2019), gripe asiática (1957), gripe de Hong Kong (1968), síndrome respiratória aguda grave - SARS (2002-2003), gripe aviária (2009), síndrome respiratória do Oriente Médio (2012-2015) e Ebola (2013-14), causaram, no curto prazo, um impacto negativo no turismo, mas não em escala global como a mais recente pandemia de COVID-19 (Gössling et al., 2020). No

caso de Portugal, a primeira ocorrência da COVID-19 foi registrada em 2 de março de 2020 e, no dia 18 do mesmo mês, foi declarado pela primeira vez estado de emergência (Almeida et al., 2020), o que acarretou, por exemplo, na redução expressiva de visitantes e turistas, fechamento de fronteiras e *lockdown*.

Os impactos negativos ocasionados pela COVID-19, portanto, foram sem precedentes, mesmo porque, desde 2010, o turismo em Portugal vinha crescendo vertiginosamente. Tão grande é a relevância desse setor para a economia que, em 2017, o governo português estabeleceu o turismo como prioridade. Ademais, o país conta com, aproximadamente, 65 mil empreendimentos associados ao setor e só na área de hospedagem foram demitidos 85% dos trabalhadores em função da atual pandemia (McTeigue et al., 2021).

Um estudo sobre desemprego em função da COVID-19, no setor de turismo e hotelaria em Portugal, contando com mais de 56 mil observações, revelou que os trabalhadores mais vulneráveis ao desemprego são mais velhos, menos qualificados, do sexo feminino e residentes em regiões com maior concentração de pessoas e atividade turística. Põe-se em relevo que tal estudo também indicou um novo tipo de desemprego, que afetou trabalhadores em carreiras mais estáveis e que nunca estiveram desempregados (Lopes et al., 2021).

Como resposta à crise instalada, as políticas públicas são necessárias para evitar, ao mesmo tempo, colapso sanitário e econômico. Assim, o Turismo de Portugal, órgão vinculado ao Ministério da Economia e Transição Digital, responsável pelo fomento do turismo em âmbito nacional, desenvolveu, como resposta inicial à pandemia, uma estratégia na qual incentivava os turistas a não visitarem Portugal, indo de encontro com a estratégia anterior, de marketing digital, que estimulava os turistas a descobrirem o país (McTeigue et al., 2021).

Segundo McTeigue et al. (2021), a recente estratégia do governo português se justificou para posicionar o país como um “destino de férias pós-COVID-19”, mas, ao mesmo tempo, já apresentar aos potenciais visitantes que se trata de um destino limpo e seguro. Um exemplo que cabe destaque é o certificado de destino “Clean & Safe” (limpo e seguro), como forma de tranquilizar e atrair visitantes, apresentando-se como um país que está apto para recebê-los de forma segura. Tais estratégias dialogam com ações de marketing turístico desenvolvidas desde 1974, tendo em vista que também nesta época o governo português já investia em uma imagem de destino seguro para seus visitantes, permitindo assim maior confiança (McTeigue et al., 2021).

Diante dos efeitos negativos gerados pela COVID-19, acentuou-se a necessidade da ação interventora do Estado, cumprindo o seu papel primordial na elaboração e execução de políticas públicas, programas, campanhas, ações de marketing, entre outras iniciativas focadas no bem comum da sociedade. As políticas públicas podem ser definidas como uma série de ações realizadas pelo poder público com o objetivo de atender a coletividade e orientadas para satisfazer os interesses públicos (Dias, 2003). Podem, ainda, ser compreendidas como ferramentas governamentais (Alvares, 2009) de suporte a ações do governo.

Em momentos de crises, como os que a humanidade está enfrentando, a atuação do governo se faz ainda mais urgente, e o setor turístico, como um dos mais atingidos pela pandemia, necessita de atenção intensiva. O poder público, ao definir a sua atuação no processo de retomada da atividade turística, deve seguir algumas premissas e princípios, entre estes, a sustentabilidade, tendo por foco os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), delineados sob a liderança da Organização das Nações Unidas (ONU). Neste sentido, a atuação da esfera pública, no planejamento e na gestão da atividade turística, é essencial para a promoção do desenvolvimento sustentável de destinos, sendo esta uma máxima defendida por diversos autores, como Cooper (2001), Beni (2001) e Krippendorf (2002).

No que tange ao governo português e sua atuação proativa diante da crise no turismo, foram estabelecidas ações de suporte ao empresariado e trabalhadores do setor, entre estas a Linha de Apoio à Economia COVID-19 (Turismo de Portugal, 2021a). Além disso, foram desenvolvidas políticas públicas, como o Plano de Retomada “Reativar o turismo: Construir o futuro”, elaborado pelo Turismo de Portugal (2021b, p. 3), com a intenção de:

[...] colocar novamente o setor na senda do crescimento pré-COVID-19, ao mesmo tempo dotando-o de mecanismos para o tornar mais sustentável, mais responsável, mais competitivo e ainda mais resiliente.

Este tipo de política, assim como demais políticas com foco do incremento do turismo, acrescido de aportes financeiros de suporte ao setor, são estratégias essenciais, tendo em vista a retomada do turismo em Portugal.

### **Turismo nos Açores**

O turismo nos Açores remota ao século XIX e teve sua atividade associada ao termalismo (Albergaria, 2000), a partir do fomento ao turismo termal. Os Açores, devido a sua posição estratégica, inseriram-se na rota das grandes navegações transatlânticas (Riley & Albergaria, 2018). No entanto, a atividade turística ganhou maior visibilidade, somente a partir da expansão da aviação comercial e da implantação do primeiro aeroporto internacional dos Açores, na cidade da Horta (Ilha do Faial), em 1939. Apesar da atividade turística já ter história nos Açores, esta logrou maior importância a partir da liberalização do espaço aéreo em 2015, que incentivou o aumento da demanda turística, fato este que refletiu no incremento da oferta. Observa-se um crescente número de turistas e de pernoites na região no período 2015-2019, tendo atingido mais de 3 milhões de pernoites no ano de 2019 (SREA, 2020).

A pandemia de COVID-19 veio interromper abruptamente esse crescimento, sendo que a atividade turística nos Açores, no verão de 2020, diminuiu cerca de 70%. Antes da pandemia, especificamente em 2019, os Açores receberam 971 mil turistas e, em 2020, este total reduziu para 292,7 mil visitantes (SREA, 2021).

O desenvolvimento da atividade turística nos Açores está fortemente sustentado pelos recursos naturais da região. O arquipélago é formado por ilhas vulcânicas de clima subtropical que preservam paisagem exuberante, sendo que o turismo de natureza assume um lugar central no planejamento estratégico do setor. Atividades como trilhas ou observação de baleias permitem aos turistas uma experiência de imersão na natureza. Existe uma preocupação vigente em garantir que o desenvolvimento turístico da região se coadune com princípios de sustentabilidade, de modo a proteger os recursos, dos quais depende a própria atividade turística. Neste âmbito, os Açores iniciaram um processo, em 2017, que culminou, em 2019, com a certificação de destino turístico sustentável, sendo este o primeiro arquipélago a receber esta distinção pela *Earth Check*, entidade certificadora internacional acreditada pelo *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC).

Destaca-se que os Açores foram considerados, nos anos de 2020 e 2021, um dos destinos “mais seguros”, em relação ao novo coronavírus, pelo *European Best Destination*, selo que atribui uma série de categorias aos melhores destinos europeus. Além disso, o destino figura nas categorias: “melhores destinos de natureza”, “melhores paisagens”, “melhores piscinas naturais” e “melhores destinos sustentáveis” (*European Best Destination, 2021*), o que permite gerar um retrato bastante positivo, principalmente junto a potenciais visitantes. A imagem de ilhas com natureza por explorar, somada ao *status* de destino seguro, reflete-se no marketing turístico da região, com particular relevância no contexto pandêmico, conforme será estabelecido mais à frente no tópico “estratégias de marketing”.

No entanto, não é somente a pandemia que precisa ser superada, uma vez que há outros desafios regionais a serem ultrapassados. Entre estes, há dois aspectos identificados em pesquisas com empresários do setor, conduzidas pelo Observatório do Turismo dos Açores (OTA, 2021): melhorar as acessibilidades aéreas, com a diversificação de rotas e companhias aéreas; e incrementar o transporte entre ilhas com o intuito de facilitar a visita a todas elas.

### **Análise dos Resultados**

Uma série de estratégias foi desenvolvida pelo Governo Regional dos Açores para o incremento do turismo, no cenário da COVID-19. Serão apresentadas, a seguir, algumas destas estratégias, assim como as campanhas de marketing e os dados estatísticos do turismo na região no período 2020 e 2021, comparados com 2019 (números pré-pandêmicos).

### **Estratégias e Programas de Incentivo**

Uma das estratégias iniciais adotadas pelo Governo Regional dos Açores foi o selo *Clean and Safe Açores* (Figura 1), lançado em maio de 2020, que se baseia em um manual de boas práticas para o enfrentamento da COVID-19 pelo setor de turismo (Governo Regional dos Açores, 2020a). O selo *Clean and Safe* foi inicialmente criado pelo Turismo de Portugal, em abril de 2020 e, na sequência, o governo açoriano elaborou um selo específico para a região. Os estabelecimentos que tiveram funcionários concluintes de

curso de formação e que seguem uma série de regras e protocolos sanitários recebem o selo. Este é afixado em local visível ao turista, sendo que estabelecimentos das seguintes áreas podem pleitear o selo: alimentos e bebidas; meios de hospedagens; empresas de animação turística; agências de viagens; aluguel de automóveis; postos de turismo; museus; centros interpretativos; bibliotecas públicas; transporte aéreo e marítimo de passageiros; eventos e congressos; infraestruturas e piscinas termais; além de profissionais da área de informação turística, entre estes, guias de turismo.

### Figura 1

*Selo Clean & Safe – Açores*



*Nota.* Fonte: Governo Regional dos Açores (2020a). *Clean and Safe – Açores*. <https://clean-safe.azores.gov.pt/>

Outra estratégia adotada pelo Governo Regional foi a criação da campanha “Viver os Açores”, lançada em junho de 2020 (Presidência do Governo Regional, 2020a). Inicialmente prevista para durar até dezembro do mesmo ano, esta campanha foi estendida até março de 2021. Seu *slogan* era: “Da sua ilha descubra o Arquipélago! Venha conosco Viver os Açores”. Nesta campanha, foram destinados € 2,25 milhões (Presidência do Governo Regional, 2020b) com foco no incentivo à realização de viagens entre ilhas pelos açorianos e, em um segundo momento da campanha, em outubro de 2020, também dentro da própria ilha de residência. Havia alguns critérios a serem cumpridos para a participação na campanha, entre estes, se cadastrar no site e comprovar que era morador(a) de algumas das nove ilhas dos Açores, somado a isso, quando realizasse a viagem tinha de utilizar serviços turísticos locais, com o indicativo de pelo menos: três noites em meios de hospedagens; três refeições em restaurantes; e a prática de uma atividade turística, como, por exemplo, a realização de trilhas com guias de turismo. Desta forma, ao retornar da viagem e comprovar a utilização dos serviços teria um reembolso financeiro de até 50% do valor pago com um limite por pessoa que pode chegar a até € 175, entre ilhas, e € 75, na própria ilha (Presidência do Governo Regional, 2020a, 2020b). Pelo que se tenha conhecimento, esta foi a primeira campanha para incentivo ao turismo na região com foco nos moradores das ilhas dos Açores, ou seja, olhou-se pela primeira vez para o açoriano como um público potencial para realizar viagens de férias e a lazer pelas ilhas, favorecendo, desta forma, o turismo interno, e mais especificamente, o turismo regional. Na sequência, o Governo criou o *Voucher Destino Seguro Açores*, lançado em outubro de

2020 e vigorando até agosto de 2021, traduzindo-se em um:

[...] incentivo financeiro à realização de testes de rastreio ao SARS-CoV-2 prévios ao embarque para os Açores, utilizável exclusivamente na aquisição de bens ou serviços na Região, em atividades do setor turístico (Governo Regional dos Açores, 2020b).

Os objetivos do *Voucher Destino Seguro Açores* eram: (i) incentivar os não-residentes na região a realizarem teste de rastreio ao SARS-COV-2, nas 72 horas que antecediam a partida por via aérea para a região, com o intuito de proteger a população, assim como a todos que visitavam o arquipélago; (ii) estimular o consumo nas empresas dos setores do turismo, e de alimentos e bebidas, nos Açores, contribuindo para a dinamização da economia local. Este incentivo se resumia em um *voucher* individual, no valor de € 35, que poderia ser utilizado para pagamento de serviços em estabelecimentos aderentes à iniciativa, previamente cadastrados e indicados no site, assim como identificados com o logotipo (Figura 2) em adesivo autocolante, a ser afixado em local de fácil identificação para os turistas. Entre os estabelecimentos aderentes havia cerca de 300 empresas, entre estas, meios de hospedagens; restaurantes e bares; agências de viagens; *rent a car* e empresas de animação turística. De acordo com a legislação de suporte a esta iniciativa, nomeadamente, a Resolução do Conselho do Governo nº 118/2021, o montante global máximo do apoio para realização da despesa com o *Voucher Destino Seguro Açores* foi fixado em € 1,8 milhão.

## Figura 2

*Voucher Destino Seguro Açores*



*Nota.* Fonte: Governo Regional dos Açores (2020b). *Site Destino Seguro.* <https://destinoseguro.azores.gov.pt/?p=7679>

Em síntese, observa-se que o Governo Regional dos Açores, inicialmente, atentou-se para a importância do cumprimento de regras e protocolos sanitários, criando manual e realizando capacitação, antes de destinar o selo *Clean and Safe Açores* aos estabelecimentos com atuação na área do turismo. Desta forma, identifica-se que o foco prioritário foi garantir a segurança dos turistas, assim como de todos os funcionários das empresas.

Na sequência, o objetivo foi fomentar o turismo regional, a partir da implementação da campanha “Viver os Açores”. A intenção foi destinar um benefício financeiro aos turistas açorianos, estimulando que estes conhecessem a própria região, além de movimentar a economia local. Ainda com o objetivo de promover o incremento do turismo na região e, ao mesmo tempo, mostrar que o destino Açores se preocupa com a segurança do visitante e da população local, foi implementado o *Voucher* Destino Seguro Açores. Esta campanha destinou também um benefício financeiro ao turista, neste caso, os advindos do continente (nacionais e/ou internacionais).

Ressalta-se que estas três estratégias foram bem delineadas e amplamente divulgadas, além de demonstrarem a proatividade do Governo Regional frente à crise ocasionada pela COVID-19. Uma destas estratégias continua vigente, a saber, o *Clean and Safe Açores*; já as duas campanhas em análise, conforme referenciado anteriormente, já não estão mais vigorando.

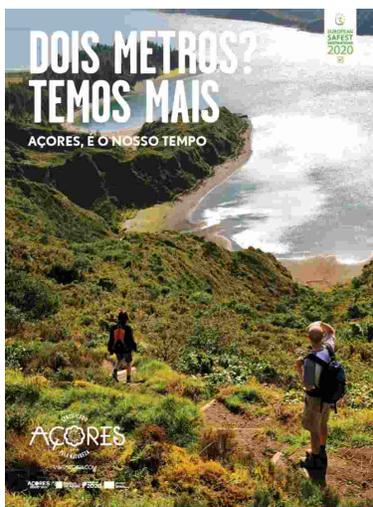
### **Estratégias de Marketing**

Em uma fase inicial da pandemia, seguindo o mesmo comportamento praticado em âmbito nacional pelo Turismo de Portugal, o Governo Regional dos Açores utilizou estratégias de marketing no sentido de não atrair turistas. Neste período, os *slogans* adotados pela região foram “*Azores is taking a break*” (Açores estão fazendo uma pausa), em março de 2020, e “*will return briefly*” (retornaremos brevemente) em junho de 2020.

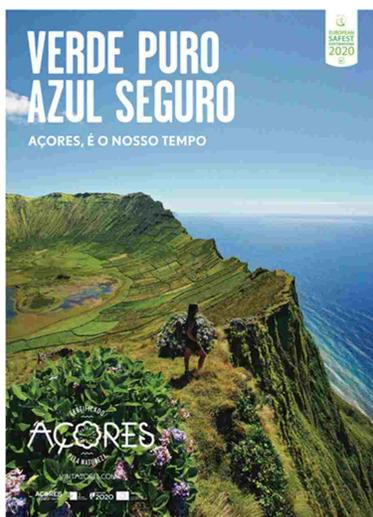
Em julho de 2020, investiu-se em um marketing para promover a região como um destino seguro, em uma campanha intitulada “Açores, o nosso tempo”, promovido pela Associação de Turismo dos Açores (ATA). Nesta campanha, demonstrava-se por imagens e expressões (Figura 3) que os Açores têm imensos espaços verdes que garantem o distanciamento social (Ross & Alvares, 2021). Os *slogans* utilizados foram: “Dois metros? Temos mais. Açores, é o nosso tempo” e “Verde puro, azul seguro. Açores, é o nosso tempo”.

### **Figura 3**

*Campanha “Açores, o nosso tempo”*



Nota. Fonte: Visit Azores - Facebook Page (2020).



Nota. Fonte: Visit Azores - Facebook Page (2020).

Cerca de um ano depois do início da pandemia, em abril de 2021, foi lançada uma nova campanha, a saber, “Seguro por natureza” (Figura 4), utilizando-se a seguinte *hashtag*: *#safebynature*. Esta campanha ganhou o prêmio de “melhor uso da programática em *branding*”, o qual reconhece as melhores estratégias de campanhas digitais, baseadas em *big data*. O prêmio foi atribuído pelo “El Periódico de la Publicidad”, uma das mais prestigiadas publicações espanholas na área da publicidade e marketing.

Em análise a essas duas campanhas, observa-se que o Governo Regional se aproveitou de forma estratégica da infinidade de espaços ao ar livre e de toda a beleza cênica dos recursos naturais dos Açores, posicionando-se como destino seguro para a realização de viagens, mesmo no período pandêmico. Enfatiza-se, ainda, os esforços do governo no planejamento e na gestão do destino, somado a todo o trabalho para conseguir, assim

como para manter a certificação de destino sustentável pela *EarthCheck*.

#### Figura 4

Campanha “Seguro por Natureza”



Nota. Fonte: Visit Azores (2022). *Azores Distinguished as European Safest Destinations*. <https://safe-to.visitazores.com/en>

Além disso, destaca-se as distinções e/ou os prêmios já alcançados pelos Açores, entre estes, (i) um dos destinos “mais seguros” em relação ao novo coronavírus pelo *European Best Destination*, reconhecimento este divulgado em várias peças publicitárias, como visto na Figura 3; (ii) quinto ano no top 100 de destinos mais sustentáveis do mundo; e (iii) melhor destino europeu para aventura em 2021 pelos *World Travel Awards*; sendo que todos estes reconhecimentos são sempre amplamente divulgados como estratégia de marketing de destino.

#### Dados da Retomada Turística nos Açores

O turismo nos Açores, em 2021, contabilizou cerca de 1,2 milhão de passageiros desembarcados nos aeroportos da região (SREA, 2022), verificando-se incremento significativo em relação a 2020, a saber, cerca de 85%. No entanto, estes dados ainda não superam os de 2019, ano que registrou cerca de 1,7 milhão de desembarques. Em 2021, foram registrados 1.793.649 pernoites nos Açores (SREA, 2022), e em igual período em 2020, 866.221 pernoites (SREA, 2021), o que representa um aumento em valor superior a 100%. No entanto, os dados de 2021 ainda não superam os de 2019, quando houve 3.009.845 de pernoites (SREA, 2020).

Ao analisar todas as regiões de Portugal, o Diário dos Açores, com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), ressalta-se que:

Nos primeiros 11 meses do ano, todas as regiões apresentaram acréscimos no número de dormidas, com realce para as evoluções apresentadas pela RA Açores

(+117,1%) e RA Madeira (+73,3%). Os acréscimos foram generalizados às dormidas de residentes, com destaque para a RA Madeira (+110,4%) e RA Açores (+99,3%), e também às de não residentes (com o maior aumento na RA Açores: +157,8%) – Diário dos Açores (2022, p. 2).

Em resumo, é possível observar que os Açores foi a região do país com o maior aumento no número de pernoites, no período de janeiro a novembro de 2021, fato este que evidencia o início da retomada do turismo. Ao mesmo tempo, ainda há um cenário incerto e não há previsões fiáveis de quando a região conseguirá atingir os números anteriores à pandemia, mais especificamente, de 2019, no que se refere, entre outros, a chegadas de passageiros e pernoites.

Enfatiza-se que a retomada do turismo nos Açores está aquém das expectativas do empresariado do setor. Ao refletir sobre as perspectivas de futuro, há uma série de inseguranças que são estabelecidas no comunicado realizado pela Direção e a Comissão Especializada do Turismo, da Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada (2021):

O ano de 2022 vai continuar a ser marcado pela incerteza altamente condicionadora e penalizadora da atividade turística, agora incrementada com a propagação da variante Ómicron do SARS-CoV-2. O início do ano vai ser de continuidade da situação de elevada contenção que agora se verifica, em especial nos países que são os principais mercados emissores de turistas para os Açores [...] as empresas continuarão a enfrentar sérias dificuldades, principalmente nos próximos meses de muita reduzida atividade. O menor número de reservas e os cancelamentos já registados evidenciam bem esta situação (Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, 2021).

Ainda nesse comunicado, realiza-se uma reflexão sobre o ano de 2021, assim como uma análise do acumulado de perdas no período 2020/2021, conforme evidenciado pelo trecho a seguir:

O ano de 2021 continuou a ser marcado pela incerteza devido à pandemia, com três períodos distintos: os primeiros cinco meses, muito difíceis para as empresas pelas restrições à sua atividade e também pela redução muito significativa de turistas; os meses entre junho e novembro durante os quais se registou uma retoma interessante da atividade no setor, muito sustentada em turistas nacionais; o último mês do ano marcado por nova recaída devido à proliferação da nova variante denominada de Ómicron [...] No global, acumulando a quebra de 40% de 2021 com a de 72% de 2020, há já uma perda equivalente a uma paragem total de mais de um ano de atividade. Trata-se de um impacto brutal sobre a atividade económica deste setor (Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, 2021).

Por fim, destaca-se, no comunicado, algumas medidas sugeridas a serem implementadas para garantir a sustentabilidade e a retomada do setor turístico na região:

Criação/reedição de medidas de apoio ao funcionamento e à manutenção de emprego, com caráter imediato e de aplicação célere, atendendo aos resultados finais de 2021 e às perspectivas muito negativas para o 1º trimestre de 2022;

Adoção de uma estratégia pública clara para o turismo, assente em uma promoção inteligente e suficiente e na atualização dos principais instrumentos de atuação do setor (POTRAA – Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores, PEMTA – Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores);

Concertação imediata sobre a estratégia e a configuração específica do novo quadro financeiro plurianual europeu (PO AÇORES), numa altura em que já terminou o anterior quadro de apoio;

Reagir positivamente, com reforço orçamental para a promoção junto dos mercados emissores, ao novo surto de interesse espontâneo de transportadoras aéreas externas na operação de voos diretos do exterior, no sentido de consolidar estes mercados e evitar abandonos como já aconteceu no passado, com reflexos negativos para o destino Açores (Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, 2021).

Observa-se que os empresários do turismo nos Açores, por meio da Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada, externam preocupação perante o cenário de incertezas e reivindicam novas ações governamentais de suporte ao setor. Além disso, reiteram a necessidade de revisão de instrumentos de planejamento e gestão, entre estes, o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA).

### **Considerações Finais**

Os espaços naturais e as possibilidades de atividades ao ar livre constituem a base dos principais produtos turísticos dos Açores. Estes ativos são essenciais à retomada do turismo e se configuram como fatores competitivos para a região, ainda mais em um contexto pandêmico. Cabe às autoridades responsáveis a capacidade de transmitir uma mensagem de segurança a potenciais visitantes, equilibrando: (i) o marketing de destino, (ii) o planejamento e a gestão do turismo; e (iii) as estratégias de contenção da pandemia, por meio de políticas públicas de saúde (vacinação, testagem, protocolos sanitários etc.), no sentido de se garantir uma experiência memorável e segura aos visitantes.

Apesar dos dados promissores do turismo nos Açores, em 2021, comparados a 2020, estes representam ainda uma retomada tímida. No entanto, acredita-se que esta retomada reflete as políticas públicas, programas e iniciativas governamentais, entre estas: *Clean and Safe Açores*, “Viver os Açores” e *Voucher Destino Seguro Açores*, assim como as campanhas de marketing: “Açores, o nosso tempo” e “Seguro por Natureza”. Neste sentido,

estas iniciativas precisam ser, cada vez mais, potencializadas e algumas campanhas que já encerraram o período de vigência, poderiam ser relançadas. Uma campanha nos moldes da “Viver os Açores” poderia ser retomada, mas com outros públicos-alvo, a saber, o turista do continente, e, posteriormente, o turista internacional.

Independentemente dos esforços realizados pelo Governo Regional dos Açores, os empresários do setor de turismo reivindicam a elaboração de um plano de retomada da atividade turística na região. Esta reivindicação é legítima, uma vez que o arquipélago é uma região que possui autonomia, no que tange aos três poderes: legislativo, executivo e judiciário. Além disso, como os Açores têm diversas especificidades, acredita-se que o governo deve ter como base o Plano “Reativar o turismo: Construir o futuro” do Turismo de Portugal, mas é necessário refletir mais profundamente sobre a região e definir estratégias mais assertivas em âmbito regional, além de destinar nova dotação orçamentária para fomento ao setor.

Recomenda-se que em estudos futuros sejam analisados os valores investidos nas campanhas “Viver os Açores” e *Voucher Destino Seguro Açores*, mensurando seu impacto no fomento à economia regional e ao fortalecimento da imagem do destino. As campanhas de marketing, assim como o selo *Clean and Safe Açores*, poderiam ser também analisados, a partir da ótica dos visitantes da região.

É importante realçar que para superar os desafios vivenciados, na retomada do turismo nos Açores, será necessário um esforço de todos os *stakeholders* do turismo, na busca de soluções para os problemas enfrentados. Ressalta-se que o governo tem um papel fundamental e este deve primar pelo desenvolvimento de ações e estratégias, cada vez mais ousadas, criativas e inovadoras, em consonância com a sustentabilidade, estimulando e envolvendo os atores sociais nos processos.

Por fim, pondera-se que as estratégias desenvolvidas pelo Governo Regional devem ser otimizadas em prol da retomada sustentável do turismo na região, possibilitando que os Açores continuem a fazer jus aos certificados, selos e prêmios que têm colecionado, além de fortalecer a marca de destino limpo, seguro e sustentável.

## Referências

- Albergaria, I. S. (2000). *Quintas, jardins e parques da ilha de São Miguel*. Quetzal. 1785-1885.
- Almeida, S. de, Costa, E., Lopes, F., Santos, J., & Barros, P. (2020). Concerns and adjustments: How the Portuguese population met COVID-19. *PloS One*, 15(10), E0240500.
- Alvares, D.F. (2009). *Avaliação de planos-processo em áreas de desenvolvimento turístico*. [Tese de doutorado, Universidade do Minho, Portugal]. Recuperado em 15 outubro 2021 de <http://hdl.handle.net/1822/9028>.
- Beni, M. (2001). A política no turismo. In: Trigo, L. (Org.) *Turismo: Como aprender, como ensinar*, Vol. 1. Ed. Senac São Paulo. 177-202.

Brito-Henriques, E., & Larrabure, S. (2021). Impactos da COVID-19 no turismo em Portugal: uma avaliação rápida dos primeiros nove meses. In: Cruz, R.C.A., Silva, S. A., Larrabure, S. [et al.] (org.). *Turismo em tempos de Covid-19: ensaios sobre casos na Argentina, Brasil, Moçambique e Portugal* (108-115). FFLCH/USP. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://doi.org/11606/9786587621456>

Butler, R. (1980). The concept of a tourism area of life cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 19(1), 5-12.

Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada. (2021). Comunicado. Recuperado em 15 janeiro 2022 de <http://ccipd.pt/comunicado-47/>

Câmara Municipal Ponta Delgada. (2017). *Plano Estratégico para o turismo de Ponta Delgada 2017-2021*. Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://www.cm-pontadelgada.pt/pages/1013>

Cooper, C. (2001) *Turismo princípios e prática*. 2ª ed., Bookman.

Diário dos Açores. (2022). Edição de 4 de janeiro. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <http://www.diariodosacores.pt/>

Dias, R. (2003). *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. Editora Atlas.

European Best Destination. (2021). *Official site European Best Destination*. Search: “Açores”. Recuperado em 15 dezembro 2021 de <https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/search/search-results/#e=external&q=A%C3%A7ores>

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.

Governo Regional dos Açores. (2020a). Site *Clean and Safe – Açores*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://clean-safe.azores.gov.pt/>

Governo Regional dos Açores. (2020b). Site *Destino Seguro*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://destinoseguro.azores.gov.pt/?p=7679>

Krippendorf, J. (2002). Desenvolvendo o turismo em harmonia com os seres humanos e o ambiente natural (11-23). In: Gastal, S., Beni, M., & Castrogiovanni, A. (Orgs.). *Turismo e investigação crítica*. Contexto.

Lopes, A., Sargento, A., & Carreira, P. (2021). Vulnerability to COVID-19 unemployment in the Portuguese tourism and hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1850-1869.

McTeigue, C., Sanchez, C., Santos, E., Walter, C., & Au-Yong-Oliveira, M. (2021). A Strategy for Tourism Growth, Rebound, and Revival: Promoting Portugal as a Destination Post-COVID-19. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 13(22), 12588.

Observatório do Turismo dos Açores [OTA]. (2021) *COVID-19 – Acompanhamento do impacto da pandemia nas empresas turísticas regionais*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://otacores.com/inquerito/o-impacto-da-covid-19-nas-empresas-turisticas/>

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico [OECD]. (2020). *Tourism policy responses to coronavirus (COVID-19)*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124\\_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19\\_Tourism\\_Policy\\_Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses)([https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124\\_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19\\_Tourism\\_Policy\\_Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses)

Ozili, P., K. & Arun, T. (2020). *Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy*. SSRN. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3562570>

Presidência do Governo Regional (2020a). *Resolução do Conselho do Governo n.º 168/2020, de 16 de junho*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://jo.azores.gov.pt/#/ato/0921f03f-4f2d-4da0-a58a-95726b32d027>

Presidência do Governo Regional (2020b). *Resolução do Conselho do Governo n.º 261/2020 de 30 de setembro*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://jo.azores.gov.pt/#/ato/71833a27-b54b-4e4c-89db-364c6e0faa29>

Ramírez-Silva, J.P. (2020). Una óptica sustentable del turismo post Covid-19. Special Issue of: Reflexiones sobre el coronavirus y sus impactos. *Revista Científica Monfragüe Resiliente Scientific Journal*, 104-112.

Riley, C.G, & Albergaria, I.S. (2018). Turismo e identidade: Das rotas transatlânticas à construção dos Açores como destino turístico. *Atlântida Revista de Cultura*, LXIII, 1-18.

Ross, D., & Alvares, D. (2021). Marketing destinations with low rates of local Covid19 transmission: The case of the Azores islands, Portugal In: *Tourman 2021 book of abstracts Restarting tourism, travel and hospitality: The day after*. 261-262.

Serviço Regional de Estatística dos Açores [SREA]. (2020). *Estatísticas do turismo na região autónoma dos Açores, janeiro a dezembro de 2019*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de [https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista\\_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang_id=1)([https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista\\_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang_id=1)

Serviço Regional de Estatística dos Açores [SREA]. (2021). *Informação estatística. Turismo – novembro de 2021*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de [https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe\\_artigo.aspx?idc=26&ida=10637&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10637&lang_id=1)([https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe\\_artigo.aspx?idc=26&ida=10637&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10637&lang_id=1)

Serviço Regional de Estatística dos Açores [SREA]. (2022). *Movimento de passageiros aéreos – dezembro 2021*. Recuperado em 16 janeiro de 2022 de [https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe\\_artigo.aspx?idc=26&ida=10627&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10627&lang_id=1)([https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe\\_artigo.aspx?idc=26&ida=10627&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10627&lang_id=1)

Turismo de Portugal. (2021a). *Medidas de apoio à economia: financiar*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/covid-19/Paginas/medidas-de-apoio-economia.aspx>

Turismo de Portugal. (2021b). *Reativar o Turismo. Construir o Futuro*. Plano de Ação. Recuperado em 16 janeiro 2022 de [https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/Estrategia/plano-acao-reativar-turismo/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/plano-acao-reativar-turismo/Paginas/default.aspx)

World Economic Forum [WEF]. (2022). *The Global Risks Report 2022*, 17th edition, Insight Report, ISBN: 978-2-940631-09-4

World Tourism Organization [WTO] (2021). *World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.1>

World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2020). *Economic impact reports – Portugal*. World Travel & Tourism Council. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2021a). *Travel & Tourism economic impact 2021*. Global Economic Impact and Trend 2021, June 2021. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177>

World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2021b). *Economic Impact – Research “Portugal”*. Recuperado em 16 janeiro 2022 de <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

---

## **Autores**

**Daniela Fantoni Alvares:** Doutora em Planejamento pela Universidade do Minho, Professora Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG) da Universidade dos Açores (UAç) - [daniela.f.alvares@uac.pt](mailto:daniela.f.alvares@uac.pt).

**Daniela Maria Rocco Carneiro:** Doutora em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília, Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) - [daniela.rocco@uemg.br](mailto:daniela.rocco@uemg.br).

**David Ross:** Doutor em Gestão pela University of Hull, Professor Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG) da Universidade dos Açores (UAç) - [david.oc.ross@uac.pt](mailto:david.oc.ross@uac.pt).

# **Sustentabilidade, inclusão e resiliência nos planos estaduais de retomada do turismo após a pandemia da COVID-19 no Brasil**

## **Sustainability, inclusion and resilience in state plans to resume tourism from the COVID-19 pandemic in Brazil**

**Maria Cristiane Fernandes da Silva Lunas, José Roberto da Silva Lunas, Nayara Marques**

### **Resumo**

O setor de turismo foi, e continuará sendo um dos mais impactados com os desdobramentos da pandemia da COVID-19 nos próximos anos. Situações de crise global permitem duros aprendizados que requerem ações de planejamento e gestão integradas com os mais diversos atores interessados. Embora a proposta de gestão nacional seja pautada num sistema descentralizado, o setor de turismo no Brasil mantém uma estrutura de gestão cujas diretrizes são centralizadas no Governo Federal, mas com forte atuação dos governos estaduais no planejamento e gestão das ações. Este trabalho visa analisar se as diretrizes e ações dos governos federal e estaduais, em seus planos de retomadas a partir da COVID-19, incorporaram requisitos preconizados por organismos internacionais e instituições representativas, tidas como fundamentais para o enfrentamento da crise atual enquanto, ao mesmo tempo, procuram preparar os sistemas turísticos para crises futuras. Para isso, adotou-se método qualitativo, por meio de pesquisa exploratória, para a análise de dez documentos estaduais orientadores da retomada do turismo pós-pandemia, além de planos nacionais e internacionais. Verifica-se que os planos de retomada dos governos estaduais, de maneira geral, pautaram-se apenas na recuperação econômica do setor de turismo, através de ações emergenciais de curto prazo, sem, contudo, alinhar-se diretamente com estratégias globais divulgadas pela OMT.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Inclusão; Resiliência; Turismo; Planos Estaduais.

## **Abstract**

The tourism sector has been and will continue to be, one of the most impacted by the unfolding of the COVID-19 pandemic in the coming years. Global crises allow hard learnings that require integrated planning and management actions with the most diverse stakeholders. Although the national management proposal is based on a decentralized system, the tourism sector in Brazil maintains a management structure whose guidelines are centralized in the Federal Government, but with a strong role of state governments in the planning and management of actions. This work aims to analyze whether the guidelines and actions of the federal and state governments, in their recovery plans from COVID-19, incorporated requirements recommended by international organizations and representative institutions, considered fundamental for facing the current crisis while, at the same time, time, seek to prepare tourism systems for future crises. For this, a qualitative method was adopted, through exploratory research, for the analysis of ten official documents guiding the resumption of post-pandemic tourism – in addition to national and international plans. It appears that the recovery plans of state governments, in general, were based only on the economic recovery of the tourism sector, through short-term emergency actions, without, however, directly aligning with global strategies published by the WTO.

**Keywords:** Sustainability; Inclusion; Resilience; Tourism; State Plans.

## **Introdução**

Depois de 11 de setembro de 2001, nenhum outro evento foi tão disruptivo ou impactante para o turismo quanto a chegada da COVID-19. Desastres como o tsunami de 2004, no oceano Índico, que atingiu, principalmente, a Indonésia matando mais de 226 mil pessoas não mudaram tanto o panorama global para o setor. Na crise atual, grandes e pequenos negócios ficaram, muito rapidamente, sem clientes e cercados de incertezas.

Um dos indicadores sobre quão impactante a pandemia da COVID-19 tem sido para o turismo foi a redução do número de viagens. Em nível mundial, registrou-se que o turismo internacional caiu 80% de janeiro a julho de 2021, na comparação com períodos anteriores à pandemia (ONU, 2022). No Brasil, observou-se uma queda da receita e despesa cambial do turismo que ficou em torno de 75% e, apenas de janeiro a julho de 2020, aproximadamente 360 mil empregos deixaram de existir no setor (MTur, 2020). Os impactos sobre o turismo no mundo foram severos para estados e empresas que mantinham estreita ligação com o segmento de hospitalidade e turismo, governos fecharam destinações turísticas, turistas desistiram de viajar e guias de turismo ficaram sem emprego (Neves et al., 2021).

Alguns eventos disruptivos são como os cisnes negros – como ensina Taleb (2008) – altamente improváveis, imprevisíveis e muito impactantes. Após sua ocorrência, faz-se necessário aprender a contorná-los no futuro. Seria, o advento da pandemia da COVID-19

um evento cisne negro? Quais eram as condições para sua previsibilidade? Como pode o setor de viagens e turismo, um dos mais atingidos pela crise econômica dele advinda, preparar-se para futuros eventos como esse?

A questão da previsibilidade é discutível, pois Watkins et al. (2008) já demonstravam que pequenos e grandes negócios, como são a maioria dos empreendimentos do setor de hospitalidade e turismo, deveriam adotar medidas para se precaverem de pandemias, como a da Influenza. Em tais casos, o estudo de Aldao et al. (2021) apontou para a necessidade da gestão da crise que emerge no turismo com adoção de protocolos de emergência, reorganização por meio de assistência financeira e estratégias de marketing além de consolidação de quesitos de sustentabilidade e engajamento.

Este trabalho buscou detectar e analisar se as diretrizes de movimentos públicos de planejamento para a retomada do turismo a partir da COVID-19 seguem premissas de sustentabilidade, resiliência e inclusão. E, também, verificar se esses planos procuram preparar os sistemas turísticos para crises futuras. A questão da sustentabilidade se projeta sobre várias dimensões que importam para reconstrução do turismo mundial: aspectos sociais, ambientais e econômicos e institucionais devem ser sincronizados para permitir um “novo normal”.

Como a maioria dos trabalhos sobre os impactos da COVID-19 (ex.: Akhtar et al., 2021; Aldao et al., 2021; Neshat et al., 2021; Neves et al., 2021) esta foi uma pesquisa exploratória de natureza aplicada com abordagem qualitativa. Além da pesquisa bibliográfica, analisaram-se dados secundários como documentos internacionais e instrumentos de políticas públicas nacionais e estaduais. Para a coleta de informações, foram utilizadas fontes da internet e consultas endereçadas por e-mail às organizações de Marketing de Destino de todos os estados brasileiros que disponibilizaram tais endereços por meio de seus sítios eletrônicos. Por fim, de posse dos dez planos estaduais – Ceará, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rondônia, Roraima, Santa Catarina e São Paulo – e das demais informações coletadas eletronicamente, foram compilados os dados que indicaram, ou não, a existência das premissas de sustentabilidade, resiliência e inclusão em tais documentos.

Este texto se estrutura em três partes principais, sendo, a primeira, uma análise da literatura acerca dos desafios ao planejamento e gestão do setor de turismo, advindos da crise pandêmica. A segunda parte do texto apresenta documentos norteadores e elementos prospectivos elaborados por órgãos associativos e representativos no Brasil e no mundo para a retomada do turismo. Na parte final, são analisados os planos de retomada elaborados por governos estaduais, verificando-se se cumprem requisitos básicos preconizados por tais estudos, seguida pela conclusão acerca das discussões realizadas.

### **Planejamento e Recuperação do Turismo a partir da COVID-19**

Muitos estudos publicados têm apontado para as perspectivas de recuperação do turismo a partir da COVID-19. Quais são os caminhos, como proteger empregos, biodiversidade,

peças, e destinos pouco rentáveis? Como aliar governos e iniciativa privada para manter posicionamentos mercadológicos frente a tantas mudanças abruptas em seus mercados e tamanhas incertezas quanto ao seu futuro?

Tais perguntas são preocupações de empresas, governos e instituições como o Banco Mundial, que preconiza o planejamento de ações mais inclusivas, sustentáveis e que envolva governo, iniciativa privada, sociedade civil e outros atores, de modo a se preparar para um “novo normal” com mudança dos modelos de negócios e novas estruturas de governança preparadas para demandas emergentes de um mundo em mudança (World Bank Blogs, 2021).

A Organização das Nações Unidas (ONU) ressaltou a importância da recuperação do setor, já que o turismo que é um dos setores estratégicos para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável de 2030 (UNCTAD, 2021). Tanto a ONU quanto o Banco Mundial apontam para as tecnologias digitais e para a importância de comunicação de planos e de providências para aumentar a segurança sanitária das viagens assim como uma união do mundo para apoiar países mais pobres no esforço para a vacinação. A visão é também compartilhada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) que apontou para a sustentabilidade como saída e para a necessidade de criar instituições mais resilientes a futuras crises (WTO, 2021).

A partir dessa perspectiva, os planos se caracterizam como estratégias fundamentais para nortear políticas e aliar esforços da iniciativa privada e governos e comunicar decisões. Para validar o planejamento alguns requisitos prévios devem ser atendidos, como, por exemplo, a existência de metas e horizonte temporal claramente definidos (Souza, 2020). Para além dos conceitos que tradicionalmente orientam o planejamento turístico, Dredge e Jamal (2015) destacaram a natureza multidisciplinar e multicamada no planejamento turístico indicando que este não pode mais ser feito em simples moldes tradicionais e exige que se aplique uma abordagem pós-estruturalista em que aspectos como engajamento e comunicação precisam ser otimizados. As novas tecnologias e mídias devem ser amplamente acionadas de modo a inserir a iniciativa privada e os clientes nos objetivos estabelecidos (Assine & Soares, 2004; Corbisiero & Monaco, 2021; Setyadi, 2021).

Os estudos que indicam caminhos para o planejamento de um novo turismo, a partir da pandemia, são preliminares e pouco aprofundados, ocorrem em um momento em que a pandemia ainda causa vítimas em todo o mundo. A natureza de parte dos trabalhos sobre o tema, tais como (Corbisiero & Monaco, 2021; MTur, 2020; Setyadi, 2021) é exploratória e apontam indícios de que a crise obrigará os diversos sistemas turísticos a se adaptarem às novas exigências em relação à organização de cuidados com o controle de visitação e gestão. Verifica-se a exigência de foco no aprendizado mais profundo das lições da crise de modo a encontrar soluções criativas e duradoras considerando cenários que apontam para novas ocorrências de eventos disruptivos. Deste modo, estudos como os de Neshat et al. (2021) e Rastegar et al. (2021) apontaram para o lugar da cenarização e planejamentos que permitam aumentar a resiliência dos sistemas turísticos locais, ou

seja, tais planos devem indicar ações de longo prazo a partir da visão prospectiva e do aprendizado proporcionado pelo enfrentamento da atual crise.

Vărzaru et al. (2021), por sua vez, afirmaram que os governos devem manter políticas de apoio para que pequenos negócios turísticos tenham condições de adotar ações em direção à sustentabilidade, já que por suas características e limitações estes têm dificuldades de adaptação a esta nova exigência. Pardo e Ladeiras (2020) sustentaram que uma das principais razões para a adoção de medidas que tornam os destinos mais sustentáveis é que os turistas dos principais países emissores, como Espanha, estão escolhendo destinos com essas características para suas férias, incluindo-se aí os destinos que proporcionam maior contato com a natureza. Este também é o argumento usado por Sohn et al. (2021) para indicar estratégias de sustentabilidade para o turismo costeiro na Coreia do Sul. Akhtar et al. (2021) demonstraram a importância da realidade virtual e meios digitais para comunicar a sustentabilidade de destinos na situação pós-pandêmica, em que os turistas buscam, previamente, conhecer destinos cujas restrições de público são o atrativo, face ao menor número de visitantes. Isso pode indicar que por algum tempo o turismo de massa pode ser preterido em relação a destinos com pequenos números de visitantes, como a região de Bonito (MS), por exemplo.

Já a questão da resiliência se desdobra em muitos aspectos do planejamento, que vão do fortalecimento econômico aos sistemas de governança, até aspectos relacionados com novas tecnologias da informação que ampliem a comunicação com os diversos atores interessados. Para Costa e Sonaglio (2017, p.100) “qualificar um sistema turístico, uma comunidade ou uma sociedade como ‘resiliente’, significa, entre outros aspectos, dizer que diante de uma situação adversa, ela resiste, absorve, acomoda-se, adapta-se e reconstitui-se em tempo e modo adequados, preservando e restaurando suas estruturas e funções essenciais”. Em um contexto que aborda a recuperação do setor de turismo a partir da pandemia da COVID-19, a resiliência pode ser encarada como estratégia de médio e longo prazos, para que empresas e governos estejam fortalecidos para enfrentar futuras crises.

Além da preocupação com a premissa da sustentabilidade em estudos que abordam a reconstrução do turismo a partir da COVID-19, é frequente o debate sobre a questão da inclusão (tanto social quanto digital) e do engajamento, também muito citados em trabalhos como os de Akhtar et al. (2021), Pardo e Ladeiras (2020), Setyadi (2021) e Sohn et al. (2021). Akhtar et al. (2021), assim como Setyadi (2021), demonstraram, ainda, a função da tecnologia para o acesso aos sistemas turísticos, com recursos como realidade virtual, realidade aumentada e tecnologias digitais que podem popularizar o acesso a sistemas turísticos antes restritos. Pardo e Ladeiras (2020) reforçaram oportunidades perdidas para repensar o turismo a partir da COVID-19, partindo de premissas mais inclusivas e sustentáveis como, por exemplo, a inclusão de mercados locais e, sobretudo, um planejamento mais colaborativo, além de novas formas de exploração do turismo.

Verifica-se, nas percepções de pesquisadores independentes, que as premissas da resiliência, sustentabilidade e inclusão devem estar presentes no planejamento turístico realizado pelos organismos reguladores e associativos, bem como pelas organizações

públicas e privadas ligadas ao setor. Essas premissas formam uma base que podem fortalecer o setor de turismo a partir da pandemia da COVID-19, quando se identifica a necessidade imediata de recuperação do setor, mas também de preparação para as mudanças vindouras, bem como para eventuais novas crises.

### **Documentos orientadores e as estratégias globais para a retomada do turismo**

A OMT divulgou, em 01 de abril de 2020, o documento intitulado “*Supporting Jobs and economies through travel & tourism – A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery*” (WTO, 2020). O objetivo dessa publicação, elaborada junto com um comitê do qual participam agentes de mercado e da Organização Mundial de Saúde, foi de sugerir ações para os atores do turismo acelerarem a retomada econômica do setor, pautados na sustentabilidade dos destinos, na inclusão social e na formação de um mercado turístico mais resiliente para suportar crises. São 23 estratégias divididas em 3 eixos que orientam a gerenciar a crise, estimular a recuperação e se preparar para o futuro (Tabela 1).

#### **Tabela 1**

*Estratégias Recomendadas pela Organização Mundial do Turismo*

<b>Eixos</b>	<b>Estratégias</b>
<b>Gerenciamento de crises e mitigação de impactos</b>	Incentive a retenção de empregos, sustentar os trabalhadores autônomos e proteger os grupos mais vulneráveis; Apoie a liquidez das empresas; Revise os impostos, encargos, taxas e regulamentos que afetam transporte e turismo; Garanta a proteção e a confiança do consumidor; Promova o desenvolvimento de habilidades, especialmente habilidades digitais; Inclua o turismo na economia nacional, regional e global pacotes de emergência; Crie mecanismos e estratégias de gestão de crises

<b>Eixos</b>	<b>Estratégias</b>
<b>Fornecendo estímulo e acelerando a recuperação</b>	Forneça estímulo financeiro para investimentos em turismo e operações; Revise os impostos, taxas e regulamentos que afetam as viagens e turismo; Facilitação antecipada de viagens; Promova novos empregos e desenvolvimento de habilidades, particularmente os digitais; Integração da sustentabilidade ambiental no estímulo e pacotes de recuperação; Compreenda o mercado e aja rapidamente para restaurar confiança e estimular a demanda; Impulsione o marketing, eventos e reuniões; Invista em parcerias; Turismo dominante nacional, regional e internacional e programas de recuperação e na Assistência ao Desenvolvimento
<b>Preparando-se para o futuro</b>	Diversifique mercados, produtos e serviços; Invista em sistemas de inteligência de mercado e transformação digital; Reforce a governança do turismo em todos os níveis; Prepare-se para a crise, crie resiliência e garanta que o turismo seja parte do mecanismo e sistemas nacionais de emergência; Invista em capital humano e desenvolvimento de talentos; Coloque o turismo sustentável firmemente na agenda nacional; Transição para a economia circular e adoção dos ODS

*Nota.* Fonte: WTO (2020). *Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism: a call for action to mitigate the socio-economic impact of covid-19 and accelerate recovery.* Madri: UNWTO. [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19\\_Recommendations\\_English\\_1.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf).

A resiliência, juntamente com a sustentabilidade e inclusão, estão expressas nesse documento como balizadores do desenvolvimento do turismo num mundo pós-pandêmico. Os três eixos estruturados procuram dividir as ações em etapas fundamentais para momentos de crise: mitigação de impactos, recuperação e planejamento do futuro. Das 23 estratégias distribuídas entre os eixos, 4 são direcionadas à recuperação econômica do setor, 5 estimulam diretamente a inclusão, 3 abordam diretamente da sustentabilidade ambiental

dos destinos e do setor de turismo, e 11 tratam sobre estruturação para fortalecer o setor (resiliência).

Além da OMT, o *World Travel & Tourism Council* (WTTC) divulgou, no segundo semestre de 2020, quatro perspectivas para o futuro do turismo, que vem se configurando como tendências globais para a retomada das viagens e turismo. A primeira tendência é a evolução da demanda, que demonstra um viajante mais disposto a estar perto de casa, viajando para destinos mais próximos e buscando lugares abertos e em contato com a natureza. A segunda tendência trata da questão da saúde e higiene, onde os viajantes de curto e médio prazo estarão mais preocupados em consumir de empresas e destinos que comuniquem adequadamente seus protocolos de higiene e passem confiança. A terceira tendência trata da importância da inovação e da digitalização, onde soluções digitais integradas devem facilitar as viagens, ao mesmo tempo em que transmitem segurança da proteção de dados dos clientes. Por fim, o WTTC aponta a busca pela sustentabilidade, considerando que a procura por empreendimentos e práticas sustentáveis, bem como o apoio e o envolvimento das comunidades locais, terão grande influência nas decisões dos viajantes.

Em nível nacional, entre abril e junho de 2020, diversos órgãos governamentais, entidades de pesquisa e do setor privado do Brasil – como Ministério do Turismo, Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Associação Brasileira das Agências de Viagens (ABAV) – também publicaram documentos orientadores da retomada do turismo, num cenário em que se projetava o retorno gradual das atividades em poucas semanas ou meses. E embora lançados após o documento da OMT, em sua maioria, essas entidades apresentavam diagnóstico dos impactos da pandemia no setor, previsão de retomada pautada principalmente nas medidas de biossegurança e ações de apoio às empresas turísticas.

Também o documento “Retomada do Turismo” (2020), o primeiro elaborado pelo Ministério do Turismo e lançado em novembro de 2020, visava estabelecer uma aliança para a recuperação do setor, por meio de ação conjunta com diferentes atores-chave do setor “a fim de mitigar o impacto socioeconômico da COVID-19 e acelerar a recuperação” (MTur, 2020, p.5). O documento apresentou um panorama do setor e um plano de retomada dividido em 4 eixos de atuação (preservação de empresas e de empregos no setor do turismo, melhoria da estrutura e da qualificação dos destinos turísticos, implantação de protocolos de biossegurança, e promoção e incentivo às viagens) e 17 ações estratégicas, das quais 4 são diretamente vinculadas à inclusão econômica e retomada do emprego; 5 são ações que visam a formação de um mercado mais resiliente; 2 são diretamente relacionadas à recuperação econômica, 2 se referem diretamente a treinamento para protocolos de biossegurança e 4 são estratégias de comunicação. No entanto, verificou-se que este instrumento não tratou sobre elementos relacionados à sustentabilidade, o que, de acordo com Vărzaru et al. (2021), dificulta o processo de adoção de ações em direção à sustentabilidade nos pequenos negócios turísticos, considerando o papel de incentivo dos governos. Além disso, esse planejamento se limitou a definir ações de curto prazo (que são apenas respostas imediatas à crise), em oposição a planejamentos que permitem

umentar, de fato, a resiliência dos sistemas turísticos locais (Neshat et al., 2021; Rastegar et al., 2021).

Percebe-se que os órgãos internacionais de turismo estão alinhados no sentido de projetar o futuro da atividade pautados na diversificação, tecnologia, segurança, sustentabilidade, inclusão e resiliência. As tendências e premissas apontadas em âmbito internacional deveriam servir de balizadores dos planos de retomada do turismo orientados por agências e órgãos públicos no Brasil. Contudo, conforme será apresentado a seguir, as ações dos governos estaduais, demonstrados nos seus planos de retomada, buscaram um caminho mais pautado na retomada imediata das atividades e conseqüentemente na manutenção de empregos no setor.

### **Sustentabilidade, Inclusão e Resiliência nos Planos Estaduais de Retomada do Turismo**

Das 27 unidades federativas brasileiras, apenas 10 apresentaram<sup>1</sup> com alguma publicidade documentos norteadores para o setor de turismo em específico e econômico de modo geral, com vistas ao enfrentamento dos impactos da pandemia. Além disso, foram elaborados alguns planos específicos para destinos e regiões turísticas já consolidadas dentro dos estados. Todos os documentos estaduais, levantados e apresentados na Tabela 2, são do ano de 2020, mas alguns não apresentam no documento o seu mês de lançamento. A Tabela 2 apresenta ainda os objetivos e a descrição de cada um desses documentos. As iniciativas aqui encontradas em nível estadual podem ser divididas em duas vertentes distintas: orientações de medidas sanitárias e de biossegurança para atividades turísticas retomarem suas atividades (6); planos de retomada do turismo (3) e lista de ações a serem implementadas (1).

#### **Tabela 2**

*Documentos Estaduais Orientadores da Retomada do Turismo a partir da pandemia da COVID-19*

<b>UF: documento, data</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Descrição</b>
Ceará: Plano de Retomada Responsável das Atividades Econômica e Comportamentais (sem data)	Não há objetivos expressos nos documentos setoriais.	Elaborou protocolos sanitários setoriais de reabertura das atividades econômicas em geral, que incluem as principais atividades características do turismo (ACTs).

<b>UF: documento, data</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Descrição</b>
Mato Grosso do Sul: Plano de Retomada do Turismo em Mato Grosso do Sul (sem data)	Trabalhar com linhas estratégicas com vistas à retomada das atividades turísticas e recuperação do setor, pautadas nas premissas de segurança, protocolo e monitoramento.	Estrutura principal: Premissas Gerais e Eixos de atuação.
Minas Gerais: Documento orientador para o setor de turismo de turismo de MG (sem data)	(a) Servir de fonte segura de informações relacionadas ao setor do turismo frente aos impactos causados pela pandemia COVID-19 e também como um documento norteador para a tomada de decisões e iniciativas a serem promovidas no pós-isolamento; (b) unificar em um só documento ações dos âmbitos federais e estaduais bem como documentos e outros materiais que têm sido produzidos por entidades e instituições parceiras para informar e orientar os setores público e privado do turismo de Minas Gerais.	Estrutura principal: Objetivos, Cenário e Projeção; Medidas da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (SECULT); Medidas Estaduais; Medidas Federais; Medidas de setores e entidades empresariais; Desafios pós-COVID. Até o momento, são 12 documentos lançados com atualizações das medidas em nível estadual e federal.
Pará: RETOMAPARÁ: Projeto de retomada segura das atividades características do turismo (sem data)	Proteger a população de trabalhadores, consumidores e público em geral.	Estabelece procedimentos gerais e procedimentos específicos por ACTs com relação a protocolos de biossegurança e prevenção à COVID-19.

<b>UF: documento, data</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Descrição</b>
Rio de Janeiro: Turismo Consciente – 10 mandamentos para a retomada do turismo pós-COVID-19 (sem data)	Orientar empresas e auxiliar os turistas para a retomada da atividade – quando autorizada pelas autoridades sanitárias – para que a volta dos deslocamentos das pessoas seja feita de forma ordenada e protegida.	Estabelece 10 medidas orientadoras de ações para empresas com relação aos protocolos de biossegurança e prevenção da COVID-19. Institui um selo para as empresas que seguirem todas as normas, mas não deixa claro como será a implantação do selo. Estrutura principal: Critérios mínimos gerais de biossegurança; Comunicação dos prestadores de serviços sobre as normas gerais de biossegurança; Considerações Finais; Plano de treinamento do SENAC/RN. Na sua apresentação cita que o plano de retomada será desenvolvido ao longo de 18 meses em 7 vertentes, mas elas não são mencionadas ou detalhadas ao longo do documento, que parece ser o detalhamento da primeira vertente: protocolos de saúde, especificamente para as atividades turísticas.
Rio Grande do Norte: Plano de Retomada do turismo no RN (maio 2020)	<b>Geral:</b> \ Oferecer diretrizes de enfrentamento à COVID 19 para a retomada da atividade turística no Rio Grande do Norte. <b>Específicos:</b> \ (a) Definir fluxo geral de atendimento a casos de turistas com suspeita de COVID-19 ou que informem estarem com sintomas a ser seguido pelas empresas de Turismo; (b) Definir critérios mínimos gerais de higiene pessoal, segurança sanitária, distanciamento social e sanitização de ambientes a serem seguidas pelos segmentos relacionados à atividade turística. Estimular o retorno do setor, de recuperar os impactos econômicos, apoiar e motivar o segmento, empreendimentos e empreendedores.	Não há um documento a ser baixado, apenas notícias do lançamento do plano e menção de algumas ações e projetos a serem implementados.
Rondônia: Não foi possível encontrar o nome (agosto 2020)		

<b>UF: documento, data</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Descrição</b>
Roraima: Plano de Retomada do Turismo de Roraima – Gestão de Crise / COVID-19 (sem data)	Conceber, por meio do plano de retomada do turismo, medidas capazes de mitigar o cenário instalado pela pandemia da COVID-19 bem como dispor de ações voltadas ao fortalecimento da atividade turística pós-crise em Roraima.	Estrutura principal: Diretrizes para a retomada; Projeção e Proposições; Medidas mitigadoras; Ações de fortalecimento do turismo; Monitoramento.
Santa Catarina: Diagnóstico Econômico e Plano de Retomada do Turismo Catarinense (junho 2020)	a) apresentar uma visão geral deste setor econômico em Santa Catarina; (b) estimar as consequências da crise vivenciada a partir da segunda metade de março de 2020; (c) apresentar o posicionamento da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (Santur) frente à situação; (d) propor ações e projetos para fortalecimento do setor.	Estrutura principal: Diagnóstico; Impactos da Pandemia; Gestão de Crise; Estratégias pós-crise; Análise SWOT.
São Paulo: Plano SP de Retomada Consciente (sem data)	Não há objetivos expressos no documento.	Estabelece fases e critérios para a retomada econômica no Estado conforme o avanço ou recuo da pandemia da COVID-19, priorizando atividades econômicas com maior vulnerabilidade econômica e empregatícia.

Os documentos dos estados do Ceará e São Paulo apresentam normas de biossegurança e, no caso de São Paulo, fases para a retomada das atividades econômicas em geral, incluindo as atividades relacionadas ao turismo. Minas Gerais, Pará, Rio de Janeiro e Rio Grande do Norte estabelecem medidas gerais de biossegurança para as atividades características do

turismo. Para o estado de Rondônia não é possível encontrar um documento a ser baixado, apenas a divulgação do seu lançamento na página eletrônica do governo do estado, bem como uma lista de ações a serem implementadas a partir desse lançamento. Nota-se que a maioria dos estados brasileiros não elaborou instrumentos que contemplem os diferentes aspectos necessários para a gestão da crise, prevalecendo a adoção de protocolos de emergência e biossegurança frente à necessidade de também se reorganizar assistência financeira, estratégias de marketing, quesitos de sustentabilidade e engajamento (Aldao et al., 2021).

Embora quase todos os documentos se intitulem como “planos”, é importante ressaltar que nem todos se caracterizam como tal, isso porque nem todos apresentaram metas e horizonte temporal definidos (Costa et al., 2019; Souza, 2020; Vilela & Costa, 2020). Aqui, destaca-se o Plano de retomada do RN que cita o prazo de 18 meses para sua implementação, apesar de não serem detalhadas, e que prevê ações focadas na comunicação dos prestadores de serviços, em diálogo com a necessidade de otimização dos aspectos de engajamento e comunicação destacados por Dredge e Jamal (2015).

Os planos são instrumentos do planejamento que orientam a implementação e a gestão das ações nele definidas, dentro de um prazo determinado. Para atingir esse objetivo, é necessário que contenham alguns elementos básicos que permitam cumprir sua função. Para Carvalho (1973), o plano se configura como um documento mais abrangente que os programas e projetos, e nele devem conter os estudos, análises situacionais e diagnósticos que permitam identificar os pontos a serem atacados por meio dos programas e projetos. Além disso, deve conter objetivos, estratégias e metas da entidade que o criou. No âmbito do planejamento público, os planos de desenvolvimento se configuram como instrumentos que norteiam a execução das políticas previamente estabelecidas, e devem conter elementos que permitam identificar os caminhos a serem percorridos no médio prazo, para o alcance dos seus objetivos.

Partindo dessas premissas, identificou-se entre os dez documentos estaduais de retomada do turismo pós-pandemia, apenas três planos que estabelecem objetivos, diretrizes e ações a serem executadas, sendo eles os documentos dos estados de Mato Grosso do Sul, Roraima e Santa Catarina, que serão detalhados na Tabela 3.

### **Tabela 3**

*Sustentabilidade, Inclusão e Resiliência nos Planos Estaduais de Retomada do Turismo – MS, RR e SC*

#### **Mato Grosso do Sul**

<b>Sustentabilidade</b>	Não identificado
<b>Inclusão</b>	<b>2 estratégias:</b> - Construção da Matriz Insumo-Produto (MIP) do Turismo de MS (p. 26). - Criação de Campanha de incentivo ao turismo regional (p.42).

## **Mato Grosso do Sul**

### **Resiliência**

**3 estratégias:** - Monitoramento de cenário e projeções de retomada (Pag. 29). - Fortalecimento e profissionalização das Instâncias de Governança Regionais (IGRs) do Turismo de Mato Grosso do Sul (p.33). - Reforço no relacionamento com Operadores e Agentes de Turismo (Pag. 46).  
**4 Ações:** - Sistematizar os principais resultados oriundos da matriz insumo-produto por meio de *Business Intelligence* (BI), cuja ferramenta ficará disponível para consulta, possibilitando inteligência competitiva e a atração de investimentos (p.28). - Negociação de novos voos que ampliem a capacidade de acesso de MS, oferecendo maior competitividade ao estado na retomada do turismo (p.32). - Elaboração do Plano Estratégico das IGRs para horizontes de curto, médio e longo prazo (p.34). - Apoio e incentivo à gestão profissional das IGRs de Mato Grosso do Sul. (p.34).

## **Roraima**

### **Sustentabilidade**

**3 diretrizes:** - Promover, de forma participativa e sustentável, os produtos e serviços de toda a cadeia produtiva do turismo de Roraima (p. 12). - Contribuir para a adoção de padrões de visitação sustentáveis em todos os núcleos, atrativos e recursos turísticos de Roraima (pag. 12). - Buscar permanentemente os meios para implementar parcerias locais, regionais, nacionais e globais para o desenvolvimento sustentável (pag. 12).

### **Inclusão**

**4 diretrizes:** - Encorajar a construção de medidas inclusivas e sustentáveis de inovação em todo os setores do turismo (p. 12). - Empreender esforços para reduzir a desigualdade em todo Estado de Roraima (pag. 12). - Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e emprego produtivo para todos (pag. 12). - Assegurar uma educação turística inclusiva e equitativa de qualidade, promovendo oportunidades de aprendizagem para todos (pag. 12).

### **Resiliência**

**3 Ações:** - Fortalecimento do turismo interno (pag. 25). - Atividades de capacitação, qualificação e estruturação de municípios turísticos (pag. 27). - Atividades de capacitação, qualificação e estruturação de programa de Etnoturismo em terras indígenas (pag. 27).  
**1 diretriz:** - Inovar em ações que dinamizem o paradigma do turismo local e regional (pag. 12).

### **Roraima**

**2 ações:** - Cursos para o programa de educação turística para áreas técnicas mais afetadas (pag. 26). - Retomada de planejamento de nova rota turística (pag. 27).

### **Santa Catarina**

#### **Sustentabilidade**

**3 ações:** - Estimular práticas de sustentabilidade, sanitização e controle da informação” (p. 47) -Estimular o “Estado Mais Azul”(certificação de qualidade socioambiental em praias e equipamentos náuticos) (pag. 50).

#### **Inclusão**

**3 ações:** - Viaje mais SC (incentivo e fortalecimento do turismo interno) (pag. 49); - Desburocratização de parcerias público-privadas (pag. 48). - Turismo 4.0 (pag. 50).

#### **Resiliência**

**4 ações:** - Reconhecimento de negócios com medidas adequadas.” (p. 48) - Mapeamento de zonas de interesse turístico (pag. 50). - Inteligência do Turismo (pag. 50). - Programa Inovatur (pag. 50).

O documento “Plano de Retomada do Turismo em Mato Grosso do Sul” apresenta 2 eixos principais de atuação – Articulação e Implementação, e um total de 16 estratégias, com objetivos para cada uma delas. As seis estratégias do eixo Articulação são direcionadas a ações emergenciais que apoiam a estabilidade econômica das empresas do setor, e a articulação com diferentes atores governamentais e sociais para a colocar as necessidades do setor na pauta das discussões e decisões. As dez estratégias do Eixo Implementação são divididas principalmente em fortalecimento da resiliência do setor, comunicação e inclusão.

O “Plano de Retomada do Turismo de Roraima” se estrutura em Diretrizes e Ações Específicas. Das dez diretrizes descritas no plano é possível identificar oito delas com um alinhamento às recomendações da OMT no que tange à ideia da retomada com o viés da sustentabilidade, inclusão e resiliência. Além disso, o plano conta com nove ações específicas de preparação para a retomada do turismo que versam, principalmente, sobre educação e capacitação, comunicação e investimento.

Já o “Diagnóstico Econômico e Plano de Retomada do Turismo Catarinense” apresenta o diagnóstico do impacto da pandemia no turismo do estado, e lista 19 ações e projetos estratégicos que estão sendo implementados em 3 eixos (Certificações, Mercado e Estruturante), que compõem a estratégia pós-crise para o fortalecimento do mercado turístico catarinense. Das ações e projetos listados, pode-se identificar pelo menos três ações com forte viés para a sustentabilidade, três ações voltadas para a inclusão e outras quatro com viés para a resiliência da atividade turística. Porém ressalta-se que essas ações não estão detalhadas e não possuem prazos para execução.

No caso do documento elaborado pela Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul,

percebe-se uma aproximação maior com a vertente da resiliência, sobretudo no que tange à recuperação das empresas em curto, médio e longo prazos, além de ser o documento que mais se aproxima do formato esperado de um plano. Já o documento elaborado pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento de Roraima é, dentre os três planos destacados, o que apresenta diretrizes mais alinhadas com os aspectos da sustentabilidade, inclusão e resiliência. O documento elaborado pela Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina, dentre aqueles considerados como planos, embora apresente ações e estratégias de médio prazo, é o que menos se aproxima dos aspectos de sustentabilidade, inclusão e resiliência, pois a citação de suas ações não permite estimar se o seu alcance cumprirá com essas premissas.

Assim, percebe-se que os documentos elaborados e publicados pelos governos estaduais, embora posteriores ao documento da OMT, que poderia ter lhes servido de balizador, são de modo geral muito mais voltados para o enfrentamento da crise no que diz respeito a pensar e implementar ações e estratégias que permitam a reorganização do setor para retomar suas atividades, preferencialmente em curto prazo e com foco na dimensão econômica.

Isso pode se dar pelas projeções estimadas no primeiro semestre de 2020, quando a maior parte dos documentos foi elaborada, que tratavam a pandemia como uma questão de meses, até que se pudesse começar um retorno aos padrões do período pré-pandemia. Isso pode ser verificado nos documentos que tratam especificamente de estabelecer medidas de biossegurança para as atividades ligadas ao setor de turismo. Outros documentos, mais aproximados do que se caracteriza um plano de ação, apresentam uma expectativa de retorno, mas entendendo que o processo de recuperação demandaria mais tempo e esforços, também por parte do poder público. Verifica-se isso naqueles que expressam além de ações, estratégias e diretrizes de médio e longo prazo para a reestruturação do setor.

Contudo, o planejamento – para ser estratégico – requer uma visão de longo prazo, que possa vir a projetar os futuros cenários e quais as medidas necessárias a cada um deles. Tal como apontado anteriormente nos estudos de Neshat et al. (2021) e Rastegar et al. (2021), a cenarização permite ampliar as chances de resiliência dos empreendimentos turísticos, sobretudo dos pequenos negócios, que são hoje no mundo, a maioria.

Ao comparar os planos de retomada do turismo aqui analisados com o documento norteador da OMT, evidencia-se que os governos locais e o governo federal não se preocupam suficientemente com estratégias de longo prazo. Por estarem muito próximos das empresas e entidades do setor, acabam por ficar na esteira das respostas imediatistas, necessárias à manutenção dos empregos e a sustentação econômica das empresas. E, embora o viés econômico seja fundamental em momentos de crise, como forma de ajudar as empresas a sobreviverem durante o período, é importante não perder de vista que o papel fundamental do poder público é fazer um planejamento macro, que contemple as dimensões sociocultural e ambiental, e que possa garantir a resiliência ao setor para que futuras crises tenham seus efeitos amenizados.

Além da resiliência, os aspectos de inclusão e sustentabilidade, principalmente em relação à dimensão ambiental e sociocultural, devem ser ressaltados e não apenas em contextos de crise ou no período de pandemia. Como foi apontado por Sánchez-Teba et al. (2020), a opinião pública, o mercado internacional e o mercado emissor doméstico tendem a olhar para destinos que cuidam dos empregos e promovem desenvolvimento econômico e social local com foco na sustentabilidade.

### **Conclusões**

O desenvolvimento e profissionalização do setor de turismo no Brasil passam por uma gestão integrada dos serviços turísticos. A análise prospectiva e o planejamento se constituem em etapas fundamentais da gestão que, pelo que se pode observar por meio deste trabalho, deixou a desejar do ponto de vista de requisitos básicos preconizados pela literatura e por órgãos representativos que regem o setor.

O planejamento deve mirar em ações de médio e longo prazo que se desdobram em atividades de curto prazo, e os investimentos não podem se ater a metas imediatistas. O imediatismo, invariavelmente é fonte de desperdício de recursos preciosos em um país carente deles. Os planos analisados conduzem a conclusões de que não foram aproveitadas as principais lições obtidas com a crise pandêmica, que é inédita pela dimensão, mas não pelo fato de que pandemias são e serão frequentes e afetam as viagens de turismo.

Deste modo, esperava-se que os planos de retomada não se ativessem apenas a ações emergenciais, mas que se pudesse aproveitar a oportunidade para rever erros em relação a sistemas de governança e engajamento, desenvolvimento local e impactos negativos sobre o meio ambiente e inclusão, tanto das comunidades locais como dos mercados domésticos. As políticas públicas poderiam ter sido repensadas para fortalecer o setor de modo que pequenos negócios turísticos estejam mais preparados em futuras crises, com medidas de incentivos fiscais, capacitação, associativismo e cooperativismo, entre outras medidas.

De maneira geral, não se percebem tais requisitos na maior parte dos planos estaduais de retomada do turismo a partir da COVID, que privilegiam ações voltadas para a dimensão econômica do turismo. Apenas 10 das 27 unidades federativas publicizaram algum tipo de planejamento específico para o turismo e dessas, apenas 3 se aproximam do que seja um planejamento de fato. E mesmo dentre essas, há pouco engajamento dentro do conjunto das premissas internacionais para gestão de crise e retomada do turismo, que podem contribuir não apenas para a retomada do setor, mas para o seu fortalecimento no enfrentamento de futuras crises. As projeções dadas pela maior parte dos documentos de retomada do turismo elaborados pelos estados brasileiros se pautaram nas ações emergenciais e de curto prazo, priorizando a recuperação econômica das empresas. Portanto, a quantidade e qualidade das estratégias ligadas à sustentabilidade, inclusão e resiliência também é limitada e insuficiente, sendo que se identificou que a sustentabilidade é ainda menos abordada em relação aos outros dois requisitos.

Percebe-se que a pandemia da COVID-19, um episódio que vem causando tanta dor e prejuízo, não foi até o momento, suficiente para se tornar fonte de aprendizado e mudança

de pensamento e ação estratégica dos governos estaduais e suas respectivas instituições de fomento, pelo menos no que concerne aos planos de recuperação do setor de turismo. Apesar de reconhecer que, na emergência sanitária, as ações foram no sentido de recuperar empregos e empresas, são os governos que têm a prerrogativa maior de promover e liderar a gestão integrada do setor turístico a longo prazo. Nesse sentido, os planos de retomada do turismo, mesmo com suas deficiências, precisam ser implementados sem, contudo, abrir mão de revisões periódicas que devem ser características do planejamento estratégico, pautados nas premissas de sustentabilidade, resiliência e inclusão.

Passados dois anos da decretação da pandemia da COVID-19 e na esteira da retomada do setor, espera-se que a governança do turismo seja fortalecida e se volte para pensar o futuro com balizas mais sólidas no caminho das premissas da sustentabilidade, resiliência e inclusão, que são por fim, o único caminho possível no horizonte de uma atividade turística sustentável.

### Referências

- Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR). (2020). *Diagnóstico Econômico e Plano de Retomada do Turismo Catarinense*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de [https://www.sc.gov.br/images/Secom\\_Noticias/Documentos/Diagnostico\\_Economico\\_e\\_Retomada\\_do\\_Turismo\\_SC.pdf](https://www.sc.gov.br/images/Secom_Noticias/Documentos/Diagnostico_Economico_e_Retomada_do_Turismo_SC.pdf). Acesso em 14 de Dezembro de 2021.
- Akhtar, N., Khan, N., Mahroof Khan, M., Ashraf, S., Hashmi, M.S., Khan, M.M., & Hishan, S.S. (2021). Post-covid 19 tourism: Will digital tourism replace mass tourism? *Sustainability (Switzerland)*, 13(10). DOI: 10.3390/su13105352.
- Aldao, C., Blasco, D., Espallagas, M.P., & Rubio, S.P. (2021). Modelling the crisis management and impacts of 21st century disruptive events in tourism: the case of the COVID-19 pandemic. *Tourism Review*, 76(4), 929-941. DOI: 10.1108/TR-07-2020-0297.
- Assine, M.L., & Soares, P.C. (2004). Quaternary of the Pantanal, west-central Brazil. *Quaternary International*, 114(1), 23-34. [https://doi.org/10.1016/S1040-6182\(03\)00039-9](https://doi.org/10.1016/S1040-6182(03)00039-9)
- Brasil. (2021). *Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil*. Brasília. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/401>.
- Carvalho, H.M. (1973). *O que é planejamento. Introdução à teoria do planejamento*. São Paulo: Brasiliense. Cap. 1, 11-56.
- Corbisiero, F., & Monaco, S. (2021). Post-pandemic tourism resilience: changes in Italians' travel behavior and the possible responses of tourist cities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(3), 401-417, 2021. DOI: 10.1108/WHAT-01-2021-0011.
- Costa, H.A., Marques, N., & Weber, M. (2019). Políticas públicas de turismo: uma análise crítica dos planos de marketing turístico federais brasileiros. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(3). <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.19n3.2019.1579>

Costa, S.P., & Sonaglio, K.E. (2017). Gestão do Turismo em Tempos de Crises e Vulnerabilidades. *Revista Turismo Contemporâneo*. 5(1), 98-117.

Dredge, D., & Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285-297. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>.

Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul [FUNDTUR]. (2020). *Plano de Retomada do Turismo em Mato Grosso do Sul*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de [https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/Plano-de-Retomada-do-Turismo-em-Mato-Grosso-do-Sul\\_2020.pdf](https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/Plano-de-Retomada-do-Turismo-em-Mato-Grosso-do-Sul_2020.pdf)

Governo do Ceará. (2020). *Plano de Retomada Responsável das Atividades Econômicas e Comportamentais*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://www.ceara.gov.br/plano-de-retomada/>

Governo de São Paulo. (2020). *Plano São Paulo de Retomada Consciente*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://www.saopaulo.sp.gov.br/wp-content/uploads/2020/08/PlanoSP-apresentacao-v2.pdf>

Governo do Rio de Janeiro. (2020). *10 Mandamentos para a Retomada do Turismo pós-COVID-19*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de [http://turismoconsciente.rj.com.br/wp-content/uploads/2020/06/10-mandamentos\\_TURISMO-CONSCIENTE.pdf](http://turismoconsciente.rj.com.br/wp-content/uploads/2020/06/10-mandamentos_TURISMO-CONSCIENTE.pdf)

Governo do Rio Grande do Norte. (2020). *Plano de Retomada do Turismo no Rio Grande do Norte*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de [https://www.rn.senac.br/uploads/downloads/download\\_252.pdf](https://www.rn.senac.br/uploads/downloads/download_252.pdf)

Governo de Rondônia. (2020). *Governo de Rondônia apresenta plano de retomada ao turismo no Estado*. 10 de Agosto de 2020. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://rondonia.ro.gov.br/governo-de-rondonia-apresenta-plano-de-retomada-ao-turismo-no-estado/>

Ministério do Turismo [MTur]. (2020). *Retomada do Turismo*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://retomada.turismo.gov.br/#:~:text=As%20a%C3%A7%C3%B5es%20para%20a%20Retomada,em%20especial%20as%20viagens%20a>

Neshat, N., Moayedfar, S., Rezaee, K., & Biuki, N.A. (2021). Sustainable planning of developing tourism destinations after COVID-19 outbreak: a deep learning approach of Policy Research in Tourism. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, (1-21). <https://doi.org/10.1080/19407963.2021.1970578>

Neves, C.S.B., Carvalho, I.S., Souza, W.F.L., & Filippim, M.L. (2021). Os impactos da COVID-19 nas viagens de turistas brasileiros: conjuntura e perspectivas na eclosão e na expansão da pandemia no Brasil. *Turismo - Visão e Ação*, 23(1), 2-25. DOI: 10.14210/rtva.v23n1.p2-25

Observatório de Turismo de Minas Gerais. (2020). *Documento Orientador para o Setor de turismo de Minas Gerais*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/?p=8117>

Organização das Nações Unidas [ONU]. (2022). *Rever totalmente o turismo global pode representar uma oportunidade no pós-pandemia*. ONU News - Perspectiva Global Reportagens Humanas. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://news.un.org/pt/story/2022/01/1775802>

Pardo, C., & Ladeiras, A. (2020). COVID-19 “tourism in flight mode”: a lost opportunity to rethink tourism – towards a more sustainable and inclusive society. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 671-678. DOI: 10.1108/WHATT-07-2020-0064.

Rastegar, R., Higgins-Desbiolles, F., & Ruhanen, L. (2021). COVID-19 and a justice framework to guide tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 103161. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103161>

Sánchez-Teba, E.M., García-Mestanza, J., & Rodríguez-Fernández, M. (2020). The application of the inbound marketing strategy on costa del sol planning & tourism board. Lessons for post-covid-19 revival. *Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su12239926>

Secretaria de Estado de Planejamento e Desenvolvimento de Roraima [SEPLAN]. (2020). *Plano de Retomada do turismo de Roraima – Gestão de Crise / COVID-19*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de [http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/1-%20PLANO%20DE%20RETOMADA%20DO%20TURISMO%20-%20RR\\_v1.pdf](http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/1-%20PLANO%20DE%20RETOMADA%20DO%20TURISMO%20-%20RR_v1.pdf)

Secretaria de Turismo do Pará. RETOMAPARÁ. (2020). *Projeto de Retomada Segura das Atividades Características do Turismo*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://www.covid-19.pa.gov.br/retomapara/assets/pdf/12.pdf>

Setyadi, R. (2021). Analysing Tourism Application Using Information Technology Governance Trust Model in COVID-19 Pandemic Situation. *Journal of Physics: Conference Series*, 1842(1). DOI: 10.1088/1742-6596/1842/1/012006.

Sohn, J.I., Alakshendra, A., Kim, H.J., Kim, K.H., & Kim, H.D. (2021). Understanding the new characteristics and development strategies of coastal tourism for post-covid-19: A case study in korea. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). DOI: 10.3390/su13137408.

Souza, M.C.C. (2020). O Estado e o turismo no Brasil: análise das políticas públicas no contexto da pandemia da COVID-19. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(1), 1-13. DOI: 10.7784/rbtur.v15i1.2137.

Taleb, N.N. (2008). *A Lógica do cisne negro*. Rio de Janeiro: BestSeller.

United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]. (2021). *We urgently need to kickstart tourism’s recovery but COVID-19 crisis offers an opportunity to rethink it*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://unctad.org/news/we-urgently-need-kickstart-tourisms-recovery-covid-19-crisis-offers-opportunity-rethink-it>

Vărzaru, A.A., Bocean, C.G., Cazacu, M. (2021). Rethinking tourism industry in pandemic covid-19 period. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12), 1–19. DOI: 10.3390/su13126956.

Vilela, G.J.P., & Costa, H.A. (2020). Políticas Públicas de Turismo: uma análise crítica dos planos nacionais de turismo do Brasil (2003-2022). *Revista Turismo em Análise*, 31(1), 115-132. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p115-132>

Watkins, R.E., Cooke, F.C., Donovan, R.J., Macontyre, C.R., Itzwerth, R., & Plant, A.J. (2008). Tackle the problem when it gets here: Pandemic preparedness among small and medium businesses. *Qualitative Health Research*, 18(7), 902–912. DOI: 10.1177/1049732308318032.

World Bank Blogs. (2021). *Tourism in the post-COVID world: Three steps to build better forward*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://blogs.worldbank.org/voices/tourism-post-covid-world-three-steps-build-better-forward>. Acesso em 15/10/2021.

World Tourism Organization [WTO]. (2020). *Supporting Jobs and Economies Through Travel & Tourism: a call for action to mitigate the socio-economic impact of covid-19 and accelerate recovery*. Madri: UNWTO. Recuperado em 01 dezembro 2021 de [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19\\_Recommendations\\_English\\_1.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf).

World Tourism Organization [WTO]. (2021). *Covid-19 Rebuilding Tourism: For people, planet and prosperity*. Recuperado em 01 dezembro 2021 de <https://www.unwto.org/covid-19-highlights>. Acesso em 15/10/2021.

---

## Autores

**Maria Cristiane Fernandes da Silva Lunas:** Bacharel em Turismo. Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional pela Universidade Anhanguera-UNIDERP. Professora Adjunta da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). E-mail: [crisfernandes@uems.br](mailto:crisfernandes@uems.br)

**José Roberto da Silva Lunas:** Administrador. Doutor em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília. Professor Associado da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: [lunas@uems.br](mailto:lunas@uems.br)

**Nayara Marques:** Bacharel em Turismo. Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável no Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB). E-mail: [nayararmarques@gmail.com](mailto:nayararmarques@gmail.com)

## Nota

<sup>1</sup> Foram realizadas consultas às páginas eletrônicas e consultas via e-mail a oficiais dos órgãos de turismo das 27 Unidades Federativas, além da utilização de mecanismos de busca eletrônica por palavras-chave.

# Plásticos de uso único no turismo costeiro: um debate urgente

## Single-use plastics in coastal tourism: an urgent debate

**Helena Costa, Jaqueline Gil, Elimar Nascimento, Alexander Turra, David Bouças, Nayara Marques, Júlia Souto**

### Resumo

O capítulo aborda a poluição por plásticos de uso único no litoral brasileiro e nos oceanos, refletindo sobre o posicionamento do setor de turismo diante deste desafio global contemporâneo e urgente. O turismo tem duplo papel em relação à poluição plástica: é tanto gerador quanto afetado. São expostos o olhar internacional e a perspectiva brasileira sobre as iniciativas para enfrentar a questão. É central na análise a pesquisa de campo realizada com 84 entrevistas a atores relevantes do turismo brasileiro, em 11 praias situadas em 6 UFs. Os resultados mostram que o tema dos plásticos de uso único não habita a agenda prioritária do setor de turismo brasileiro. Há evidências de maior atenção ao tema internacionalmente do que nacionalmente. Existem avanços, apesar de ações ainda limitadas frente às dimensões do problema, à extensão do litoral brasileiro e à dependência do turismo de recursos naturais litorâneos. Predominou o entendimento de que o turista brasileiro tende a ser pouco exigente quanto à poluição plástica das praias e não exerce suficiente pressão para gerar mudanças. São ainda poucas alternativas comercialmente viáveis para substituição ou reciclagem dos plásticos, e é limitada a ação do setor público na produção de conhecimento, na adoção e na implementação de políticas públicas eficientes. Um dos maiores desafios é superar a produção econômica linear para avançar rumo à circularidade no uso dos plásticos, indicada como o caminho eficaz para atacar o problema, acelerado pela pandemia da COVID-19.

**Palavras-chave:** Plásticos de Uso Único; Turismo; Litoral; Pandemia da COVID-19; Brasil.

### Abstract

The chapter addresses pollution by single-use plastics on the Brazilian coast and in the oceans, reflecting on the positioning of the tourism sector in the face of such a contemporary and urgent global challenge. Tourism has a dual role concerning plastic pollution: it is both a generator of debris and an affected sector. International and

Brazilian perspectives and initiatives to act against the problem are presented. The field research carried out with 84 interviews with relevant actors of Brazilian tourism, on 11 beaches located in six states, is central to the analysis. The results show that the issue of single-use plastics does not stage on the priority agenda of the Brazilian tourism sector, neither public nor private. There is evidence of greater attention to the issue internationally than nationally. Despite advances, actions are still limited given the broad dimensions of the problem, the wide extension of the Brazilian coast, and the high dependence on its coastal natural resources for tourism activities. The prevailing understanding is that Brazilian tourists tend to be indifferent to plastic pollution on beaches and do not exert enough pressure to generate changes. There are still limited commercially viable alternatives for replacing or recycling plastics, and the action of the public sector in leading or promoting the production of knowledge, adopting, or implementing efficient public policies is limited. One of the biggest challenges is to overcome linear economic production and move towards circularity in the tourism activities, indicated as the effective way to tackle the problem, accelerated by the COVID-19 pandemic.

**Keywords:** Single Use Plastics; Tourism; Coastal Areas; COVID-19 Pandemic; Brazil.

*Marcela contou os dias para aquela semana de férias de verão com sua família, no maravilhoso litoral do Brasil. No dia da viagem, animada, chegou com antecedência ao aeroporto. Pediu que passassem filme plástico nas quatro malas, para evitar qualquer avaria. A família aproveitou para almoçar antes do embarque. As refeições foram servidas com pratos e talheres plásticos descartáveis. As bebidas, em garrafas PET, junto com uma torre de copos plásticos e um canudo para cada. Já no avião, o serviço de bordo ofereceu água mineral em copinhos descartáveis e dois saquinhos de snacks para cada viajante. Duas horas mais tarde, os comissários recolheram os descartes de mais de 200 passageiros: uma enormidade de resíduos. Na chegada ao destino, uma simpática recepção pelo motorista da van que os levou até o destino. Ganharam brindes em uma sacolinha plástica com a logo da empresa líder em receptivo local. Um pedaço de bolo típico da região e uma fruta fresca, protegidos por plástico filme, além de bombons artesanais de castanha, embalados em plástico metalizado e colorido. Já no lobby da pousada, à beira mar, quatro garrafinhas plásticas de água foram oferecidas a eles. No apartamento, travesseiros, cobertor, controle remoto, toalhas e copos estavam protegidos por plásticos, a fim de indicar que estavam higienizados. O frigobar tinha mais 12 garrafas de água e sucos, todas de plástico. As miniaturas de shampoo e condicionador, com essência de flor de cacto, oferecidas em embalagens descartáveis individuais. No dia seguinte, na beira da piscina, os drinks vinham em copos descartáveis, os petiscos eram acompanhados de guardanapos e palitinhos, também envoltos em plásticos. Na praia, água de coco com canudos plásticos e picolés para as crianças, que ao soltarem as*

*embalagens por um segundo, as viram voar até o mar. Passeando na feirinha de artesanato, compraram lembrancinhas, todas embaladas em sacolas plásticas, que seriam descartadas logo mais, ao arrumar as malas. O lixo da pousada, armazenado em grandes sacos plásticos escuros, não indicava distinção de tipos de resíduos, afinal tudo seria misturado no caminhão de coleta até chegar ao lugar onde seria despejado, provavelmente, no aterro ao ar livre e com imensos riscos de vazamento para a natureza, alcançando o oceano e começando uma cadeia de problemas para a vida marinha, a paisagem e para as pessoas.*

## **Introdução**

O capítulo tem como objetivo jogar luz sobre o tema dos plásticos de uso único no turismo, indicando a urgência do debate. Para isso, partimos da jornada de Marcela, um enredo fictício que nos mostra o quanto naturalizamos a presença dos plásticos descartáveis em nosso cotidiano e em nossas viagens. Podemos ver como o plástico é utilizado abundantemente em muitos modelos de negócios, incluindo naqueles do setor de turismo, pois é um material percebido como barato e conveniente. Os plásticos correspondem a 12% de todo o lixo gerado globalmente e seguem com uma baixa taxa de reciclagem: apenas 9% de todo o plástico produzido até hoje (World Bank, 2018). Seu consumo é crescente e tende a aumentar 40% até 2030 (WWF, 2019a).

Até 2020, eram lançadas cerca de oito milhões de toneladas de plásticos no mar, anualmente, em todo o mundo. Em 2021, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) revisou esse número para 11 milhões de toneladas, indicando o rápido agravamento do problema (UNEP, 2021a), especialmente em função da intensificação do uso de embalagens descartáveis e de crescente descarte inadequado de itens de proteção pessoal, como máscaras, durante a pandemia da COVID-19 (BBC, 2020; UNEP, 2021c). Estima-se que a pandemia colaborou, consideravelmente, com a produção e despejo de mais de 1,3 milhão de toneladas de itens plásticos descartáveis por dia, entre as quais 3,4 bilhões de máscaras (Benson et al., 2021).

Entre os plásticos produzidos no mundo, um terço é formado por aqueles de uso único, ou seja, produtos tipicamente utilizados apenas uma vez antes do descarte. Dados de limpezas costeiras mundiais indicam que todos os dez principais itens encontrados no lixo marinho contêm plástico, tais como bitucas de cigarro, ou são itens plásticos descartáveis, a exemplo de embalagens de alimentos, garrafas, sacolas, canudos e itens para mexer bebidas, recipientes de comida “para viagem” (incluindo talheres plásticos) (UNEP, 2018a).

Do total do plástico que alcançava o mar, até 2019, 80% era proveniente das atividades humanas realizadas no ambiente terrestre, advindos predominantemente da má administração de resíduos (WWF, 2019b). O lixo no mar afeta mais de 600 espécies do ecossistema marinho, chegando a causar a morte de animais – baleias, tartarugas,

peixes, aves, entre outros – por emaranhamento, sufocamento ou ingestão do plástico (UNEP, 2016). Existem, ainda, riscos derivados dos processos de degradação dos plásticos em partículas, os chamados microplásticos, com potencial impacto, inclusive, na saúde humana (European Commission, 2019). O problema, portanto, tem contornos alarmantes, há tendências de agravamento e representa um dos principais desafios ambientais dos nossos tempos (UNEP, 2021b).

Tendo em vista, então, sua recorrência, ubiquidade, volume e riscos, os plásticos de uso único têm recebido atenção do ponto de vista político, institucional e científico. O debate internacional sobre o tema tem mostrado avanços, especialmente no contexto da União Europeia e da Organização das Nações Unidas (ONU), por meio do PNUMA. Em 2018, a Comissão Europeia lançou uma estratégia exclusiva para tratar dos plásticos na Europa, no âmbito do seu Plano de Ação para Economia Circular (European Commission, 2019). A Comissão ressalta a necessidade de uma combinação robusta de políticas públicas, com investimentos e incentivos para pesquisa, inovação e geração de novos modelos de negócios que promovam, de fato, a circularidade para que não haja materiais, produtos ou serviços que geram toneladas de resíduos após uso único, sem perspectivas de reciclagem ou reinserção na economia, e que causam imensos danos à biodiversidade. No âmbito da Assembleia de Meio Ambiente da ONU (UNEA), em março de 2022, momento de finalização deste capítulo, o PNUMA adjetivou como “histórico” o dia de aprovação da resolução pelo fim da poluição plástica na UNEA em Nairóbi, subscrita por representantes de 175 nações, incluindo o Brasil (PNUMA, 2022).

Apesar de crescente, o corpo de produção científica acerca da poluição plástica é ainda fragmentado e incompleto, sobretudo no Brasil. O debate nacional está em estágios iniciais e as ações atuais de enfrentamento são pontuais e insuficientes perante a dimensão do problema, que se agravou com a COVID-19. Quando se busca o tema dos plásticos no setor turístico brasileiro, há ainda menos aprofundamento no conhecimento. Desta forma, a iniciativa do PNUMA de estudar o tema a fundo permitiu aterrissar o debate internacional no Brasil, e, assim, contribuir para o fortalecimento do tema nacionalmente. O estudo que origina este capítulo foi realizado no âmbito do projeto de pesquisa *Plásticos de uso único no setor de turismo no Brasil*, desenvolvido por solicitação do PNUMA a pesquisadores do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB), nos meses finais de 2019 e primeiro trimestre de 2020, ainda antes de a pandemia da COVID-19 ter sido oficialmente decretada pela OMS, em março de 2020. A pesquisa realizada foi composta por três partes: um levantamento bibliográfico, um levantamento documental e entrevistas junto a atores relevantes do turismo. Essas etapas metodológicas guiam também a construção deste capítulo.

O citado trabalho se conecta à conservação de ecossistemas marinhos e costeiros, que receberam prioridade nas ações globais por parte da ONU na Agenda 2030 e na Década do Oceano estabelecida pela UNESCO (2021-2030). Assim, conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos (Objetivo do Desenvolvimento Sustentável – ODS 14), e produzir e consumir de modo responsável (ODS 12), articulam-

se para estimular os setores produtivos e de serviços a mitigar os danos causados por suas atividades econômicas, assim como engajar consumidores em padrões mais conscientes de consumo. Ambos ODS são vistos com forte alinhamento com o turismo, de acordo com a Organização Mundial do Turismo – OMT (UNWTO, 2021). Isso se fortalece diante da crescente pressão sobre os recursos naturais por parte do fluxo global de turistas esperado até 2050, de aproximadamente 5 bilhões de viajantes, corroborando com o aumento da pressão ambiental desse setor (Yeoman, 2020).

A contribuição do turismo brasileiro, em 2018, para o Produto Interno Bruto foi de 8,1% (US\$ 152,5 bilhões), quando também registrou crescimento de 3,1% em relação ao ano anterior. Sua relevância socioeconômica é expressa pelo fato de que 12% das empresas brasileiras de pequeno porte são ligadas ao turismo, com mais de 1,8 milhão de pequenos negócios, que respondem por 6,9 milhões de empregos ou por 7,5% dos postos de trabalho no país (Sebrae, 2019). Do ponto de vista do consumo, o mercado do turismo brasileiro se caracteriza pela predominância de fluxo doméstico, especialmente intrarregional (Brasil, 2014). Quanto às receitas, o turismo doméstico é, aproximadamente, nove vezes maior que o receptivo internacional, ratificando seu potencial de visitação estrangeira subexplorado (Rabahy, 2019). Em 2018, o quantitativo de turistas internacionais foi de 6 milhões de pessoas, o que representa, apenas, 0,47% do total de viagens internacionais no mundo e 0,35% dos gastos (Brasil, 2019; UNTWO, 2019).

A importância de se trabalhar esse tema é reforçada pela competitividade do turismo brasileiro, altamente vinculada a seus recursos naturais. O Brasil ocupa o segundo lugar em recursos naturais no *ranking* de competitividade global do turismo (WEF, 2019). O ambiente marinho é fundamental para a competitividade do turismo brasileiro por ser um país que possui área territorial de cerca de 8,5 mil km<sup>2</sup>, com 17 estados e 274 municípios contíguos ao mar, e extensão costeira que chega a 8,5 mil km (Brasil, 2019; IBGE, 2012). O turismo de sol e praia é um dos principais segmentos de oferta de atrativos e produtos turísticos, refletindo a preferência da demanda. Em 2018, usufruir do sol e da praia foi a principal motivação para 71,7% dos turistas estrangeiros que visitaram o Brasil a lazer (Brasil, 2019). Ademais, oito entre os dez destinos mais visitados no país estão no litoral. Assim, fica evidente a urgência de abordar a sustentabilidade das áreas costeiras, que têm demonstrado um acúmulo expressivo de resíduos, predominantemente plásticos (Brasil, 2019).

A partir deste contexto, o capítulo aqui apresentado se organiza da seguinte forma: o item seguinte, a partir do levantamento bibliográfico, apresenta o duplo papel do turismo na questão da poluição plástica. Os dois itens seguintes do texto expõem elementos do levantamento documental, revelando iniciativas para enfrentar a poluição plástica no turismo, sendo apresentado um olhar internacional e, em seguida, nacional. Então, em seguida, elencamos os principais resultados da última etapa de pesquisa, que consistiu em um levantamento primário a partir de 84 entrevistas, ocorridas entre janeiro e fevereiro de 2020, junto a atores-chaves que atuam no turismo costeiro do Brasil. Por fim, as considerações finais convidam para avançar o debate.

## A Relação entre Plásticos de Uso Único e Turismo: um duplo papel

A atividade turística é vista com um duplo papel sobre a poluição plástica: tanto contribui para ampliar o volume de lixo gerado nos destinos turísticos quanto é seriamente afetada pela presença dos detritos e das consequências dessa poluição sobre o sistema socioecológico (CELTH, 2019; UNEP, 2015, 2016; WWF, 2019b; WWF, 2019c). Esta seção explora os dois lados desta problemática.

### *Turismo como Gerador de Resíduos Plásticos no Ambiente Marinho*

Assim como vimos o caso da viagem ilustrada no início deste capítulo, há significativa quantidade de resíduos gerados a partir das atividades de turismo. Estudos no Mediterrâneo mostram que o lixo marinho encontrado na zona costeira é altamente conectado ao turismo (UNEP, 2015). Há evidência de aumento de 40% na quantidade acumulada de lixo marinho nos períodos durante e após a alta temporada turística (WWF, 2019a), quando o volume de visitantes em determinadas localidades atinge seu pico. Pesquisas indicam que os turistas geram, em média, cerca de 10% a 15% a mais de resíduos do que habitantes locais. Geralmente, os resíduos recebem gestão inadequada no decorrer do ano e, apesar do maior volume de pessoas gerando resíduos em determinadas localidades, em conhecidas épocas do ano, os serviços de coleta e tratamento de resíduos não estão preparados para gerir esses volumes adicionais (WWF, 2019b). Soma-se a isso, o alto consumo de itens de plástico, agravando a situação da poluição nos destinos costeiros, exatamente como ilustrado na viagem da família da Marcela, a um destino no litoral do Brasil.

Tanto essa narrativa como o levantamento da operadora alemã TUI (2019) comprovam o consumo elevado de plásticos descartáveis na jornada do turista, em aviões, hotéis, cruzeiros, parques temáticos, eventos e empreendimentos de alimentos e bebidas (A&B): copos descartáveis, *amenities*, embalagens de produtos de limpeza, sacolas de lavanderia, garrafas de água, canudos, sachês para condimentos, misturadores de bebidas e embalagens de alimentos. Ainda que alguns desses itens tenham sido abordados em estudos internacionais recentes que tratam de estratégias ambientais adotadas por hotéis e cruzeiros (Mak & Chang, 2019), não foram identificados, na literatura, subsídios que permitam caracterizar volumes totais de resíduos plásticos gerados no setor de turismo ou estimativas específicas de volumes que vazam para o ambiente costeiro.

Há pesquisas que indicam que o turismo pode contribuir também com o aumento dos microplásticos nos ambientes marinhos. Eles são advindos de efluentes despejados pelos hotéis e restaurantes localizados nas praias, bem como dos tecidos (enxovais, toalhas, entre outros), roupas, produtos de cuidado pessoal/limpeza utilizados tanto pelos prestadores de serviços quanto pelos viajantes, como indicaram investigações realizadas na Alemanha (Stolte et al., 2015) e no México (Retama et al., 2016).

No Brasil, os estudos de caso que vincularam atividades turísticas costeiras com resíduos não permitem um retrato abrangente da realidade, mas sim perspectivas locais ou estaduais. Ainda assim, quando tomados em conjunto, os achados podem ser ilustrativos,

pois reforçam que os resíduos plásticos predominam nas praias brasileiras, assim como foi visto em praias internacionais, e que seu volume está ligado à intensidade do uso turístico. A título de exemplificação, uma análise de resíduos em praias pernambucanas indicou que o plástico foi o material mais abundante (57,3%), e que maior quantidade do item foi encontrada naquelas faixas de areia com intenso uso turístico (Araújo et al., 2018). Na costa de Salvador (BA) essa situação se agrava, porquanto 87,45% dos resíduos eram materiais plásticos e, apesar dos esforços na limpeza, grande parte das praias soteropolitanas foi caracterizada por seus usuários como extremamente sujas (Fernandino et al., 2016).

A relação mais diretamente estabelecida entre atividade turística e lixo marinho, no Brasil, diz respeito aos resíduos depositados nas praias por seus frequentadores, que podem ser turistas ou residentes, em suas atividades de alimentação (Corraini et al., 2018; Fernandino et al., 2016). Os plásticos são ofertados abundantemente à beira-mar (por bares, quiosques, restaurantes e vendedores ambulantes) ou levados pelos usuários (Nobre et al., 2018; Silva, 2014). Contudo, a presença de detritos nas praias brasileiras não pode ser resumida ao comportamento inadequado de seus frequentadores. A forma como o turismo se insere em uma região e como se articula para manter a saúde do sistema socioecológico são pontos a serem considerados.

Modelos de turismo pouco sustentável, como aqueles que deslocam as populações tradicionais de suas áreas de origem localizadas próximas ao mar e que representam uma fonte vulnerável e instável de renda (UNEP/WTO, 2005), podem agravar o problema do lixo no mar, por meio do tensionamento do tecido social: aumenta ocupações irregulares e degradações de Áreas de Preservação Permanente - APPs, sem serviço de coleta ou destinação final de resíduos (Zündt, 2006). Como resultado, os resíduos vão parar no mar, afetando os ativos ambientais dos quais depende o turismo (PEMALM, 2021). Assim, devem ser somados ao impacto direto do turismo, na poluição do ambiente marinho, a má gestão das bacias hidrográficas (Corraini et al., 2018), a intensidade do uso turístico e a insuficiência do sistema de limpeza urbano (Araújo et al., 2018).

Ademais, deve-se mencionar a relevância de que a própria indústria de produção de plástico apresente mudanças nos seus processos produtivos, em modelos de negócios ou nos produtos que disponibilizam aos consumidores, pautadas em uma lógica de circularidade da economia (Williams et al., 2016). É importante, também, o aprofundamento de pesquisas científicas e legislações, para que se criem mecanismos robustos de substituição ao plástico, e que governos ofereçam incentivos financeiros às indústrias, para seus aprimoramentos e substituições do plástico, e estimulem a população para assumirem posturas mais responsáveis (Schnurr et al., 2018). Revela-se, então, a multiplicidade de aspectos que perpassam a problemática: culturais, de manejo ambiental, de gestão da atividade turística e de infraestrutura urbana, que apenas podem ser sanados com mudanças estruturais a fim de cessar a origem do problema.

### *Turismo como Setor Afetado pelos Resíduos Plásticos no Ambiente Marinho*

O turismo é a atividade econômica desenvolvida em ambiente marinho mais afetada negativamente pela poluição, como mostra estudo do PNUMA (UNEP, 2021c). Das perdas econômicas calculadas a partir do lixo marinho, em 2015, o turismo foi afetado por custos diretos de US\$ 6,41 bilhões, enquanto os segmentos de transporte e construção naval respondiam por US\$ 2,95 bilhões, pesca e aquicultura por US\$ 1,47 bilhão (UNEP, 2021c).

Apenas na região Ásia-Pacífico, os detritos plásticos impuseram prejuízos de US\$ 1,3 bilhão ao ano às atividades de turismo, pesca e transporte marítimo (UNEP, 2018b), enquanto na costa do Mediterrâneo, esse valor foi de € 641 milhões – US\$ 717 milhões (WWF, 2019a). O dano financeiro causado especificamente ao setor turístico pela poluição plástica no Mediterrâneo alcança € 268 milhões por ano (WWF, 2019a, 2019b).

O turismo é afetado de distintos modos pela poluição marinha e pela degradação do ambiente natural. Elas acarretam a redução do interesse de visitação, o declínio nas receitas, em novos investimentos, nos empregos gerados pelo turismo e, também, na perda de qualidade de vida das populações locais (Krelling et al., 2017; Schnurr et al., 2018; UNEP, 2016; WEF, 2017). Ademais, podem ser reduzidos o valor estético das paisagens, as oportunidades recreativas - como mergulho, *snorkeling* e pesca recreativa (Silva-Cavalcanti et al., 2009), o bem-estar e o valor associado à conservação (UNEP, 2015). Outras implicações versam sobre aumentos nos riscos de navegação e nos custos de monitoramento e limpeza das praias e zonas costeiras (UNEP, 2016).

A presença de lixo é motivo para não se visitar praias com finalidades recreativas (Rangel-Buitrago et al., 2013; Tudor & Williams, 2001; Williams et al., 2016), especialmente por parte dos frequentadores mais exigentes. Empiricamente, no Mediterrâneo evidencia-se que a queda nos padrões de limpeza de praias poderia reduzir a receita do turismo local em mais de 50% (UNEP, 2015). Segundo Krelling et al. (2017), há indícios de que usuários de praias na Europa, nos Estados Unidos, no México e no Caribe percebem a limpeza como um dos cinco aspectos mais importantes na qualidade de tais atrativos. Ademais, notou-se uma queda no interesse turístico em praias galesas, conforme foi reduzida a eficácia no tratamento de esgoto e na coleta de resíduos no oceano (Phillips & House, 2009).

Assim, população e autoridades locais e outras organizações passam a arcar com custos extras para a limpeza destes espaços (NOAA, 2015). Na Europa, a remoção de resíduos plásticos das zonas costeiras chega a custar cerca de € 630 milhões a cada ano (UNEP, 2018b). No Reino Unido, gasta-se cerca de € 18 milhões para limpeza das praias, enquanto a Holanda e a Bélgica desembolsam € 10,4 milhões (UNEP, 2009, 2016). Na Alemanha, o custo de remover bitucas de cigarro e copos plásticos é de mais de US\$ 414 milhões, conforme mostra relatório do PNUMA (UNEP, 2021c).

No Brasil, o estudo de Krelling et al. (2017) foi o que mais avançou na valoração econômica de impactos para o turismo, a partir da presença de resíduos nas praias e na aferição de custos de limpeza. A pesquisa, realizada com usuários em duas praias

paranaenses, evidenciou que mais de 85% dos frequentadores evitariam esses espaços com altos níveis de poluição, fato que reduziria as receitas municipais do turismo em 39,1%, (US\$ 8,5 milhões/ano). Apesar de resultados não generalizáveis, a pesquisa permite compreender que as perdas poderiam ser ainda mais expressivas em praias mais emblemáticas, com perfis de turistas exigentes em aspectos de limpeza e conservação.

Quanto aos custos de limpeza de praias no Brasil, de modo geral, as informações são dispersas e pouco transparentes, o que impede um cálculo similar ao identificado em relatórios internacionais. O caso das duas praias paranaenses, apresentado por Krelling et al. (2017), indicou que, durante os meses de verão, foram gastos US\$ 200 mil (mais de R\$ 1 milhão) pelo governo estadual e a administração local. Essa cifra, no entanto, refletiu custos de apenas um entre os 274 municípios costeiros no país. Além de onerar os cidadãos locais (pagadores de impostos no município e no estado) e os cofres públicos, ações de limpeza de praias são sempre paliativas. Apesar de terem alto custo e não solucionarem o problema, tendem a ser priorizadas pelas administrações locais. Transformações estruturais, que pudessem evitar a chegada dos resíduos ao mar, carecem do envolvimento dos setores público, privado e sociedade civil em todos os níveis.

### **Iniciativas para Enfrentar a Questão da Poluição Plástica no Turismo: um olhar internacional**

Diante da alta complexidade da poluição por plásticos de uso único, surgem articulações de distintos atores sociais no enfrentamento da questão. Entre elas, a contribuição da visão sistêmica para o enfrentamento do problema da poluição plástica no ambiente, seja ele terrestre ou marinho, a fim de realizar uma Gestão Integrada de Resíduos (UNEP, 2018c), dentro de uma nova ótica ligada à economia circular. Este entendimento parte da integração – desde a extração dos recursos naturais, cadeia de suprimentos e aquisição de matérias-primas – até o descarte final com desperdício residual, passando por ações no *design* de modelos de negócios, dos produtos e dos serviços, no fluxo logístico, na reparação de bens que possam ser reaproveitados e na regeneração de sistemas naturais (Ellen Macarthur Foundation, 2019).

A Estratégia Europeia de Plásticos em uma Economia Circular (European Commission, 2018) é a mais avançada política pública com a determinação de transitar para a circularidade de plásticos, o que inclui: revisar os produtos que entram na economia, os materiais utilizados em sua fabricação, o *design* e a forma de reuso, e a qualidade da reciclagem. Para tanto, é fundamental o investimento em inovação para soluções circulares. Há um chamado para que se repense, na origem, a função e a intenção do produto plástico trazido para o mercado, dentro de premissas como a extensão do ciclo de vida e a construção de cadeias de valor circulares, em um ciclo fechado entre a entrada e os reusos de um produto.

Destaca-se, ainda, a iniciativa Nova Economia dos Plásticos (NPE) para repensar e redesenhar o futuro dos plásticos. Em 2018, foi lançado, em colaboração com o PNUMA, o Compromisso Global pela Nova Economia dos Plásticos (NPEGC). Atualmente são mais de 500 organizações signatárias com visões comuns e um conjunto de metas para 2025

destinadas a lidar com a poluição de plástico em sua origem (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Essa iniciativa visa superar as limitações das melhorias incrementais de hoje e iniciativas fragmentadas; criar um senso de direção compartilhado; despertar uma onda de inovação e mover a cadeia de valor do plástico para uma situação positiva.

Especificamente para o setor turístico, a Iniciativa Global para Circularidade do Plástico no Turismo surge como proposta para o engajamento de *stakeholders* em prol da agenda de produção e consumo sustentável no turismo. Lançada em Madrid, em 2020, a iniciativa é liderada pelo PNUMA e pela OMT, em colaboração com a *Ellen MacArthur Foundation*, e faz parte da atuação da Rede de Turismo Sustentável *One Planet*. Ela faz interface do turismo com a NPE e busca unir líderes públicos e privados do setor, em torno de visão comum para promover mudanças focadas nas causas da poluição plástica nas viagens, além de articular programas e prover meios para que empresas e governos realizem ações para: eliminar embalagens e itens de plástico problemáticos ou desnecessários; transitar de modelos de uso único para modelos de reutilização ou alternativas reutilizáveis; envolver a cadeia de valor em direção a 100% das embalagens plásticas a serem reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis; aumentar a quantidade de conteúdo reciclado nas embalagens de plástico e itens usados; aumentar as taxas de reciclagem e compostagem de plásticos e; relatar pública e anualmente sobre o progresso feito em direção a essas metas.

Cresce o chamado para que o setor demonstre responsabilidade pelos resíduos plásticos gerados em suas operações e que trabalhe por ambientes limpos, saudáveis e ricos em biodiversidade no curto, médio e longo prazos. Nesse caso, o turismo poderia assumir um papel de controle social *bottom-up*, a fim de garantir a sustentabilidade das populações e dos territórios em que os seus atores se inserem e do qual dependem. Considerando esse cenário, o papel do turismo pode ser de um agente transformador no território onde atua e que a fragilidade do sistema socioecológico seja combatida. Assim, os ativos turísticos e a própria lucratividade do setor seriam resguardados. O setor poderia desencadear processos de mudanças rumo à economia circular e à redução da poluição, iniciando pelos destinos, com rebatimentos sobre saneamento básico, coleta seletiva, qualidade da água e ocupação irregular da terra em áreas públicas.

No âmbito de prestadores de serviços turísticos, há importantes ações voluntárias de empresas, apesar de recentes e majoritariamente pontuais (Responsible Tourism Partnership, 2018). Foram identificadas, a partir de análises de documentos, ações na operadora alemã TUI, a maior da Europa, em companhias áreas como *HiFly*, *Air New Zealand*, *Delta Airlines*, *Easyjet*, atrativos turísticos como a *Walt Disney*, empresas de cruzeiros como a norueguesa *Huritgruten* e a *Peregrine Adventures*, bem como grupos hoteleiros como *Marriott International*, *Iberostar* e *Accor*. Foi identificada ainda a organização *Travel Without Plastic*, que prevê que cada empresa hoteleira possa reduzir plásticos desnecessários na ordem de 15%, em média, sem impactos negativos à experiência do cliente e gerando redução de custos aos empreendimentos (Travel Without Plastic, 2019). Chama-se atenção para a necessidade de se conhecer com profundidade os produtos

substitutivos ao plástico e priorizar alternativas de fácil acesso e com amplo ciclo de vida, já que, comumente, a adoção de outros descartáveis pode não resultar nos ganhos ambientais esperados (UNEP, 2017).

### **As Respostas Brasileiras: políticas públicas e iniciativas privadas que englobam a questão do plástico de uso único**

A questão dos resíduos nas políticas públicas federais brasileiras, incluindo o plástico e o lixo marinho, é abarcada majoritariamente por dois mecanismos principais: a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e o Plano Nacional de Combate ao Lixo no Mar (PNCLM). Primeiramente, a PNRS, instituída pela lei nº 12.305 de 2010<sup>1</sup>, estabelece a prevenção e a redução na geração de resíduos, cuja proposta é a prática de hábitos de consumo sustentável e implementação de instrumentos voltados ao aumento da reciclagem e da reutilização dos resíduos sólidos, além da destinação adequada dos rejeitos. Esta política institui responsabilidade compartilhada entre geradores de resíduos na logística reversa dos resíduos e embalagens pós-consumo. Traz, ainda, metas importantes para que os municípios adequem os sistemas de gestão e tratamento de resíduos, e contribuam com a eliminação dos lixões, além de estabelecer instrumentos de planejamento do âmbito nacional ao municipal; impõe que empreendimentos elaborem seus Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS). Mesmo em vigor há mais de uma década, 53% dos municípios brasileiros ainda estão muito aquém de cumprirem as metas estabelecidas (Szigethy & Antenor, 2020).

Recentemente, o PNCLM (2019) partiu para um diálogo mais direto com o problema de resíduos plásticos no ambiente marinho e constitui a primeira fase da Agenda Nacional de Qualidade Ambiental Urbana. Entre as ações, previu-se o projeto piloto para instalação de dispositivos de retenção, como redes coletoras em galerias pluviais e barreiras flutuantes em rios e afluentes; mutirões para limpeza de praias e mangues; estímulo à coleta seletiva e logística reversa nos municípios costeiros; e fomento a projetos de inovação tecnológica para aproveitamento do plástico recolhido do ambiente marinho. Os objetivos do PNCLM são, predominantemente, voltados à redução da quantidade e dos impactos do lixo no mar e zona costeira, e à promoção de pesquisas e educação ambiental (Brasil, 2019).

Algumas decisões de estados e municípios demonstram avanços nos debates sobre a regulamentação do tema. Entre os 17 estados costeiros pesquisados, entre janeiro e março de 2020, identificou-se que 8 dispõem de regulamentação sobre plásticos de uso único: Amapá, Espírito Santo, Maranhão, Pará, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Santa Catarina e São Paulo. Além deles, 58 municípios litorâneos dispõem de regulamentação. Ainda que as legislações sejam, majoritariamente, prescritivas para banir alguns itens, especialmente canudos plásticos, pouco propositivas quanto ao desenvolvimento, pesquisa e inovação para produtos substitutivos – ou mesmo sobre gestão dos resíduos ou ressignificação do plástico – elas se mostram menos tolerantes ao consumo de plástico de uso único. Florianópolis, Rio de Janeiro e São Paulo são as capitais com legislação mais extensa sobre essa questão.

Florianópolis conta com o Programa “Florianópolis Capital Lixo Zero”, instituído pelo

Decreto nº 19.199/2018, que antecipou, em 10 anos, as metas para zerar o lixo na capital, alcançando impacto em 90% dos resíduos secos enviados ao aterro sanitário, em 2020. Foi assinado, também, o Protocolo de Intenções Florianópolis Capital Lixo Zero 2030, entre a Prefeitura, associações e entidades empresariais como compromisso de adesão ao referido programa, visando a separação e destinação adequada dos resíduos não residenciais até 2030.

A cidade do Rio de Janeiro tem leis municipais para a substituição de sacolas plásticas não recicláveis ou não reutilizáveis, distribuídas pelos estabelecimentos comerciais, e obriga empreendimentos a fornecerem canudos de papel biodegradável e/ou reciclável (ALERJ, 2020). Foi a primeira capital estadual a proibir o canudo plástico em estabelecimentos na praia, como quiosques, bares e restaurantes.

São Paulo foi a primeira capital estadual a dispor de legislação proibindo a disponibilização gratuita de sacolas plásticas nos estabelecimentos comerciais, em 2011 (Parecer nº 1438, 2018). Além dessa legislação sobre o canudo plástico, a cidade proibiu, em 2020, o fornecimento de produtos descartáveis de plástico em estabelecimentos comerciais (Cidade de São Paulo, 2020). Em 2021, a cidade aderiu à rede de cidades inovadoras rumo à economia circular, coordenada mundialmente pela *Ellen MacArthur Foundation*. São Paulo é a única cidade brasileira signatária do NPEGC. Desde 2018, observa-se quantitativo crescente de legislações municipais regulamentando ou banindo o uso de sacolas, e, principalmente, de canudos plásticos. A eficácia dessas legislações, no entanto, é desconhecida e, por vezes, questionável. Há localidades em que recursos obtidos na Justiça paralisaram o trabalho de fiscalização; em outras, não há campanhas de conscientização dos consumidores ou adequada gestão dos resíduos biodegradáveis.

Na avaliação de políticas públicas voltadas ao combate do lixo no mar, o estado de São Paulo realizou estratégias de monitoramento e avaliação de indicadores (GESAMP, 2019). No processo de revisão da Política Estadual de Resíduos Sólidos, publicada em 2020, foi incluído um capítulo sobre lixo no mar e cinco metas, entre as quais a implementação do Plano de Monitoramento e Avaliação do Lixo no Mar (PEMALM), resultado de processo participativo na construção de indicadores e da governança para subsidiar as ações.

Apesar dos avanços no Brasil, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) indicou não haver estratégia e legislação para implementar um modelo econômico circular no país. Algumas das principais lacunas encontram-se na falta de subsídios para pesquisas e de viabilização da logística reversa. Todavia, há iniciativas que articulam o setor produtivo dos plásticos com a questão do lixo marinho, entre as quais o Fórum Setorial dos Plásticos (2020) – Por um Mar Limpo, liderado pelo Instituto Socioambiental dos Plásticos (PLASTIVIDA), com apoio do Instituto Oceanográfico da Universidade de São Paulo (USP). Entre seus objetivos estão: monitorar o lixo em praias, elaborar manuais de boas práticas, diagnósticos de qualidade ambiental e programas de educação ambiental. Outra iniciativa identificada é a Rede de Cooperação para o Plástico, criada em 2018, reunindo elos da cadeia produtiva estendida do plástico em torno da discussão e desenvolvimento da economia circular no processo produtivo do setor. Estão envolvidos nesse desafio

petroquímicas, transformadores de material plástico, empresas de varejo, cooperativas, gestores de resíduos, recicladores de materiais plásticos e indústrias de bens de consumo (ABIPLAST, 2020). Essas respostas identificadas tendem a se centrar na melhoria da gestão, mas sozinhas não resolvem o problema.

### **O Olhar de Atores-chave do Turismo para a Questão do Plástico de Uso Único na Costa Brasileira**

A fim de compreender percepções e comportamentos em relação aos plásticos de uso único por parte de representantes setoriais e empresários do turismo brasileiro, gestores públicos e especialistas, todos com atuação relevante na zona costeira, foram realizadas entrevistas para este estudo. Esta seção apresenta resultados a partir do conjunto de 84 entrevistas realizadas junto a 8 associações setoriais, 6 grandes empresas da cadeia do turismo, 41 meios de hospedagem e 18 diferentes órgãos públicos de destinos costeiros (com 21 entrevistas, pois em certos casos 2 ou mais interlocutores foram ouvidos), além de 8 especialistas no tema de turismo, gestão de resíduos costeiros e lixo no mar.

Como procedimento de coleta de dados, as entrevistas junto a associações, grandes empresas e especialistas foram realizadas por telefone. Já as entrevistas com meios de hospedagem e órgãos públicos ocorreram presencialmente em 6 estados costeiros (MA, RN, PE, RJ, SP e SC), englobando 11 praias. Cada grupo contou com seu próprio roteiro semiestruturado de perguntas para alcançar os distintos objetivos. Junto às associações, buscou-se a visão do setor produtivo do turismo. Em relação às grandes empresas, o foco foi nas percepções, iniciativas e dificuldades no trato com plásticos de uso único. Os meios de hospedagem compartilharam suas percepções do problema, iniciativas e dificuldades para resolvê-lo. As organizações públicas, a maioria de caráter municipal, ofereceram seu olhar no enfrentamento da gestão de resíduos nesses destinos. Com os especialistas, buscou-se identificar lacunas no conhecimento brasileiro sobre o tema e as condições de atuação para modificar a realidade atual.

Os resultados, aqui tratados de forma resumida, permitiram inferir, de forma geral, que o tema dos plásticos de uso único não habita a agenda prioritária da maioria dos entrevistados, aspecto mais notório em companhias de aviação, e operadoras de viagens e turismo. Os meios de hospedagem e os atrativos investigados aparentaram maior sensibilidade e evidenciaram maior atuação em favor do enfrentamento dessa problemática. No geral, as associações setoriais se declararam dispostas a participar de iniciativas para reduzir o plástico de uso único, embora este não constitua um assunto demandado por seus associados e/ou pauta estratégica ou constante na sua realidade, o que reforça as dificuldades de mobilização e trabalho efetivo.

Obteve-se, de maneira geral, a percepção de certa indiferença ou resistência dos consumidores, o que poderia ser um desestímulo à mudança de comportamento esperada em atores da cadeia de valor do turismo. Apesar de indicado certo nível de sensibilidade aos plásticos, carecem iniciativas maduras ou dados consistentes das associações setoriais, as quais desenvolvem ações muito pontuais e heterogêneas. As associações enfrentam limitações – recursos, técnicas, motivação etc. – para reforçar essa agenda.

Entre as grandes empresas, quatro se destacaram – atrativos (2), receptivo (1), e atrativo e hospedagem (1) – pelas ações de enfrentamento implementadas, que variam de trocas de canudos de plástico por papel a ajustes complexos com fornecedores. Não obstante declarem avanços, expressam dificuldades para operacionalizar as mudanças, como falta de financiamento, incentivos e fornecedores de materiais alternativos. Chama atenção que a pauta dos plásticos aparece como secundária para empresas aéreas e de cruzeiros, porquanto compete com a preocupação ambiental e financeira ao redor dos combustíveis, algo mais crítico em suas estruturas de custos e que recebe maior pressão, na medida em que a crise climática se destaca no debate socioambiental.

As empresas, em sua grande maioria, não mapeiam os tipos de plástico usados, tampouco quantidades e custos de aquisição, sob a justificativa de que seriam necessárias informações provenientes de distintas áreas (ex.: financeira, manutenção, compras, sustentabilidade). Mesmo as que fazem esse mapeamento têm dificuldade de citá-los, embora se tenha identificado garrafas d'água, copos, *amenities*, palitos, enquanto exemplos mais recorrentes nas falas. Aparentemente, algumas empresas detêm dados de consumo dos plásticos, porém não se dispuseram a fornecê-los.

Os meios de hospedagem declararam-se, em sua maioria, sensíveis ao problema, mas com níveis distintos de entendimento. Poucos demonstraram compreender a extensão dos impactos do acúmulo de resíduos plásticos no ambiente marinho. Em geral, os dados de volumes, consumo e custos são escassos. Todos os empreendimentos hoteleiros confirmaram utilizar plásticos, sobretudo copos, garrafas e sacolas. Poucos (12,1%) manifestaram êxito na redução drástica dos plásticos em suas operações. Metade realizou alguma ação voltada à substituição ou eliminação de plásticos, principalmente canudos e copos descartáveis. Em menor nível, as ações estão ligadas aos plásticos que envolvem palitos, guardanapos e *amenities*. Menos ainda ocorre com garrafas, sacolas e embalagens. Entre as maiores dificuldades para a mudança de comportamento aparecem a falta de demanda por parte da população/turistas (29%), os custos (17%) e a inexistência de oferta por parte dos fornecedores (17%).

A substituição dos canudos foi recorrentemente mencionada, ainda que com pouca clareza dos impactos e razões, demonstrando que combinar legislação e comunicação resulta em ações mais transformadoras em relação ao problema. Além disso, apurou-se, nas empresas hoteleiras, que a percepção dos resíduos plásticos no ambiente marinho aparece como um elemento contextual. Quando a praia tem um problema de saneamento, os resíduos plásticos diminuem de prioridade na perspectiva dos entrevistados. 48% não associam que a destinação incorreta dos plásticos incide negativamente sobre o fluxo turístico, em parte, porque a clientela brasileira é vista como menos exigente em relação às questões ambientais do que os estrangeiros. Contudo, os entrevistados registram uma mudança progressiva de comportamento dos clientes.

No setor público a presença de resíduos, em especial plásticos, no mar e nas praias, foi reconhecida como um problema, cuja solução não é de responsabilidade exclusiva da gestão pública. 79% reconheceram os impactos dos resíduos sobre o turismo, mas

não possuem estudos que validem sua visão. Nestas entrevistas, constatou-se a escassez de informações sobre características dos plásticos identificados nas praias e dados frágeis sobre o custo da limpeza, o que impossibilitou maiores avanços neste tópico. Os impactos dos plásticos à atividade turística foram relacionados: à repercussão da poluição na imagem do destino e na beleza cênica dos atrativos; aos danos irreversíveis nos ecossistemas; à qualidade do serviço e produtos ofertados; à busca por destinos ecologicamente mais responsáveis; e às reclamações registradas pelos turistas nacionais e estrangeiros.

Sob a ótica dos especialistas consultados, no Brasil inexistem programas consistentes direcionados à circularidade dos plásticos e são múltiplas as lacunas de conhecimento sobre a problemática, em termos ambientais, socioeconômicos e comportamentais. Falta, sobretudo, entendimento aprofundado sobre os plásticos e sua relação com o turismo. Como obstáculos apontados para solucionar/mitigar a poluição plástica emergiram: ausência de lideranças engajadas e dificuldade de articular atores do turismo ao redor do tema; resistência sociocultural do brasileiro; falta de informação e precariedade da infraestrutura de coleta do lixo nas localidades costeiras. Esse conjunto de dados revelou, outrossim, que a percepção imprecisa de que o plástico de uso único não é necessariamente um problema, por ser item barato, leve e funcional, aparentemente, atravessa de forma difusa a sociedade brasileira. Fica evidenciado como uma questão cultural importante a ser mais profundamente compreendida.

### **Considerações Finais: como podemos avançar neste debate?**

O problema da poluição plástica, que já era enorme, foi agravado e acelerado pela pandemia da COVID-19. Ela corrobora com um cenário avassalador para o oceano, sobretudo pelas milhões de toneladas de novos itens plásticos que passaram a ser descartados diariamente, como luvas e máscaras, além de embalagens usadas na entrega de alimentos em domicílio. Este momento convida ao debate e à reinvenção da forma como a humanidade se relaciona com o consumo do plástico, como vivencia o turismo hoje e como se prepara para o amanhã. Visto, culturalmente, como algo barato, funcional e higiênico, o plástico de uso único pode se tornar um desafio ainda maior do que prospectado anteriormente, porquanto se prevê que seu uso triplique em 20 anos, o que significaria 50kg de plástico por metro de costa em todo o mundo (UNEP, 2021d).

Na narrativa que ilustrou o início deste capítulo, a viagem daquela família traz uma imagem real da nossa relação com o plástico: está em todos os lugares, mas talvez não seja percebido com a gravidade que carece. A ampla pesquisa realizada para compor este trabalho alerta para os problemas advindos do uso excessivo do plástico, mormente os de uso único, os quais ainda não são amplamente compreendidos como algo grave pela sociedade e percebidos, de forma muito desigual, pelos atores do turismo brasileiro. Evidencia-se maior atenção ao tema no contexto internacional do que nacionalmente, tanto no que se refere ao corpo de estudos disponíveis quanto às iniciativas adotadas por diferentes organizações. No entanto, ainda que limitadas, frente às dimensões do problema e à extensão do litoral brasileiro, existem avanços nas ações e nos debates sobre

a poluição plástica nos ambientes marinhos, inclusive no setor turístico.

O turismo, por seu turno, tanto aumenta o problema quanto sofre seus revezes. Essa condição pode estimular uma mudança de atitude, passando a ser um catalisador de mudanças para enfrentá-lo. No entanto, essa transformação requer uma solução sistêmica, que envolva seu conjunto de atores, com políticas públicas consistentes e financiamento adequado para pesquisas e subsídios ao setor privado. Faz-se necessária, adicionalmente, uma abordagem multidimensional que compreenda o ciclo de produção, usos e circulação dos plásticos, incluindo novos modelos de negócios sem plástico e alternativas economicamente acessíveis aos produtores e consumidores de turismo. Desse modo, emerge a necessidade de alianças entre atores-chave em busca de resultados robustos e inovadores, necessários ao enfrentamento da poluição plástica, particularmente o ambiente marinho, atuando de modo circular sobre os plásticos, com foco inicial naqueles de uso único.

Um dos maiores desafios é superar o pensamento linear e avançar rumo à circularidade do consumo. O envolvimento de prestadores de serviços turísticos, de populações locais e de viajantes é igualmente relevante para que essas mudanças prosperem. Adicionalmente, mudanças em marcos legais e apoio financeiro/tecnológico a novas pesquisas e às indústrias, para se promover condutas mais condizentes com uma economia circular, são fundamentais. Não se minimiza aqui o papel do consumidor final no turismo, os viajantes, mas se alerta para o fato de que as alterações precisam acontecer não apenas entre os prestadores de serviço e seus clientes, mas, também, nos processos produtivos e nos produtos comercializados pela indústria que consome plásticos. Dispor de substitutivos ao plástico, a preços acessíveis e com impactos ambientais realmente menores, não é uma tarefa simples. Serão necessárias coordenação de inúmeras ações, em vez de atuações pontuais e isoladas, inovações nas políticas públicas e na indústria, quer seja da manufatura do plástico, quer seja nos negócios do serviço turístico. Neste aspecto, em particular, vale lembrar que a PNRS prevê a responsabilidade das indústrias na destinação de seus produtos, o que foi regulamentado e acaba de entrar em vigor em 2022.

No pioneiro levantamento realizado no Brasil, observou-se que os plásticos de uso único não ocupam lugar de destaque entre as prioridades da maior parte dos atores da cadeia produtiva do turismo, sendo um problema relativizado diante da situação de cada local. Com isso, existe uma limitação na incorporação dessa agenda como estratégica e não apenas como um tema operacional. Ademais, predominou o entendimento de que o turista doméstico tende a ser menos exigente do que o internacional quanto à poluição das praias e não exerce suficiente pressão no sentido de provocar mudanças. São ainda poucas as alternativas comercialmente realizáveis para substituição ou reciclagem dos plásticos. É, também, limitada a ação do setor público na adoção e implementação de políticas públicas que exijam mudanças, mas também forneça os incentivos necessários para isso. É preciso que as indústrias passem a produzir mercadorias com um ciclo de vida longo e sem componentes ambiental e socialmente tóxicos, o que não é um processo simples e nem barato.

Soma-se, ainda, o achado de que a presença dos plásticos no mar é um problema

conjuntural, ou seja, há outros problemas como a entrada de esgoto e falta de coleta de resíduos generalizada nas cidades. Finalmente, são verificadas ações que tendem a ser paliativas (mutirões e a própria limpeza de resíduos em praias etc.) e não estruturantes. Percebem-se, também, ações voluntárias de empresas e organizações públicas; todavia, em grande parte, desarticuladas e insuficientes ao tamanho do problema que se enfrenta. Aqueles que o fazem, ainda são exceção e precisam investir, significativamente, na compreensão da problemática e na busca de alternativas, uma vez que não encontram facilidades para realizar essa transição para a circularidade dos plásticos.

Por fim, ressalta-se, novamente, que esta pesquisa foi realizada antes da pandemia, crise sanitária esta com as repercussões mais substanciais já sofridas pelo turismo, no Brasil e no mundo. Em 2020, o setor turístico nacional demitiu um milhão de trabalhadores e perdeu dois terços de seu faturamento comparado a 2019. Espera-se recuperar o dinamismo a partir de 2023 (UOL, 2020), o que se faz necessário para financiar mudanças estruturais na atividade. Enquanto isso, há expectativas de mudanças frente à relevância crescente dos temas relacionados à sustentabilidade. No último relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima – IPCC – (2021), revelou-se que o aquecimento global está mais acelerado que as projeções passadas, e que suas causas são, essencialmente, de natureza antrópica. A saúde humana vem sendo afetada pelas mudanças climáticas e seus impactos são previstos como catastróficos e irreversíveis, caso não se aja no curto prazo, na radicalização das medidas de contenção de emissões de gases de efeito estufa, bem como na adaptação de seus efeitos. Esta é a declaração do editorial de 233 revistas científicas divulgada, simultaneamente, em setembro de 2021. A partir disso, grandes financiadores internacionais já se conscientizaram da gravidade da situação e introduziram o critério de sustentabilidade em seu processo decisório, com alertas a países que indicam baixa prioridade na conservação ao meio ambiente. E os plásticos se inserem como uma preocupação, nesse contexto, da necessária descarbonização da economia, dado que 99% deles são feitos de polímeros advindos de combustíveis fósseis (UNEP, 2021c).

A pesquisa indica que o mais eficiente e provável caminho para atacar o problema do plástico é transitar para a circularidade na economia. Esse tema tem ganhado espaço entre formuladores de políticas públicas e atores globais da produção, inclusive com robustas publicações indicando que a circularidade poderá promover crescimento econômico sustentável e gerar novos empregos. Para tanto, são necessários volumosos aportes financeiros em pesquisas, tecnologia, inovação e subsídios para as mudanças, estratégias que carecem de intenção e investimento no Brasil. A transição não será simples, mas é essencial para se ter pessoas, ecossistemas e turismo saudáveis para esta e as próximas gerações.

### **Agradecimentos**

Os autores agradecem ao PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente/-Brasil) pela oportunidade de ampliar o debate nacional sobre o tema. Agradecem à equipe de apoio (Daniela Nazar, Erica Giampaolo e Otávio Augusto de Oliveira) e a todos os colaboradores de campo da pesquisa (Ana Neri da Paz Justino, Barbara Rodrigues, Elaine

Borges, Luiz Gustavo Rittl, Igor Carneiro de Almeida, Ravel Paixão e Wilker Nóbrega) e aos respondentes, mantidos aqui sem identificação em razão do acordo de anonimato firmado.

## Referências

Associação Brasileira da Indústria do Plástico [Abiplast]. (2020). *Associação Brasileira da Indústria do Plástico*. Recuperado em 18 dezembro 2021 de <http://www.abiplast.org.br/rede-empresarial-de-cooperacao-para-o-plastico>

Araújo, M.C.B., Silva-Cavalcanti, J.S., & Costa, M.F. (2018). Anthropogenic Litter on Beaches With Different Levels of Development and Use: A Snapshot of a Coast in Pernambuco (Brazil). *Frontiers in Marine Science*, 5. <https://doi.org/10.3389/fmars.2018.00233>

Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro [ALERJ] (2019). *Lei Nº 8473, de 15 de julho de 2019*. Recuperado em 18 dezembro 2021 de <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/CONTLEI.NSF/c8aa0900025feef6032564ec0060dfff/d55626c82b24c91a83258446006187fc?OpenDocument>

BBC (2020). *Consumo de plásticos explode na pandemia e Brasil recicla menos de 2% do material*. Recuperado em 18 dezembro 2021 de <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55131470>

Benson, N.U., Basse, D.E., & Palanisami, T. (2021). COVID pollution: impact of COVID-19 pandemic on global plastic waste footprint. *Heliyon*, 7(2), february. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06343>

Câmara Municipal de São Paulo. (2018). *Parecer nº 1438/2018 da comissão de constituição, justiça e legislação participativa sobre o projeto de lei nº 0274/18*. Recuperado em 10 novembro 2021 de <http://documentacao.camara.sp.gov.br/iah/fulltext/parecer/JUSTS1438-2018.pdf>

Centre of Expertise, Leisure, Tourism & Hospitality [CELTH]. (2019). *How does plastic waste influence the tourism industry?* Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.celth.nl/blogs/how-does-plastic-waste-influence-tourism-industry>

Cidade de São Paulo (2020). *Prefeito sanciona Lei que proíbe o fornecimento de produtos descartáveis de plástico*. Secretaria Especial de Comunicação. Recuperado em 18 dezembro 2021 de <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeito-sanciona-lei-que-proibe-o-fornecimento-de-produtos-descartaveis-de-plastico>

Corraini, N.R., Lima, A.S., Bonetti, J., & Rangel-Buitrago, N. (2018). Troubles in the paradise: Litter and its scenic impact on the North Santa Catarina island beaches, Brazil. *Marine Pollution Bulletin*, 131, 572-579. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29886984/>

Decreto nº 19.199. (2018). *Legislação Municipal de Florianópolis*. Recuperado em 24 outubro 2021 de <https://leismunicipais.com.br/a1/sc/f/florianopolis/decreto/2018/>

[1920/19199/decreto-n-19199-2018-inclui-o-paragrafo-unico-ao-art-3-do-decreto-n-18646-de-2018-que-institui-o-programa-florianopolis-capital-lixo-zero-o-grupo-de-governanca-e-da-outras-providencias](#)

Ellen MacArthur Foundation. (2019). *Nova Economia do Plástico*. Recuperado em 18 dezembro 2021 de <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/programas/systemic-initiative/nova-economia-do-pl%C3%A1stico>

European Commission. (2019). *A Circular Economy for Plastics: Insights from research and innovation to inform policy and funding decisions*. Recuperado em 11 outubro 2021 de [https://ec.europa.eu/info/publications/circular-economy-plastics-insights-research-and-innovation-inform-policy-and-funding-decisions\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/circular-economy-plastics-insights-research-and-innovation-inform-policy-and-funding-decisions_en)

Fernandino, G., Elliff, C.A., Silva, I.R., Brito, T.S., & Bittencourt, A.C.S.P. (2016). Plastic fragments as a major component of marine litter: a case study in Salvador, Bahia, Brazil. *Revista de Gestão Costeira Integrada*, 16 (3), 281-287. Recuperado em 11 outubro 2021 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388347618003>

Goodwin, H. (2018). *Plastics mark the Anthropocene*. Recuperado em 11 outubro 2020 de <https://responsibletourismpartnership.org/plastics>.

Gössling, S., & Peeters, P. (2015). Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(50), 639-659. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2015.1008500>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. (2012). *Atlas geográfico das zonas costeiras e oceânicas do Brasil*. Recuperado em 11 outubro 2021 de <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv55263.pdf%20>

Intergovernmental Panel on Climate Change [IPCC]. (2021). Summary for Policymakers. In: *Climate Change 2021: The Physical Science Basis*. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Recuperado em 11 outubro 2021 de <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/#SPM>

Joint Group of Experts on the Scientific Aspects of Marine Environmental Protection [GESAMP]. (2019). *Guidelines on the monitoring and assessment of plastic litter and microplastics in the ocean*. Kershaw P.J., Turra A., & Galgani F. (eds). Rep. Stud. GESAMP, 99, 130p.

Joint Group of Experts on the Scientific Aspects of Marine Environmental Protection [GESAMP]. (2020). Proceedings of the GESAMP International Workshop on assessing the risks associated with plastics and microplastics in the marine environment. Kershaw, P.J., Carney Almroth, B., Villarrubia-Gómez, P., Koelmans, A.A., & Gouin, T. (Eds.). *Reports to GESAMP*, 103, 68p.

Krelling, A.P., Williams, A.T., & Turra, A. (2017). Differences in perception and reaction of tourist groups to beach marine debris that can influence a loss of tourism revenue in coastal areas. *Marine Policy*, 85, 87-99. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2017.08.021>

Ministério do Meio Ambiente [MMA]. (2019). *Plano Nacional de Combate ao Lixo no Mar*. Brasília, Brasil. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <http://www.mma.gov.br/publicacoes%20>

Ministério do Turismo [MTur]. (2014). *Plano estratégico de marketing turístico do Brasil*. Brasília, Brasil. Recuperado em 20 dezembro 2021 de [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas\\_noticias/galeria\\_noticias/PlanodeMarketingExperixnciasdoBrasil.PDF](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/galeria_noticias/PlanodeMarketingExperixnciasdoBrasil.PDF)

Ministério do Turismo [MTur]. (2019a). *Estudo da Demanda Turística Internacional 2018*. Recuperado em 18 dezembro 2021 de <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html>

Ministério do Turismo [MTur]. (2019b). *Anuário Estatístico de Turismo-2019*. 46, ano base 2018. Brasília: Ministério do Turismo.

Ministério do Turismo [MTur]. (2019c). *Cartilha de investimentos das aéreas no Brasil 2019*. Brasília: Ministério do Turismo. <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/Publica%C3%A7%C3%B5es/2019/Cartilha-DE-INVESTIMENTOS-DAS-AeREAS-NO-BRASIL-V103.pdf>

Mak, H.N., & Chang, R.C.Y. (2019). The driving and restraining forces for environmental strategy adoption in the hotel Industry: A force field analysis approach. *Tourism Management*, 73, August, 48-60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.012>

National Oceanic and Atmospheric Administration [NOAA]. (2015). *Assessing the Economic Benefits of Reductions in Marine Debris: A Pilot Study of Beach Recreation in Orange County*. California.

Nobre, F.S.M, Santos, A.A, & Nilin, J. (2018). Avaliação da geração de resíduos sólidos marinhos em praia turística (Praia do Abaís, Estância-SE). *IX Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental*. São Bernardo do Campo.

Plano de Monitoramento e Avaliação do Lixo no Mar [PEMALM]. (2021). *Plano Estratégico de Monitoramento e Avaliação do Lixo no Mar do Estado de São Paulo*. Turra, A. et al.. (Org.) 1ª edição. São Paulo: PEMALM, 72p.

Phillips, M.R., & House, C. (2009). An evaluation of priorities for beach tourism: Case studies from South Wales, UK. *Tourism Management*, 30, 176-183. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.05.012>

Rabahy, W.A. (2020). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14(1), 1-13, jan./abr.

Rangel-Buitrago, N., Anfuso, G., Correa, I., Ergin, A., & Williams, A.T. (2013). Assessing and managing scenery of the Caribbean Coast of Colombia. *Tourism Management*. 35, 41-58. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.008>

Retama, I., Jonathan, M.P., Shruti, V.C., Velumani, S., Sarkar, S.K., Roy, P.D., & Rodríguez-Espinosa, P.F. (2016). Microplastics in tourist beaches of Huatulco Bay, Pacific coast

of southern Mexico. *Marine Pollution Bulletin*, 113(1-2), 530-535. <http://dx.doi.org/10.1016/j.marpolbul.2016.08.053>

Schnurr, R.E.J., Alboiu, V., Chaudhary, M., Corbett, R.A., Quanz, M.E., Sankar, K., Srain, H.S., Thavarajah, V., Xanthos, D., & Walker, T.R. (2018). Reducing marine pollution from single-use plastics (SUPs): A review. *Marine Pollution Bulletin*, 137, 157-171. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2018.10.001>

Serviços de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae]. (2019). *Atuação SEBRAE Turismo*. Recuperado em 18 dezembro 2021 de [https://www.camara.leg.br/internet/comissao/index/mista/orca/apresentacao/2019/15-10-2019-Vinicius\\_Lages.pdf](https://www.camara.leg.br/internet/comissao/index/mista/orca/apresentacao/2019/15-10-2019-Vinicius_Lages.pdf)

Silva, C.G. (2014). Acondicionamento e coleta de resíduos sólidos: um estudo sob a perspectiva dos prestadores de serviços turísticos da Praia do Atalaia-PA. *Turismo Visão e Ação* (Online), 16, 144.

Silva-Cavalcanti, J.S., Araújo, M.C.B., & Costa, M.F. (2009). Plastic litter on an urban beach – a case study in Brazil. *Waste Manag Res*, 27(93),92-97. <https://doi.org/10.1177/02F0734242X08088705>

Stolte, A., Forster, S., Gerdts, G., & Schubert, H. (2015). Microplastic concentrations in beach sediments along the German Baltic coast. *Mar. Pollut. Bull.* <http://dx.doi.org/10.1016/j.marpolbul.2015.07.022>

Szigethy, L., & Antenor, S. (2020). *Resíduos sólidos urbanos no Brasil: desafios tecnológicos, políticos e econômicos*. Centro de Pesquisa em Ciência, Tecnologia e Sociedade. IPEA: Brasília. Recuperado em 25 outubro 2021 de <https://www.ipea.gov.br/cts/pt/central-de-conteudo/artigos/artigos/217-residuos-solidos-urbanos-no-brasil-desafios-tecnologicos-politicos-e-economicos>.

Travel Without Plastic (2018). *The plastics guide for hotels*. Recuperado em 03 janeiro 2019 de <https://www.travelwithoutplastic.com/>

Tudor, D.T., & Williams, A.T. (2001). Transect size and other threshold levels in beach litter measurement. *Shore Beach*, 69(4), 13-18.

TUI (2019). *Plastic Reduction Guidelines for Hotels*. Recuperado em 10 janeiro 2022 de [https://www.tuigroup.com/damfiles/default/downloads/plastic\\_reduction\\_guide.pdf-2f4f4f0e2278382fcd50d9a530985b84.pdf](https://www.tuigroup.com/damfiles/default/downloads/plastic_reduction_guide.pdf-2f4f4f0e2278382fcd50d9a530985b84.pdf)

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2009). *Marine Litter: A Global Challenge*. Nairobi: Kenya.

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2014). *Valuing plastics: the business case for measuring. Managing and disclosing plastic use in the consumer goods industry*. Recuperado em 10 janeiro 2021 de <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/9238>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2015). *Marine Litter Assessment in the Mediterranean*. Atenas, Grécia. Recuperado em 10 janeiro 2021 de <http://www.unepmap.org/>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2016). *Marine Plastic Debris and Microplastics – Global Lessons and Research to Inspire Action and Guide Policy Change*. Recuperado em 10 janeiro 2021 de [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7720/-Marine\\_plasctic\\_debris\\_and\\_microplastics\\_Global\\_lessons\\_and\\_research\\_to\\_inspire\\_action\\_and\\_guide\\_policy\\_change-201](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7720/-Marine_plasctic_debris_and_microplastics_Global_lessons_and_research_to_inspire_action_and_guide_policy_change-201)

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2018a). *Legal Limits on Single-Use Plastics and Microplastics: A Global Review of National Laws and Regulations*. Recuperado em 10 janeiro 2021 de <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/27113>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2018b). *Single-use Plastics: A Roadmap for Sustainability Global Commitment*. Recuperado em 10 janeiro de 2021 de [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/30609/plastics\\_eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/30609/plastics_eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2018c). *Global Waste Management Outlook*. Recuperado em 10 janeiro 2021 de <http://www.unenvironment.org/resources/report/global-waste-management-outlook>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2018d). *Addressing marine plastics: A systemic approach - Stocktaking report*. Nairobi, Kenya. Recuperado em 10 janeiro 2021 de [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/26746/marine\\_plastics.pdf?sequence=1](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/26746/marine_plastics.pdf?sequence=1)

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2021a). *Tourism in a pandemic world: tackling plastic pollution*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.unep.org/news-and-stories/story/tourism-pandemic-world-tackling-plastic-pollution#:~:text=Accounting%20for%2010.4%20per%20cent,of%20the%20COVID%2D19%20pandemic.>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2021b). *Rethinking single use plastic products in travel & tourism: impacts, management practices and recommendations*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/36324/RSUP.pdf>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2021c). *Drowning in plastics: marine litter and plastic waste vital graphics*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://wedocs.unep.org/xmlui/bitstream/handle/20.500.11822/36964/VITGRAPH.pdf>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2021d). *From Pollution to Solution: a global assessment of marine litter and plastic pollution*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.unep.org/interactive/pollution-to-solution/>

United Nations Environment Programme [UNEP]. (2022). *Dia histórico no combate à poluição plástica: nações se comprometem a desenvolver acordo juridicamente vinculante*. Recuperado em 3 março 2022 de <https://www.unep.org/pt-br/noticias-e-reportagens/comunicado-de-imprensa/dia-historico-no-combate-poluicao-plastica-nacoes-se>

UNEP/WTO (2005). *Making tourism more sustainable. A guide for policy makers*.

UNEP/WTO, 209p. Recuperado em 10 dezembro 2021 de [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable\\_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

UOL. (2020). *Turismo demitiu 1 milhão na pandemia e só retoma em 2023, diz associação*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/02/20/turismo-so-recupera-perdas-depois-de-2023-diz-associacao-de-operadoras.htm?cmpid=copiaecola>

Williams, A.T., Rangel-Buitrago, N.G., Anfuso, G., Cervantes, O., & Botero, C.M. (2016). Litter impacts on scenery and tourism on the Colombian north Caribbean coast. *Tourism Management*, 55, 209-224. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.008>

World Bank (2018). *What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*. Recuperado em 10 dezembro 2020 de <http://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/>

World Economic Forum. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. Recuperado em 15 dezembro 2020 de [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)

World Tourism Organization [WTO]. (2019). *Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Policies*. Recuperado em 10 dezembro 2021 de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420605>

World Wide Fund for Nature [WWF]. (2019a). *Stop of Flood of Plastic: how mediterranean countries can save their sea*. Recuperado em 15 dezembro 2020 de [http://awsassets.panda.org/downloads/a4\\_plastics\\_reg\\_low.pdf](http://awsassets.panda.org/downloads/a4_plastics_reg_low.pdf)

World Wide Fund for Nature [WWF]. (2019b). *Solucionar a Poluição Plástica: Transparência e Responsabilização*. Recuperado em 15 dezembro 2020 de [https://promo.wwf.org.br/solucionar-a-poluicao-plastica-transparencia-e-responsabilizacao?\\_ga=2.61890990.340487679.1578051946-1802114202.157772876](https://promo.wwf.org.br/solucionar-a-poluicao-plastica-transparencia-e-responsabilizacao?_ga=2.61890990.340487679.1578051946-1802114202.157772876)

World Wide Fund for Nature [WWF]. (2019c). *Stop the flood of plastics: effective measures to avoid single-use plastics and packaging in hotels*. Recuperado em 15 dezembro 2020 de [https://mobil.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF\\_Plastikstudie\\_Hotelma%C3%9Fnahmen\\_eng.pdf](https://mobil.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_Plastikstudie_Hotelma%C3%9Fnahmen_eng.pdf)

Zündt, C. (2006). Baixada Santista: uso, expansão e ocupação do solo, estruturação de rede urbana regional e metropolização. In: Cunha, J.M.P. (Org.). *Novas metrópoles paulistas: população, vulnerabilidade e segregação*. Campinas, SP: Nepo/Unicamp. 305-336.

Yeoman, I., & McMahon-Beattie, U. (2020). *The Future Past of Tourism: Historical Perspectives and Future Evolutions*. Bristol, UK; Blue Ridge Summit, PA: Channel View.

---

## **Autores**

**Helena Costa:** Professora Associada II do Departamento de Administração da Universidade de Brasília (UnB) e líder do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS). Email: [helenacosta@unb.br](mailto:helenacosta@unb.br)

**Jaqueline Gil:** Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). Professora colaboradora no Departamento de Administração da UnB, pesquisadora no LETS/UNB. Email: [jaquegil@hotmail.com](mailto:jaquegil@hotmail.com)

**Elimar Nascimento:** Sociólogo, doutor pela Université René Descartes, Paris V, e professor permanente dos Programas de Pós-Graduação do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB), e do Centro de Ciências Ambientais e Sustentabilidade da Amazônia da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Email: [elimarcds@gmail.com](mailto:elimarcds@gmail.com)

**Alexander Turra:** Professor titular do Instituto Oceanográfico da Universidade de São Paulo (IO/USP). Email: [turra@usp.br](mailto:turra@usp.br)

**David Bouças:** Professor Adjunto IV do DETUH/UFMA e pesquisador do LETS/UnB. Email: [david.boucas@ufma.br](mailto:david.boucas@ufma.br)

**Nayara Marques:** Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB), pesquisadora do LETS/UnB. Email: [nayararmarques@gmail.com](mailto:nayararmarques@gmail.com)

**Júlia Souto:** Mestra em Administração pela Université de Fribourg (UniFr/Suíça), pesquisadora do LETS/UnB. Email: [juliacsouto@gmail.com](mailto:juliacsouto@gmail.com)

## **Nota**

<sup>1</sup> Regulamentada pelo recente Decreto nº 10.936 de janeiro de 2022.

# **Perspectivas sobre a concessão de serviços de apoio ao turismo no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: um estudo preliminar em tempos de COVID-19**

## **Perspectives on the concession of tourism support services in Lençóis Maranhenses National Park: a preliminary study in times of COVID-19**

**David Bouças, Wilmara Figueiredo, Camila Rodrigues, Etacyjara Araújo, Iara Brasileiro**

### **Resumo**

Este trabalho objetivou identificar os potenciais impactos da concessão de serviços no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (PNLM) para as comunidades e *trade* turístico locais, sob a ótica de diferentes atores envolvidos com o turismo no território. Desta investigação, participaram 13 representantes dos setores público e privado, de associações empresariais e comunitárias, do meio acadêmico e de uma Organização Não Governamental (ONG). Ressalta-se que o trabalho de campo foi realizado em momento de pandemia da COVID-19, quando o contato com as pessoas e o acesso às localidades ficaram bastante restritos por conta da segurança sanitária, o que pode ter interferido na comunicação e na participação comunitária. Em termos metodológicos, este estudo preliminar é de natureza qualitativa, transversal e exploratória. A coleta de dados ocorreu entre outubro e novembro de 2021 e se pautou em roteiro semiestruturado construído a partir de literatura pré-existente. Para analisar os dados foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo. Os resultados apontam que o processo de concessão vem apresentando alguns desafios no que se refere à participação social e comunicação, além de questionamentos por parte dos comunitários, que receiam a expulsão do território e o cerceamento de seu modo de vida, diante das mudanças socioeconômicas resultantes da iminente alteração na gestão do turismo no parque. Foram registrados alguns possíveis impactos negativos da concessão, tais como incertezas sobre o futuro das comunidades

e do trade turístico com relação ao papel desempenhado no turismo, a intensificação da especulação imobiliária, a perspectiva de aumento da visitação sem o devido controle, o monitoramento dos impactos ambientais e o enfraquecimento das iniciativas comunitárias de turismo. Os efeitos positivos prospectados foram a mobilização comunitária e do trade turístico na defesa de seus direitos, os investimentos financeiros para apoiar a gestão do parque e o incremento de infraestrutura para a visitação, a geração de trabalho e renda, e a melhoria na oferta dos serviços turísticos. Contudo, apesar das potenciais contribuições das concessões para a promoção e gestão da visitação, o desenho inicial desse processo no PNLN vem exigindo mecanismos de controle social para o efetivo acompanhamento das parcerias com a iniciativa privada e do alcance dos objetivos da função pública dos parques.

**Palavras-chave:** Governança; Parcerias; Áreas Protegidas; Controle Social; Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

### **Abstract**

This chapter aimed to identify the potential impacts of the concession of tourism support services at Lençóis Maranhenses National Park on local communities and tourism trade actors, from the perspective of its tourism main stakeholders. 13 representatives from the public and private sectors, business and community associations, academia and NGOs were investigated. Methodologically, this preliminary study is qualitative, cross-sectional, and exploratory. Data were collected between October and November 2021, through a semi-structured script built from the literature used. A content analysis technique was used. Findings show the concession process has enabled reduced social participation and communication, in which community members fear expulsion from the territory and restrictions on their livelihoods, due to the socioeconomic shifts resulting from the imminent change in the Park management. The expected negative impacts refer to uncertainties about the future of communities/trade, the intensification of land speculation, the perspective of unrestricted visitation, the increase in environmental impacts, and the weakening of community tourism initiatives. The positive effects prospectated were community/trade mobilization in defense of their rights, financial investments, the creation of visitors' infrastructure, employment and income, and the improvement in the tourist services. Conclusively, despite the potential contributions of concessions to comply with the objectives of the public function of national parks, the initial design of the process in the PNLN has been demanding social control mechanisms to guide future directions of public administration in forming partnerships with the private sector and to achieving the objectives of the public function of the parks.

**Keywords:** Governance; Partnerships; Protected Areas; Social Control; Lençóis Maranhenses National Park.

## Introdução

Os parques nacionais (PARNAs) constituem áreas de proteção dos ecossistemas naturais que despertam relevante interesse do setor turístico, em razão da sua qualidade ambiental, belezas cênicas, opções de lazer e aspectos culturais (Rodrigues & Abrucio, 2019). Historicamente, no Brasil, essas unidades de conservação (UCs), do grupo de proteção integral (Brasil, 2000), são criadas em um contexto de diferentes interesses e visões sobre a conservação da natureza e dos territórios envolvidos. Além disso, a política de conservação dessas áreas vem sendo impactada pelos sucessivos cortes orçamentários, somados à carência de recursos humanos, os quais impõem desafios a sua gestão, sobretudo quando se objetiva implementar a infraestrutura de apoio à visitação (Botelho & Rodrigues, 2016; OPAP, 2020). Nesse âmbito, uma maioria expressiva, entre os 74 PARNAs brasileiros, permanece aquém do aproveitamento efetivo do seu potencial, principalmente quanto a sua competitividade e atratividade (Brumatti & Rozendo, 2021). Ademais, essas atividades de recreação e turismo nos parques geram novas formas de ocupação e apropriação destes espaços, os quais exigem a proposição de estratégias para o manejo adequado dessas áreas (Rodrigues & Abrucio, 2019).

No contexto nacional, uma das alternativas utilizadas pela gestão pública para enfrentar essa problemática tem sido o estímulo à participação privada na prestação de serviços de apoio ao turismo em parques (Araujo & Lobo, 2022; Matheus & Raimundo, 2017; Rocktaeschel, 2006; Rodrigues & Abrucio, 2020), em especial, a modalidade de concessão (OPAP, 2020), dado o seu potencial para compatibilizar interesses conservacionistas e econômicos (Brumatti & Rozendo, 2021). Até 2019, havia sete PARNAs brasileiros com serviços de apoio ao turismo concessionados, a exemplo de Tijuca (RJ), Iguaçu (PR) e Veadeiros (GO) (Rodrigues & Abrucio, 2020). A partir do Programa Nacional de Desestatização (PND), prevê-se a concessão de serviços em outros parques brasileiros, como Jericoacoara (CE) e Lençóis Maranhenses (MA) (Brasil, 2019), este último, alvo da presente investigação.

No processo de delegação, liderado pelo órgão público para a iniciativa privada, as concessões envolvem uma série de fatores que permeiam o debate sobre as diferentes formas de apropriação e usufruto do bem público de uso especial. Há aqueles que advogam a favor dessas modalidades de parcerias, em razão de suas potenciais contribuições financeiras à infraestrutura de apoio à visitação e ao estímulo do mercado turístico (Rocktaeschel, 2006). Por outro lado, revelam-se importantes preocupações no tocante ao não atendimento dos objetivos da função pública dos parques e à priorização de aspectos econômico-financeiros (Botelho & Maciel, 2018; Botelho & Rodrigues, 2016; OPAP, 2020), além da exclusão das comunidades nos processos decisórios (Brumatti & Rozendo, 2021).

A raiz dessas perspectivas e inquietudes motiva o presente estudo e conduz à seguinte

pergunta de pesquisa: como vem ocorrendo o processo de concessão de serviços no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (PNLM), considerado uma das UCs brasileiras de maior interesse turístico atualmente (ICMBio, 2020a)? Isto posto, o objetivo deste trabalho foi o de identificar os potenciais impactos dessa parceria para as comunidades e o *trade* turístico, sob a ótica dos diferentes atores envolvidos com o turismo no território. A justificativa deste artigo encontra respaldo nas recomendações de pesquisa de Rodrigues e Abrucio (2019, 2020), para que sejam aprofundadas as discussões a respeito das estratégias de implementação e efeitos das parcerias entre as esferas pública e privada para o turismo em parques, incluindo os impactos às comunidades. Botelho e Maciel (2018) sugeriram estudar as implicações dos processos de concessão em PARNAs para os territórios envolvidos. Silva e Ribeiro (2018) aconselharam, adicionalmente, que investigações sobre o PNLM abarcassem variados sujeitos e setores do turismo, a exemplo de organizações da sociedade civil, associações empresariais e comunitárias.

Essa necessidade de novas investigações terminou se tornando mais urgente, à medida que, em 2020, fomos obrigados a enfrentar a pandemia da COVID-19 e seus impactos não somente sobre a economia mundial, como sobre nossas relações sociais, culturais, geográficas, políticas e ambientais. Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) considerou a contaminação humana pelo “novo” Coronavírus – SARS-CoV-2 –, como uma pandemia (OPAS, 2020). Para evitar o contágio que se fazia com rapidez surpreendente, medidas foram tomadas, como o fechamento de fronteiras, *lockdown* e, até mesmo, a suspensão de diversas atividades econômicas (Marcelino et al., 2020), sendo o setor turístico um dos mais afetados. Segundo Hall et al. (2020), no ano de 2020, 90% da população mundial possuíam restrições para viajar internacionalmente, além de possíveis limitações internas.

Os governos dos países foram obrigados a tomar medidas e adotar políticas no sentido de conter, ao máximo, a propagação da doença, até que pesquisadores das mais diferentes áreas pudessem encontrar tratamentos adequados para o enfrentamento da doença, particularmente, de vacinas que pudessem proteger a população. Apesar de considerado um tempo recorde, foram quase dois anos para que os imunizantes fossem produzidos, testados e distribuídos. Mesmo assim, ainda se tem uma cobertura vacinal desigual, não só no Brasil, como em todo o mundo, o que traz, também, dificuldades no controle efetivo da pandemia, que segue impactando vidas. Então, em virtude do distanciamento social exigido para controlar o contágio, as pessoas passaram a ficar em casa por mais tempo. Não é o propósito deste capítulo discutir impactos sobre a saúde mental ou outras consequências da COVID-19 sobre a população, mas refletir sobre seus efeitos na visitação de parques ou outras áreas naturais. No caso em tela, realizar também uma prospecção de possíveis consequências sobre a participação social e a compreensão dos impactos da concessão no PNLM.

Com a pandemia da COVID-19, a busca por atividades de lazer, esporte e turismo em espaços naturais foi intensificada, conforme as medidas de relaxamento eram estabelecidas (Souza et al., 2021), situação que desponta como tendência nos anos vindouros (Brasil,

2021). Exemplos do que foi afirmado podem ser verificados nas páginas eletrônicas do *Office for National Statistics* britânico (ONS, 2021), na matéria *How has lockdown changed our relationship with nature?* e da *The Adventure Travel Trade Association* (ATTA, 2020), no relatório *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*.

Nesse contexto, reforça-se a relevância da adoção de políticas públicas orientadas para integrar o turismo à diversidade sociocultural e à conservação da natureza, além de promover oportunidades para fortalecer a governança local (Brumatti & Rozendo, 2021). Esta preocupação é ainda mais relevante, quando se atenta ao apelo turístico das áreas protegidas no contexto pandêmico e de pós-pandemia. Estudos têm demonstrado que a busca pelo contato com a natureza e atividades de visitação em ambientes naturais constitui tendência não apenas no Brasil, mas no mundo (Brasil, 2021; Derks et al., 2020; Souza & Simões, 2019). Isto posto, esclarece-se que o interesse turístico no PNLM tende a se acentuar, corroborado pelas iniciativas governamentais e empresariais para dotar esta UC de infraestrutura turística ajustada à demanda de milhares de visitantes esperados todos os anos nessa localidade.

### **Governança Ambiental e Concessões em Parques Nacionais**

O termo governança – que pode se relacionar a múltiplos setores e temas, como governança corporativa, pública e ambiental – trata da definição de regras/critérios para a tomada de decisão, responsabilidades e limites de autonomia, além da ação coletiva (Roth et al., 2012). A governança é um conceito multidimensional utilizado, em diferentes abordagens, na academia, em documentos institucionais da esfera pública, terceiro setor e órgãos de fomento ao desenvolvimento socioeconômico (Cozzolino & Irving, 2015). Assim, a governança envolve desde instituições públicas, até mecanismos formais/informais de caráter não-governamental que orientem a participação de indivíduos e organizações, visando suas necessidades e direitos sociais (Costa et al., 2012).

Com foco nas UCs, a governança se volta à estruturação de arranjos que promovam participação efetiva no desenvolvimento e implementação de regulamentos, comunicação eficaz com os envolvidos, manejo de conflitos e aperfeiçoamento dos valores coletivos nas áreas sob proteção (Borrini-Feyerabend et al., 2006). Nesse ponto, considera-se fundamental atentar aos mecanismos de controle social no processo de concessão, que salientam a participação informada e qualificada de diferentes sujeitos afetados, direta e indiretamente, por uma determinada política pública (Rodrigues & Abrucio, 2019, 2020).

No entanto, a governança em UCs se depara com desafios para sua implementação, em bases sustentáveis, como escassez de recursos humanos e financeiros, e conflitos envolvendo moradores, gestores e prestadores de serviços turísticos (Spinola, 2013), mormente quando há forte interesse de visitação e tensões fundiárias (Silva & Ribeiro, 2018). Não ao acaso, observa-se na agenda da política de áreas protegidas que, a partir da diminuição constante do orçamento público e da carência de recursos humanos (OPAP, 2020), as UCs são concebidas formalmente, mas não possuem efetivamente uma gestão que lhes assegure seus propósitos de criação, o que corrobora a expressão “parques de papel” (Dourojeanni & Pádua, 2007).

Ao permitir atividades como o turismo em parques, a Lei nº 9.885/00, que instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), ampliou os desafios à sua governança, na medida em que autoriza a exploração comercial de produtos, subprodutos ou serviços obtidos a partir dos recursos naturais, biológicos, cênicos ou culturais da UC. Essa perspectiva envolve conhecimentos técnicos e mercadológicos que devem ser incorporados à gestão desses espaços. Ademais, uma das funções do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) é promover e executar, em articulação com órgãos e entidades envolvidos, programas recreacionais, de uso público e ecoturismo em UCs federais (Brasil, 2007). Isso demonstra a necessidade de adotar mecanismos de planejamento e gestão que promovam a interlocução com outros setores da sociedade, como iniciativa privada e organizações da sociedade civil, sobretudo associações locais que atuam na prestação de serviços de apoio ao turismo.

O interesse do setor turístico nas UCs brasileiras encontra respaldo nas estratégias da administração pública para adoção de diferentes arranjos institucionais que promovam maior atuação privada na gestão da visitação, sobretudo na implementação de infraestrutura e equipamentos de apoio (Rodrigues & Abrucio, 2020). Tais iniciativas também estão ancoradas na contribuição econômica do turismo para UCs e localidades envolvidas (Rodrigues et al., 2018; Souza & Simões, 2019).

Nesse sentido, uma das principais iniciativas para a gestão do uso público, priorizada pelo governo federal e por alguns órgãos estaduais, vem sendo as concessões dos serviços de visitação à iniciativa privada (OPAP, 2020; Rodrigues & Abrucio, 2019), ferramenta amplamente utilizada, há muito, em países como Argentina, Austrália, África do Sul, Argentina, Canadá, Estados Unidos e Nova Zelândia (Dinica, 2018; Rodrigues, 2009; Spenceley et al., 2017; Wyman et al., 2011). Nas UCs brasileiras, as concessões desses serviços utilizam, subsidiariamente, a Lei nº 8.987/95, que dispõe sobre a concessão de serviços públicos, além de dispositivos específicos para orientar a adoção do instrumento, como a Lei nº 13.668/18, que trata da concessão de serviços, áreas ou instalações de UCs federais para a exploração de atividades de visitação.

Em termos conceituais, as concessões em UCs federais se traduziriam como o instrumento pelo qual o poder público delega a um particular, por tempo determinado, a execução e/ou operação de serviços, áreas ou instalações de apoio à visitação (ICMBio, 2021). Tal procedimento é realizado mediante licitação pública, a partir de estudos técnicos e de viabilidade econômica (Botelho & Maciel, 2018). Nas concessões em parques, autoriza-se que empreendedores privados assumam as operações comerciais dentro da UC, em vez de o governo alienar seus bens a terceiros, fato que difere, portanto, de uma privatização (ICMBio, 2020b; Semeia, 2015), em termos legais. Entretanto, se o planejamento e a implementação dos serviços ocorrerem priorizando aspectos econômicos – em que o uso público é mediado por serviços e pagamento de taxas de utilização, relegando questões como diversidade de oportunidades e democratização do acesso – a concessão pode induzir interpretações equivocadas sobre a função pública das UCs (Rodrigues & Abrucio, 2020).

Alguns autores buscaram evidenciar as concessões e parcerias como instrumentos de implementação de políticas públicas, motivando um debate relevante sobre o interesse público nessa relação (Di Pietro, 2021; Justen Filho, 2015). Mas as parcerias também fazem parte da narrativa de uma “nova governança”, a qual está alinhada com um debate orientado pelos organismos internacionais, influenciando a gestão dos diferentes modelos de parcerias, sobretudo na ótica dos instrumentos de mercado (Peters & Pierre, 2010).

Deste modo, cabe destacar que o planejamento das parcerias para o turismo em UCs requer ponderações no sentido de compreender argumentos favoráveis e contrários à sua implementação, além dos resultados para a conservação dos territórios envolvidos (Brumatti & Rozendo, 2021; Rodrigues & Abrucio, 2019, 2020). Wyman et al. (2011), ao investigarem as melhores práticas para as concessões em 22 países, destacaram que, embora essas parcerias possam beneficiar as UCs – por incrementarem investimentos para implementação e manutenção de infraestrutura de apoio ao turismo, por exemplo – a gestão inadequada dessas iniciativas pode resultar em riscos significativos, como a degradação dos recursos naturais. Ressaltaram, portanto, que as concessões são, simultaneamente, uma oportunidade, mas também um desafio.

Empiricamente, Estima et al. (2014) identificaram que a concessão no PARNA de Fernando de Noronha promoveu melhorias em infraestrutura e nos serviços turísticos prestados, além de gerar empregos para a comunidade local. Tais aspectos foram evidenciados por Rodrigues e Abrucio (2019), Brumatti e Rosendo (2021) como os principais argumentos dos órgãos públicos na promoção das concessões. Um estudo sobre espeleoturismo em parques mineiros reforçou a importância das parcerias para que esses arranjos contribuam na melhoria da qualidade e segurança na visitação (Araujo & Lobo, 2022).

Por outro lado, Matheus e Raimundo (2017) salientaram a necessidade de investigar em que medida as concessões em UCs paulistas asseguram a conservação da natureza e promovem efeitos benéficos como envolvimento comunitário e sensibilização ambiental. Nascimento, Raimundo e Rodrigues (2021), ao estudarem o processo de formação da agenda de concessões no estado de São Paulo, evidenciaram diversas lacunas institucionais e de controle social, sobre as quais é necessário direcionar a atenção. Brumatti (2020), em pesquisa sobre concessões nos parques brasileiros, destacou dois desafios que requerem atenção na gestão turística por meio de parcerias: monitoramento dos impactos para a conservação da natureza, e a participação e o engajamento efetivo das comunidades locais no processo.

Nessa perspectiva, Botelho e Rodrigues (2016) alertaram sobre o caráter embrionário, no âmbito das instituições ambientais, de iniciativas de participação comunitária no desenvolvimento turístico, uma vez que concessões de altos investimentos são priorizadas, ocasionando exclusão social e menor autonomia dos moradores no uso do território. Este resultado se aproxima do verificado na concessão no PARNA da Tijuca (RJ), a qual vem favorecendo o usufruto de visitantes com maior poder político-econômico, em razão do acesso exclusivo por veículos particulares e transportes turísticos (Botelho & Maciel,

2018). Aspectos como direito de acesso e desfrute do espaço público, diversidade de oportunidades e visão ampla do planejamento do uso público, reforçam a necessidade de se compreender o sistema de valores públicos e privados que permeia as parcerias para o turismo em UCs (Rodrigues & Abrucio, 2019, 2020).

Nessa linha, Brumatti e Rozendo (2021) frisaram a preocupação de que as concessões ocorram sem transparência, reduzindo as condições dos reguladores e da sociedade controlarem o desempenho dos que provisionam o serviço. O fluxo de arrecadação e a aplicação dos recursos auferidos via concessão devem ser amplamente divulgados, a fim de atestar os resultados gerados para a sociedade e para a UC, algo que tende a fortalecer o apoio público para a conservação da natureza (Rodrigues & Godoy, 2013). Nesse sentido, cabe destacar que o *voucher* digital, uma das principais ferramentas de governança do turismo em Barreirinhas, cidade localizada na região do PNLN, encontra resistências tanto por parte dos visitantes quanto pelos prestadores de serviço, exatamente em função da falta de transparência acerca do montante arrecadado pelo poder público municipal com a visitação (Silva et al., 2020). Esta situação antecipa uma potencial insatisfação e falta de apoio da sociedade na concessão de serviços no PNLN, uma vez que processos anteriores foram conduzidos sem o devido esclarecimento e divulgação para os envolvidos.

Além disso, as concessões impulsionam novas configurações às UCs inseridas na lógica empresarial e mercadológica, situação que desafia a gestão com foco na conservação da natureza e exige dos diferentes sujeitos envolvidos o diálogo na tomada de decisão (Brumatti & Rozendo, 2021). Reforça-se, nesse aspecto, a questão dos valores públicos na governança de parques, em especial, nos processos de concessão, os quais versam sobre a responsabilização (*accountability*), transparência e qualidade na parceria com o setor privado (Rodrigues & Abrucio, 2019).

Desta forma, o planejamento das concessões deve considerar as problemáticas que, historicamente, interferem na efetividade da gestão dos parques, a exemplo da regularização fundiária, conflitos sociais, privatização do acesso aos espaços públicos e participação comunitária (Pimentel & Ribeiro, 2016). Assim, questões como responsabilização pelo controle social, direitos territoriais de populações, democratização do acesso, diversidade de oportunidades recreativas e utilização de indicadores socioambientais são fundamentais no contexto da inclusão social no processo de planejamento, gestão e monitoramento das concessões e demais modalidades de parcerias.

### **Metodologia**

Trata-se de um estudo preliminar de natureza qualitativa, transversal e exploratória (Flick, 2009), realizado a partir de análise de referencial teórico-conceitual, dados secundários e entrevistas junto a 13 atores sociais relacionados ao PNLN, que atuam em Barreirinhas e Santo Amaro (Tabela 1), principais cidades de suporte à visitação realizada na UC (Bouças da Silva et al., 2020; Silva et al., 2020). Os destinos em comento se enquadram, respectivamente, nas categorias B e D<sup>1</sup>, entre os com melhor desempenho econômico no Brasil (MTur, 2019) e são alvo de relevante interesse turístico, diante da sua relação direta com o PNLN.

**Tabela 1**  
*Perfil dos Entrevistados*

Entrevistados	Sexo	Escolaridade	Setor de atuação	Instituição/Localidade
A	M	Mestrado	Público/Meio ambiente	ICMBio/PNLM
B	M	Especialização	Público/Turismo	Secretaria de Turismo de Santo Amaro
C	M	Ensino Médio	Público/Turismo	Secretaria de Turismo de Barreirinhas
D	F	Especialização	Público/MPE	SEBRAE- Barreirinhas
E	M	Graduação	Público/MPE	SEBRAE-MA
F	M	Especialização	Associação empresarial/ Turismo	COMTUR/Barreirinhas
G	M	Doutorado	Universidade	Grupo GERUR/UFMA
H	M	Doutorado	ONG	AMAVIDA
I	M	Ensino Fundamental incompleto	Representante comunitário	Povoado Queimada Grande e Lavada do Maneco (Santo Amaro do MA)
J	M	Ensino Fundamental incompleto	Representante comunitário	Povoado Roça do Meio (Barreirinhas)
K	F	Ensino Médio completo	Representante comunitário	
L	M	Ensino Fundamental incompleto	Representante comunitário	Povoado São José dos Sacos e Comunidade Lagoa da Esperança (Barreirinhas)
M	F	Ensino Fundamental incompleto	Representante comunitário	Povoado Mocambo (Barreirinhas)

Orientou a coleta de dados um roteiro semiestruturado, envolvendo o tema da concessão e sua relação com as comunidades e o *trade* turístico. A literatura específica utilizada nesta investigação fundamentou a elaboração do instrumento (Tabela 2). Como orientação para a definição das entrevistas, utilizou-se a adesão e saturação teórica, consoante as orientações de Falquetto e Farias (2016). Para estas autoras, a saturação nos trabalhos qualitativos tende a ocorrer na 12<sup>a</sup> entrevista. Neste artigo, foram realizadas 13, com-

preendendo representantes dos setores público e privado, associações empresariais, meio acadêmico, ONG e representações comunitárias, conforme recomendações de Rodrigues e Godoy (2013), acerca dos principais atores sociais a serem envolvidos na governança do turismo em PARNAs.

## Tabela 2

### *Categorias e Perguntas do Roteiro de Entrevista*

<b>**Categorias *ex ante**</b>	<b>Questionamentos</b>
<p>Processo de concessão</p> <p>PLS nº 465/2018</p> <p>Potenciais impactos da concessão às comunidades</p>	<p>1. Tem conhecimento sobre a concessão dos serviços turísticos no PNLM? 2. Percebe alguma inquietação na comunidade acerca da concessão? 3. Tem conhecimento sobre o PLS que propõe alterar os limites do PNLM? 4. Quais os possíveis impactos desse PLS? 5. Qual a sua opinião sobre a concessão do PNLM? Quais são os possíveis impactos para o turismo e comunidades? 6. Percebeu alguma mudança em virtude da especulação imobiliária na região do PNLM?</p>

As entrevistas foram realizadas entre 16 de outubro e 12 de novembro de 2021, mediante assinatura de termo de consentimento livre e esclarecido pelos sujeitos da pesquisa (Veal, 2011). Decidiu-se por resguardar o anonimato dos investigados nas análises, uma vez que os diálogos trataram de assuntos polêmicos e que estão na raiz de conflitos locais. Com os comunitários, os diálogos foram presenciais e realizados em dois grupos focais, considerando um contexto de avanço da vacinação e baixos índices de contaminação da COVID-19 no Maranhão, observando-se todas as medidas de segurança sanitária recomendadas pelas autoridades de saúde. Importante frisar que, em se tratando de comunitários que vivem na área do PNLM, a comunicação via telefonia e internet são precárias e/ou inexistentes, vide a ausência desses serviços nas áreas visitadas durante a imersão em campo. As demais entrevistas foram individuais e *on-line*, por meio do aplicativo *Google Meet*. As gravações dos áudios das entrevistas totalizaram, aproximadamente, 9 horas, e foram posteriormente transcritas, resultando em um *corpus* de 39.886 palavras.

Esse material foi submetido à técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2016) do tipo categorial *a priori*. Neste procedimento, admite-se a possibilidade do surgimento de novas categorias durante as análises (Vergara, 2015). Desse modo, realizou-se a leitura sistemática dos textos, que foram agrupados por núcleo de sentido para inserção nas categorias *ex ante* (Tabela 2), gerando as categorias *ex post* apresentadas nas tabelas subsequentes.

## Resultados e Discussão

Com foco nas discussões preliminares sobre a concessão dos serviços, os depoimentos abordam a questão das reuniões prévias, o conhecimento dos estudos e a participação no processo, e foram organizados em categorias pré-definidas (Tabela 2), considerando sete categorias *ex post* que expressam as opiniões dos entrevistados (Tabela 3). A análise deste levantamento se subdivide em dois aspectos-chaves: planejamento da concessão e Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 465/2018. Convém destacar que os interesses político-econômicos no PNLN envolvem o PLS e a concessão em um mesmo contexto, porquanto ambos almejam uma maior atuação privada nos Lençóis. Os receios desencadeados com a concessão podem ser potencializados pelo PLS, uma vez que este projeto estabelece alterações nos limites do PNLN, que tendem a ocasionar mudanças substanciais quanto ao uso e ocupação do território.

### Tabela 3

#### *Processo de Concessão no PNLN*

##### **Planejamento da concessão**

##### **Categoria \*ex post\***

Reuniões prévias

Necessidade de diálogo mais eficaz com as comunidades

##### **Depoimentos**

Houve uma reunião, há uns três meses, que o ICMBio convidou *trade*, prefeitura e comunidades [...] onde ele (ICMBio) passou um direcionamento do **objetivo de criar uma lei de uso público [...] a intenção deles era chamar a atenção para [...] o processo da concessão antes dela chegar.**

Houve essa primeira reunião [...] depois reuniões online. Participei de uma audiência pública [...] tem uns três anos [...] **ICMBio nacional, fizeram uma primeira apresentação a respeito da concessão.**

**Esse processo** (diálogos sobre a concessão) **especificamente povoado a povoado, não foi feito [...] não é tão completo.**

### Planejamento da concessão

---

Lógica excludente no planejamento da concessão	Eles (comunitários) veem com muita preocupação, porque <b>como nada é explicado, existe uma confusão de que estão privatizando o parque</b> [...] não existe uma privatização [...] é uma parceria entre Estado e setor privado [...] <b>concessão de um serviço que é da visitação.</b> Não se esclarece como as comunidades podem participar [...] <b>existem muitas dúvidas de como vão ficar os negócios das famílias envolvidas com o turismo.</b> O processo de concessão vai ser orientado por um projeto base [...] para guiar negócios do turismo [...] BNDES está tocando o projeto [...] <b>em nenhum momento, as comunidades foram consultadas ou incluídas como parceiras</b> [...] estão completamente ausentes [...] <b>se vê é que as lógicas dos microempreendedores locais não estão contempladas nessa iniciativa do Estado.</b>
Expectativa da consulta pública ao documento final	[...] <b>vão ter acesso agora no final do ano ao documento final (edital de concessão)</b> [...] <b>para consulta pública tanto online, como algumas audiências</b> [...] a participação da sociedade civil é super importante [...] <b>as pessoas (das comunidades) não têm acesso a esses ambientes</b> [...] não vão saber usar esse site.

PLS nº 465/2018

Categoria \*ex post\*

Depoimentos

**PLS nº 465/2018**

Erros técnicos na elaboração

[...] a justificativa não tem fundamento [...] **o memorial descritivo [...] tem graves erros de cartografia [...] não levam em consideração limites ou acidentes geográficos** [...] retiram os rios de dentro do parque [...] **não se vê lógica no que foi proposto** [...] alguns atrativos ficariam fora [...] **retira a Lagoa da Esperança que é a válvula de escape em anos de seca** [...] **não houve análise técnica** [...] não foi autorizado pelo ICMBio formalmente.

Já existem, hoje, pousadas ilegalmente construídas dentro dos limites do parque [...] **se a gente plota o mapa proposto pelo PLS** [...] todas elas ficariam fora dos limites do parque.

Maior permissividade no uso do território

[...] no formato proposto **vai ser mais difícil de gerir** [...] **mais fronteiras [...] mais acessos [...] possibilidade também de ampliar projetos de loteamento, condomínios e resorts enfiados próximos aos atrativos do parque** [...] até mais próximos do que o da própria administração (ICMBio). [...] conheço muito de perto esse projeto [...] **altera os limites e usos do parque** [...] **pensando fundamentalmente no desenvolvimento da atividade turística de megaempresas** [...] dispostos a **investir 18 bilhões de dólares em infraestrutura de atendimento ao turista, construção de resort** [...] **transformações profundas** [...] joga para fora do parque porções importantes que estão sob controle da União [...] **a área fora do controle da União não existe nenhum impedimento para construção de estruturas.**

**PLS nº 465/2018**

Comprometimento da viabilidade econômica da concessão

[...] como gerir, como garantir que esse cara não vai entrar? **Vou ter que fazer cerca no parque todo, vou ter que fazer mais guaritas? Então vai ficar mais caro administrar** o parque, mais difícil e, inclusive, foi visto pela equipe de Brasília que **impactaria negativamente o estudo de viabilidade econômica da concessão [...] oneraria muito mais a concessionária.**

O planejamento da concessão envolve um processo de construção que vai além da consulta sobre o modelo de parceria que se pretende adotar. São necessários o esclarecimento e aprendizado acerca das diferentes formas de gestão do uso público, além das motivações para adotar determinados modelos ou compor diferentes iniciativas. Em termos técnicos e legais, a autorização para a exploração comercial de serviços de apoio ao turismo deve ser precedida do estudo de viabilidade econômica e investimentos para embasar o processo de concessão. Para sua elaboração, são contratadas consultorias que desenvolvem esse estudo, fornecendo subsídios para o projeto básico e demais instrumentos que comporão o processo de concessão (Botelho & Maciel, 2018; Rodrigues & Godoy, 2013).

Conforme levantamento realizado até fevereiro de 2022, os estudos que precedem o lançamento do edital de concessão no PNLM estavam em elaboração. Algumas instituições foram mencionadas como responsáveis por liderar o processo, como ICMBio, enquanto “órgão técnico que discute, elabora e faz esse projeto”, o Ministério do Turismo (MTur), o Ministério do Meio Ambiente (MMA) e, segundo um investigado, “o BNDES, muito importante na modelagem econômica para o modelo ideal de concessão”. Cabe esclarecer que, em 2020, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) estruturou uma linha de fomento para projetos de concessão em parques e, apoiado pelo Instituto Semeia, firmou parceria com o ICMBio e diversos órgãos estaduais para contratar estudos técnicos, sobretudo de viabilidade econômico-financeira, para compor os projetos de concessão (BNDES, 2020).

De acordo com os relatos nas entrevistas, as *reuniões prévias* sobre o tema da concessão, coordenadas pelo ICMBio, foram muito pontuais nos últimos anos, restando incertezas acerca do processo de participação e envolvimento efetivo, tanto por parte de agentes da cadeia produtiva, quanto da própria comunidade. Um dos membros do *trade* questionou, sobre este ponto, “se essa empresa, que está fazendo o estudo, está indo a campo [...] conversando com as comunidades que moram mais próximas desse entorno que porventura será concessionado”. Alguns investigados afirmaram que os comunitários estão alheios a essa discussão, ratificando o temor acerca das especulações ao redor da concessão, conforme se observa: “se chegou (debate sobre concessão) em Barreirinhas,

aqui ninguém sabe [...] (falta) diálogo com o povo [...] saber suas ideias”.

A partir das opiniões expostas, pode-se dizer que o processo de concessão no PNLM vem se estabelecendo a partir de uma comunicação com baixa efetividade junto às comunidades, contrariando as recomendações para que uma governança adequada se estabeleça (Borrini-Feyerabend et al., 2006). Neste sentido, a falta de informação e diálogo pode fragilizar as condições a serem estabelecidas para as populações locais no desenrolar da concessão. Ademais, na estruturação da relação entre ICMBio, comunidades, *trade* e futura concessionária, a qualidade dessas interações se mostra *sine qua non* à geração da confiança necessária à cooperação em prol da sustentabilidade do destino (Bouças da Silva et al., 2020).

Outra questão que permeia o planejamento da concessão e que foi apontada com preocupação é a priorização dos aspectos econômico-financeiros, por meio dos estudos de viabilidade econômica. Neste processo, a dinâmica de visitação por moradores locais e regionais e o envolvimento de iniciativas lideradas por comunidades locais requerem maior atenção, sob o risco de comprometer o desenho de uma parceria contextualizada com a dinâmica do turismo instalada no território, enfraquecendo e/ou não motivando iniciativas que valorizem o patrimônio histórico-cultural local (Silva & Ribeiro, 2018).

As opiniões dos comunitários que participaram da pesquisa, relacionadas à falta de inclusão social no planejamento da concessão, são corroboradas por outros entrevistados que defenderam a *necessidade de diálogo mais eficaz com as comunidades*, haja vista o desconhecimento e a complexidade envolvidos na parceria. Não se pode olvidar do passado conflituoso entre o órgão gestor e as comunidades, quanto ao uso e ocupação do território (Silva, 2008; Silva & Ribeiro, 2018), o que tem potencial para obstaculizar que a população aceite a parceria que está sendo modelada. Parte desses conflitos permanece em alguns cenários do Parque, conforme expôs um entrevistado: “tem muitas queixas disso [...] o IBAMA tinha uma visão mais policesca [...] havia muita repressão com fiscalização para que as comunidades não se desenvolvessem e isso perdurou [...] até a criação do ICMBio”.

Cabe destacar que, embora parte dos entrevistados compreenda o termo concessão, a carência de informação sobre o significado e os possíveis resultados desse modelo de parceria, pode gerar uma interpretação, por parte dos comunitários, sobre um processo de privatização do PNLM. Alguns revelaram inquietações sobre o assunto, apresentando dúvidas sobre o atendimento aos seus direitos sociais no futuro, conforme reforçou um empreendedor nascido na região:

[...] no início, falavam privatização mesmo [...] as pessoas ficam com medo [...] acham que é vender o negócio e não vão mais poder ir lá. Se quiser ir, vai ter que pagar [...] essas rodas de conversas existem [...] ainda deve ter gente pensando que a concessão é uma privatização.

Além disso, conforme destaca Herrera (2021), concessão é um termo jurídico-

administrativo, mas privatização é um termo sociológico que pode ser utilizado para expressar a dinâmica de lucro existente nos contratos com entes privados. O pesquisador ressaltou que o interesse privado na administração de serviços ou atividades de parques se associa à potencial rentabilidade auferida. Na contramão, um parque público pode operar sem lucro, pois o propósito maior é o da conservação e acesso ao ambiente ecologicamente equilibrado, prerrogativas que embasam o interesse público na criação daquele espaço. Assim, em termos sociológicos, a privatização pode ser utilizada para expressar o processo em curso nos parques, na medida em que, após a celebração do contrato, a lógica privada de busca do lucro se instaura na gestão daquela parceria.

Também foi destacada nos depoimentos, a *expectativa da consulta pública ao documento final*, que deveria considerar regras e critérios para a tomada de decisão construídos a partir da ampla participação dos envolvidos (Roth et al., 2012). Espera-se que os atores sociais do PNLN se debrucem sobre o estudo apresentado/edital de concessão e apresentem considerações visando uma maior compatibilização de interesses e controle social. No entanto, cabe a ressalva acerca da disponibilização do referido documento em ambiente virtual, que desconsidera grande parcela das comunidades potencialmente impactadas pela concessão, diante da exclusão digital, além da dificuldade técnica dada a complexidade do processo da concessão, situação que poderia ser mitigada com a intensificação das reuniões/audiências públicas, visando esclarecer as implicações da concessão (Brumatti & Rozendo, 2021). Ademais, cabe um maior destaque, nas discussões dessas parcerias, situações que permeiam o histórico de criação e gestão da UC – como falta de regularização fundiária e dificuldades de inserção socioeconômica das comunidades (Silva, 2008; Silva & Ribeiro, 2018) – conforme registrado por Pimentel e Ribeiro (2016).

No tocante ao PLS nº 465/2018, notabiliza-se que, em sua justificativa, afirma-se buscar o desenvolvimento socioeconômico das comunidades locais que vivem no PNLN, de modo a permitir atividades essenciais à sua sobrevivência, bem como a possibilidade de instalar empreendimentos como restaurantes e hotéis, aproveitando a vocação turística da região (Brasil, 2018). A imersão mais crítica no PLS, fundamentada nas falas dos entrevistados, possibilitou a identificação de algumas das categorias *ex post* apresentadas na Tabela 3.

De antemão, ressalva-se a identificação de *erros técnicos na elaboração* do PLS, corroborados pelo parecer técnico de pesquisadores da Universidade Federal do Maranhão (GERUR, 2019) e pelas opiniões de alguns respondentes. Comprova este entendimento, a fala de um gestor: “Li a nota técnica do ICMBio sobre esse projeto e há muitos questionamentos [...] precisa de mais embasamento técnico”. O olhar dos entrevistados aponta, ainda, *maior permissividade no uso do território* o que, possivelmente, incrementaria os impactos ambientais negativos, sobretudo por permitir a instalação de equipamentos turísticos em locais mais próximos ao campo de dunas. Diante do proeminente interesse econômico no PNLN, a especulação imobiliária e o conseqüente avanço em infraestrutura turística de grandes proporções, os quais seriam intensificados pelo PLS, consubstanciam um dos potenciais efeitos adversos que mais ameaçam áreas protegidas (Wallace et al., 2003).

Note-se que a região do PNLN permanece com deficiências de infraestrutura urbana – saneamento, principalmente – que prejudicam a qualidade de vida dos moradores, não correspondem às expectativas dos visitantes e comprometem a qualidade ecossistêmica (Silva & Ribeiro, 2018; Silva et al., 2020).

Em adição, reforçou-se a exclusão das comunidades nos processos decisórios (Borrini-Feyerabend et al., 2006) não diretamente relacionada apenas à concessão, mas devido às alterações pretendidas nos limites territoriais. Nesse sentido, um gestor público relatou que a comunidade se manifestou contra o PLS porque “não foi consultada, inclusive, líderes [...] que quase sempre estão nos eventos [...] não houve diálogo prévio [...] é algo que pode trazer desdobramentos grandes e complexos, tanto na área ambiental como [...] nas comunidades”. Com base nos relatos, observa-se que os principais esforços do poder público federal – concessão e PLS nº 465/2018 – não vêm considerando os interesses sócio-comunitários e se apoiam na lógica de apropriação da natureza como mercadoria, a fim de atenderem a interesses, sobremaneira, mercadológicos (Botelho & Maciel, 2018).

Embora a elaboração do PLS ocorra no contexto da concessão no PNLN, o alinhamento de interesses dos diversos atores sociais locais, indispensável na construção da governança adequada (Borrini-Feyerabend et al., 2006), mostrou-se ausente, porquanto o PLS resultaria, potencialmente, no *comprometimento da viabilidade econômica da concessão*. Esta ocorrência reforça alguns aspectos do processo de concessão em curso: problemas de planejamento, diálogo ineficaz entre as partes interessadas e reduzida participação social. O olhar preliminar sugere que as iniciativas tomadas vêm preterindo questões sociais, uma vez que não priorizam um processo de consulta ampliado e qualificado, fragilizando a tomada de decisão de forma transparente e participativa sobre a futura parceria, além de estar orientada aos negócios de maior porte em termos de necessidade de investimentos e infraestrutura.

Isto posto, são apresentados abaixo os potenciais impactos dessa modalidade de parceria, segundo os entrevistados. A análise de conteúdo possibilitou identificar seis categorias *ex post* referentes aos impactos considerados negativos (Tabela 4), e outras seis relacionadas aos positivos (Tabela 5). Nesse âmbito, Leung et al. (2019) fizeram ponderações sobre a qualificação dos “impactos” do turismo em UCs, salientando que o termo pode expressar distintas interpretações, pois um mesmo impacto pode ser percebido como positivo por determinado grupo de indivíduos e negativo por outro. Desse modo, aconselharam que os estudiosos do turismo considerem a seguinte pergunta: “Quem decide se um impacto é positivo ou negativo?”.

#### **Tabela 4**

##### *Potenciais Impactos Negativos da Concessão às Comunidades*

**Categorias \*ex post\***

**Depoimentos**

Incertezas sobre o futuro das comunidades/*trade*

[...] receio das pessoas deixarem seu protagonismo de seus negócios e passar a ser apenas funcionário (da concessionária) [...] setor de transporte, a preocupação deles (prestadores atuais) é se [...] **vão poder continuar fazendo o serviço** [...] moradores do parque tinham receio de perderem seus negócios [...] não poder mais ter um restaurante [...] ou receber um visitante em casa. Todo mundo temeroso [...] **da concessão vir e exigir, para a operação turística acontecer, coisas que a realidade daqui ainda não tem** [...] carros com rádio, GPS, guias bilíngues [...] medo que a nova regra do jogo não esteja compatível ao receptivo atual. **A gente percebe muito o medo do empresariado**, se continuam ou não vendendo os passeios para os Lençóis [...] **é o ganha-pão deles.** [...] grupos econômicos poderosos de Singapura, Malásia estão pensando em realizar investimentos no parque [...] **imagina quando abrir o processo de concessão para iniciativa privada com possibilidades de utilização da área do entorno do parque para construção de estruturas?**

Intensificação da especulação imobiliária

<b>Categorias *ex post*</b>	<b>Depoimentos</b>
Perspectiva de visitação irrestrita	Na minuta do plano de uso público fui voto vencido, pois <b>defendo uma discussão sobre o que estão chamando hoje de número balizador de visitação</b> . Tiraram essa ideia e jogaram para o dispositivo normativo, <b>porque a ideia é não criar nenhum entrave para a iniciativa privada, pois se limitar [...] o número de visitantes a 100 por dia, cria-se um problema para o concessionário</b> .
Elevação dos impactos ambientais nas comunidades	Não tem uma discussão [...] sobre a capacidade de carga [...] aqui falam sobre número balizador de visitação [...] em uma área criada como de relevância ambiental. Então, <b>mandar 200 turistas para a zona primitiva significa dizer que haverá um acúmulo de lixo, uma sobrecarga. 200 pessoas terão que ser alimentadas</b> .
Enfraquecimento das iniciativas comunitárias de turismo	[...] em razão do volume de pessoas [...] <b>teremos que quebrar essa economia local e recorrer a centros de produção [...] uma alteração na lógica econômica que mobilizava muitas comunidades [...] imagina a entrada da concessão [...] precisamos construir uma perspectiva inversa a essa lógica do turismo empresarial, colocando o TBC como epicentro dos negócios [...] tem muitas iniciativas isoladas, mas que não tem uma articulação</b> .

A primeira categoria *ex post* identificada, *incertezas sobre o futuro das comunidades e do trade turístico*, alinha-se à observada escassez de informação e diálogo no processo da concessão. O receio é de que a concessionária imponha restrições aos serviços e às atividades de visitação prestadas atualmente no PNLM pelos moradores e proprietários de agências de receptivo, de veículos 4x4, e de estabelecimentos como restaurantes e hospedagens.

O impedimento para operar no PNLM versaria sobre dois motivos: a prestação desses

serviços, exclusivamente, pela concessionária, algo que, para alguns respondentes, seria prejudicial para as iniciativas locais, que ficariam submetidas à dinâmica da concessão por meio de empregos assalariados e/ou terceirização da prestação de um determinado serviço. Além disso, em virtude de possíveis exigências técnico-operacionais da concessionária, como investimentos em tecnologias e certificações, impedir-se-ia que parte significativa dos empreendedores locais permanecesse com suas operações. Nesse aspecto, estudos anteriores verificaram dificuldades financeiras por parte das agências que operam passeios no PNLM, devido a fatores como forte concorrência com prestadores de serviços clandestinos (Costa et al., 2012) e altos custos para operacionalização do *voucher* digital (Silva et al., 2020). Neste último ponto, os requisitos técnico-operacionais, necessários à comercialização do *voucher*, demandaram investimentos em equipamentos e treinamentos que as agências alegam não conseguir arcar. Tal situação requer a atenção no planejamento das parcerias no sentido de prever um processo de transição de gestão que considere as demandas e o tempo necessário para a qualificação das iniciativas locais.

Registrou-se, também, a possibilidade de *intensificação da especulação imobiliária*, observada desde o início do turismo no PNLM (Silva, 2008), mas agora impulsionada pela iminente concessão e possível aprovação do PLS nº 465/2018. Nesse tema, asseverou-se haver “uma dinâmica de compra e venda ali de terrenos e posses que é muito intensa [...] o aquecimento desse mercado de compra e venda de terrenos feitos por agentes externos [...] é um processo extremamente violento”. Se em momento anterior, a preocupação dos residentes era com o remanejamento compulsório por força de Lei (Silva, 2008), atualmente, relacionam-se também às alterações nos limites do PNLM e à ameaça de expulsão por conta da pressão de agentes políticos e econômicos. Além disso, os projetos de infraestrutura em UCs exigem mecanismos de regulação e monitoramento adequados para garantir a proteção dessas áreas (Wallace et al., 2003).

Outro ponto enfatizado nas entrevistas foi a *perspectiva de visitação irrestrita*, ou seja, sem o devido controle no PNLM. O parque não possui um estudo de capacidade de carga ou suporte, mas apenas um quantitativo máximo de visitas diárias indicado no plano de manejo (IBAMA, 2003), que não condiz com a demanda atual, tampouco com as expectativas da concessionária (Silva et al., 2020). Apesar de restrições na quantidade de visitantes não assegurarem a sustentabilidade na UC, espera-se que os gestores utilizem um conjunto de estratégias de manejo da visitação que atendem ao incremento no fluxo turístico e, simultaneamente, ofereçam condições para manterem preservados os patrimônios natural e cultural (Liu, 2003).

Considerando o cenário acima, tem-se a perspectiva da *elevação dos impactos ambientais nas comunidades* impulsionados pela visitação em larga escala e consequente poluição, sobretudo em áreas com precariedade no saneamento básico e coleta de resíduos, caso do PNLM (Silva et al., 2020). Nesse sentido, Wyman et al. (2011) observaram resultados semelhantes de degradação ecossistêmica, mesmo em experiências consideradas exitosas na implementação das concessões. Quanto à visitação no PNLM, dados apontam o crescimento significativo de 52.819 visitantes, em 2007 (Silva, 2008), para 151.876

peças, em 2019 (ICMBio, 2020a), representando quase o triplo do fluxo em pouco mais de uma década e posicionando o PNLM no 10º lugar entre os PARNAs brasileiros mais visitados. A expectativa é que este quantitativo aumente com a concessão, potencializado por tendências de crescimento das atividades de turismo em ambientes naturais (Brasil, 2021; Souza & Simões, 2019), especialmente em contextos pós-pandêmicos (Souza et al., 2021).

A última categoria identificada se conecta à massificação da visitação e exclusão social, que podem ser potencializadas pela concessão e pelo PLS: *enfraquecimento das iniciativas comunitárias de turismo*. Investigações anteriores no PNLM apontaram mudanças nos hábitos culturais por influência do turismo (Silva, 2008; Silva & Ribeiro, 2018) e, conforme relatos, a nova dinâmica econômica que se apresentará tende a fragilizar empreendimentos familiares que não possuem força competitiva para lidar com grandes negócios. Nesse ponto, é importante destacar o papel das iniciativas de turismo de base comunitária, enquanto um possível modelo de gestão que possibilite a participação efetiva das comunidades locais nas atividades de turismo, angariando benefícios socioeconômicos, agregando valor à experiência de visitação e favorecendo seu apoio às áreas protegidas (ICMBio, 2018).

No que diz respeito aos possíveis efeitos positivos com a concessão (Tabela 5), um ponto de destaque registrado na pesquisa em andamento foi a *mobilização comunitária e do trade na defesa de seus direitos*. Os depoimentos apontaram a articulação de uma pauta semelhante entre comunidades e empresariado em prol da garantia de direitos e continuidade das suas operações, diante da iminente concessão. Talvez o interesse comum entre esses grupos motive essa ação coletiva, almejando oportunidades socioeconômicas (Bouças da Silva et al., 2020). Aqui se reforça o papel dos mecanismos de controle social nas concessões (Brumatti, 2020), a fim de que essas parcerias não prejudiquem os comunitários ao favorecerem agentes externos (Araujo & Lobo, 2022).

### Tabela 5

#### *Potenciais Impactos Positivos da Concessão às Comunidades*

<b>Categorias *ex post*</b>	<b>Depoimentos</b>
Mobilização comunitária e do <i>trade</i> na defesa de seus direitos	Se a concessionária tomar alguma medida que vai prejudicar [...] <b>os toyoteiros, eles podem simplesmente fazer uma greve, fazer um bloqueio e dar prejuízo para ela [...] se não tiverem bom relacionamento com a comunidade [...] (esta) exige também que seus direitos sejam respeitados.</b>

**Categorias \*ex post\***

**Depoimentos**

---

	<p>[...] <b>as comunidades são vistas como predadores, mas esse discurso está mudando em razão do seu reposicionamento político, no sentido de se converterem em atores políticos importantes e reconhecerem seus direitos.</b> Como existe um decreto que o Estado reconhece como comunidades tradicionais [...] temos um novo cenário de reconhecimento que é fruto também de disputas.</p>
Investimentos financeiros no PNLM	<p>[...] historicamente, <b>o estado brasileiro não investiu nas unidades</b> [...] nem no turismo [...] <b>a concessão vem num modelo de negócio que ajuda a ter investimento</b> [...] vai ser uma mudança radical do que a gente conhece dos Lençóis.</p>
Dotar o PNLM de infraestrutura de visitação	<p><b>O valor financeiro que vai circular com a concessão</b> [...] tem a capacidade de construção de centros de visitantes [...] <b>infraestrutura maior</b> [...] <b>para atendimento do turista</b> [...] <b>ter vias de acesso oficiais</b> [...] <b>áreas de uso intensivo, de infraestrutura</b> como banheiro, lanchonete [...] resgate médico [...] loja de <i>souvenirs</i>. [...] <b>o setor público não consegue prover a infraestrutura mínima</b> que deveria ter para desenvolvimento da atividade, <b>então a gente precisa</b> [...] <b>dessa concessão</b>, porque a atividade já ocorre [...] <b>quem sabe, com a concessão, vai ter bilheteria, uma infraestrutura melhor?</b></p>

<b>Categorias *ex post*</b>	<b>Depoimentos</b>
Geração de emprego e renda	[...] <b>tem também o potencial significativo de geração de renda, inclusive para as comunidades do parque [...] isso com certeza vai ser aproveitado pela concessionária para contratar mão de obra [...] para a própria construção das estruturas, manutenção de trilhas [...] agora depende muito da empresa que vai ganhar a licitação.</b>
Melhoria na oferta dos serviços turísticos	Vai ser bom [...] <b>para operação turística da concessão [...] obrigações em termos de qualidade. [...] concessão vai trazer melhores serviços e vamos poder concentrar nosso esforço em outras coisas [...] perdemos muita energia na estruturação do parque e fiscalização. Empresas que operam as concessões em vários parques [...] o DNA delas já tem a preocupação ambiental, porque faz parte do negócio delas.</b>

O impacto positivo, por meio de *investimentos financeiros no PNLN*, constitui a contrapartida da concessionária e pode favorecer melhorias à experiência de visitação (Rocktaeschel, 2006). Assim, no cenário atual de redução significativa no orçamento público e recursos humanos, ampliam-se os interesses privados e da administração federal na estratégia da concessão (OPAP, 2020). Embora se reconheça a relevância das parcerias para o turismo em UCs, reitera-se a compreensão de que os recursos advindos das concessões não pode escamotear problemas básicos de implementação e gestão que desafiam as UCs (Brumatti & Rozendo, 2021).

Outro efeito positivo se refere ao incremento *de infraestrutura para a visitação no PNLN*, uma vez que, mesmo sendo o principal destino maranhense (Silva et al., 2020), a UC ainda carece de instalações como banheiros, postos de atendimento e lanchonetes. Assim, espera-se do concessionário o investimento necessário à consolidação de infraestrutura e equipamentos que apoiem a visitação (Rodrigues & Godoy, 2013). Alerta-se, no entanto, que os investimentos na UC considerem o impacto de novas estruturas para a conservação da área. Adicionalmente, a *geração de emprego e renda* é mais um impacto esperado para as comunidades, sobretudo em um contexto de escassez de oportunidades e baixos IDHs (Silva, 2008). Este é um resultado esperado com as concessões e, juntamente com as melhorias na infraestrutura turística, constituem os argumentos centrais dos órgãos públicos para promover parcerias em UCs (Brumatti & Rosendo, 2021; Rodrigues &

Abrucio, 2019). Contudo, considera-se relevante qualificar o tipo de emprego que está sendo gerado pelas concessões, sobretudo no que diz respeito à valorização e liderança das iniciativas comunitárias na composição dos serviços de apoio ao turismo.

A aposta na *melhoria na oferta dos serviços turísticos* é outro possível resultado positivo, que requer um plano de qualificação profissional contínuo e o monitoramento por meio de pesquisas de satisfação e qualidade da experiência do visitante. Situação semelhante ocorreu com agências de receptivo de Barreirinhas na implementação do *voucher* digital, ocorrência que tende a incrementar a satisfação do visitante, uma vez que se reduz a atuação de prestadores informais e com baixa qualificação na oferta dos passeios (Silva et al., 2020). A parceria com o *trade* turístico local pode oferecer importante contributo, também, à segurança na visitação (Araujo & Lobo, 2022), haja vista que, no PNLN, são oferecidas atividades de aventura e passeios de veículos 4x4, e o acesso ao campo de dunas pode envolver riscos aos visitantes.

### **Considerações Finais**

Este trabalho focou na análise das parcerias entre o órgão responsável pela gestão das UCs federais, ICMBio, e a iniciativa privada, para apoiar a prestação de serviços e atividades de visitação em PARNAs. Dentre as modalidades de parceria utilizadas, a concessão de serviços tem sido priorizada em programas e projetos de órgãos gestores de áreas protegidas (OPAP, 2021; Rodrigues & Abrucio, 2019). Faz-se necessário, portanto, compreender e acompanhar os efeitos dessas iniciativas para as áreas protegidas e os territórios envolvidos.

O estudo objetivou identificar os potenciais impactos da concessão de serviços de apoio ao turismo no PNLN para as comunidades e o *trade* turístico, sob a ótica de diferentes atores envolvidos com o turismo no território e, também, inspirado pelos trabalhos de Silva e Ribeiro (2018), Botelho e Maciel (2018), e Rodrigues e Abrucio (2019, 2020).

A *priori*, os relatos obtidos apontam que o processo de concessão no PNLN vem apresentando reduzida participação social e comunicação, uma vez que as reuniões e os espaços de interlocução entre os atores envolvidos, direta e indiretamente com o tema, não têm favorecido a ampla disseminação do processo e o esclarecimento de pontos considerados centrais para as comunidades, a exemplo das futuras restrições e alterações na dinâmica do turismo advindas da concessão. As comunidades receiam, sobretudo, a expulsão dos seus territórios e o cerceamento de seu modo de vida, diante das mudanças socioeconômicas resultantes do novo modelo de gestão do turismo, por meio de concessão e do PLS 465/2018, o que denotaria, na prática, um processo de privatização da natureza.

A análise da iminente concessão no PNLN traz à tona o papel das parcerias com a iniciativa privada no alcance dos objetivos da função pública dos parques. No entanto, o desenho inicial desse processo nos Lençóis Maranhenses tem suscitado diferentes questionamentos por parte das comunidades e do *trade* turístico e, assim, requer a adoção de mecanismos de controle social que possam gerar uma maior compreensão sobre o modelo de gestão que pretende ser adotado e os possíveis efeitos no território. Vale lembrar a questão

colocada anteriormente: quem decide se os impactos são positivos ou negativos? Esta questão comporta uma dimensão ética que permeia a definição do modelo de turismo que se deseja em um determinado território, considerando os diferentes valores associados à natureza e o acesso e a distribuição justa e equitativa dos benefícios associados à utilização dos bens naturais.

Além disso, salienta-se o desafio de um processo participativo, amplo, informado e respeitoso durante o período de isolamento social, que demandou cuidados especiais em virtude da pandemia da COVID-19, dificultando o envolvimento efetivo das comunidades locais no planejamento e na tomada decisão sobre as diferentes modalidades de parcerias.

Por fim, cumpre ponderar que este estudo, de caráter preliminar, apresenta uma contribuição para o entendimento do processo de concessão de serviços no PNLM, envolvendo o levantamento de expectativas e possíveis efeitos deste modelo de gestão do turismo. Contudo, para a continuidade do aprendizado no tema, propõe-se uma agenda de pesquisas com diferentes abordagens sobre os efeitos da concessão, contemplando o monitoramento de indicadores ambientais, socioeconômicos, culturais e institucionais, sobretudo em um cenário de aumento do fluxo de visitantes pós-pandemia e do crescente interesse econômico associado à concessão em áreas protegidas.

### **Agradecimentos**

À Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA) pelo apoio financeiro para o desenvolvimento do projeto de pesquisa “Gestão Estratégica e Redes do Turismo no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses”, bem como pela bolsa de iniciação científica recebida por Etacyjara Ferreira de Araújo entre setembro de 2020 e setembro de 2021, os quais possibilitaram os trabalhos de campo necessários à elaboração deste capítulo.

### **Referências**

Araujo, H.R., & Lobo, H.A.S. (2022). Parcerias público-privadas e sua importância para a sustentabilidade do espeleoturismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 16, e-2258. <http://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2258>

Adventure Travel Association [ATTA] (2020). *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. Recuperado em 21 novembro 2021 de <https://wttc.org/Initiatives/To-Recovery-Beyond>

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social [BNDES]. (2020). RFI nº 03/2020 – Concessões de Parques Naturais. Recuperado em 14 janeiro 2022 de <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/transparencia/desestatizacao/cadastro-consultores/rfi-03-2020-concessoes-de-parques-naturais>

Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. Ed.rev.ampl. Edições 70.

Borrini-Feyerabend, G., Johnston, J., & Pansky, D. (2006). *Governance of protected areas*. Managing protected areas: A global guide. 116-145.

Botelho, E.S., & Maciel, G.G. (2018). A reprodução capitalista do espaço por meio da concessão de serviços e as implicações no lazer dos visitantes no Parque Nacional da Tijuca – RJ. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, 18(3), 23-39, maio. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.18n3.2018.1554>

Botelho, E.S., & Rodrigues, C.G.O. (2016). Inserção das iniciativas de base comunitária no desenvolvimento do turismo em parques nacionais. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, 16(2), 280-295.

Bouças da Silva, D.L., Hoffmann, V.E., & Costa, H.A. (2020). Confiança em redes de cooperação do turismo(...). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14(2), 9-29, maio/ago. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1535>

Brasil. (2000). *Lei N° 9.985, de 18 de julho de 2000 e Decreto 4.340, de 22 de agosto de 2002*. 3ed. Brasília: MMA/SBF,52p.

Brasil. (2007). *Lei n° 11.516 de 28 de agosto de 2007(...)*. Recuperado em 14 janeiro 2022 de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/lei/111516.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/111516.htm)

Brasil. (2018). *Projeto de Lei do Senado nº 465, de 2018*. Altera os limites do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. Recuperado em 13 janeiro 2022 de <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/134725>

Brasil. (2019). *Resolução 79, de 21 de agosto de 2019*. Presidência da República. Conselho do Programa de Parcerias de Investimentos da Presidência da República.

Brasil. (2021). *Guia de Retomada Econômica do Turismo*. Resumo Executivo. MEC/MTur. KPMG Consultoria Ltda. Brasília-DF. Julho de 2021. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo/GuiaRetomadaEconmicadoTurismo.pdf>

Brumatti, P.N.M. (2020). *Espelho das Concessões Turísticas em Parques Nacionais do Brasil: uma perspectiva sobre vulnerabilidades*. 2020.297f. II.Tese (Doutorado em Turismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

Brumatti, P.N.M., & Rozendo, C. (2021). Parques Nacionais, turismo e governança(...). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15(3), e-2119, set./dez. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2119>

Costa, H.A., Silva, D.L.B., & Nascimento, E.P. (2012). A Governança sonhada para o Turismo: uma análise sobre o voucher único de Barreirinhas (Maranhão, Brasil), a partir da visão dos empresários do setor turístico. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2, 701-715.

Cozzolino, L.F.F., & Irving, M.A. (2015). Por uma concepção democrática de governança na esfera pública. *Revista de Políticas Públicas*, 19(2), 497-508. <http://dx.doi.org/10.18764/2178-2865.v19n2p497-508>

Derks, J, Giessen, L., & Winkel, G. (2020). COVID-19-induced visitor boom reveals the importance of forests as critical infrastructure. *Forest Policy and Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2020.102253>

Dinica, V. (2018). The environmental sustainability of protected area tourism(...). *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1),146- 164. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1322599>

Di Pietro, M.S.Z. (2021). *Direito Administrativo*. 34<sup>a</sup> ed. São Paulo: Ed.Forense, 1104p.

Dourojeanni, M.J. & Pádua, M.T.J. (2007). *Biodiversidade: a hora decisiva*. 2<sup>a</sup> ed.Curitiba: Ed.UFPR. 284p.

Estima, D.C., Ventura, M.A.M., Rabinovici, A., & Martins, F.M.C.P.F. (2014). Concession in tourism services and partnerships in the Marine National Park of Fernando de Noronha, Brazil. *Revista de Gestão Costeira Integrada*, 14(2), 215-232.

Falquetto, J., & Farias, J. (2016). Saturação Teórica em Pesquisas Qualitativas(...). 5<sup>o</sup> Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa, 3, 560-569. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2018V20n52p40>

Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. (3<sup>a</sup> ed.). Artmed, 405p.

Grupo de Estudos Rurais e Urbanos [GERUR]. (2019). *Análise Técnica do Projeto de Lei do Senado No 465-2018 que altera os limites do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses*. 62p.

Hall, M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

Herrera, B. (2021). *Controle Social de parcerias público-privadas em UC*. TV Ibitipoca Saberes e Afazeres. Recuperado em 15 janeiro 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=FJJqSjR5Kt0>

Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis [IBAMA]. (2003). *Plano de Manejo do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses*. São Luís: MMA/IBAMA.

Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [ICMBio]. (2018). *Turismo de Base Comunitária em Unidades de Conservação Federais: princípios e diretrizes*. MMA/ICMBio, 21p.

Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [ICMBio]. (2020a). Monitoramento da visitação em Unidades de Conservação Federais(...). Brasília-DF. Recuperado em 14 janeiro 2022 de [https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/monitoramento\\_visitacao\\_em\\_ucsfederais\\_resultados\\_2019\\_breve\\_panorama\\_historico.pdf](https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/monitoramento_visitacao_em_ucsfederais_resultados_2019_breve_panorama_historico.pdf)

Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [ICMBio]. (2020b). *Parque Nacional de Brasília e de São Joaquim foram incluídos no PPI*. Recuperado em 14 janeiro 2022 de <https://www.icmbio.gov.br/portal/ultimas-noticias/20-geral/11262-parque-nacional-de-brasilia-e-sao-joaquim-foram-incluidos-no-ppi>

Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade [ICMBio]. (2021). *Portaria nº 289, de 3 de maio de 2021(...)*. Recuperado em 14 janeiro 2022 de <https://www.in.gov>

[br/en/web/dou/-/portaria-n-289-de-3-de-maio-de-2021-319593068](https://www.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-289-de-3-de-maio-de-2021-319593068)

Justen Filho, M.(2015). *Curso de Direito Administrativo*. São Paulo: Saraiva.

Leung, Y., Spenceley, A., Hvenegaard, G., & Buckley, R. (2019). *Turismo e gestão da visitação em áreas protegidas*. Diretrizes para sustentabilidade. Série Diretrizes para melhores Práticas para Áreas Protegidas. 27, Gland, Suíça: UICN. Xii, 120p.

Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*. 11(6).

Marcelino, J.S., Rezende, A., & Miyaji M. (2020). Impactos iniciais da COVID-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná – Brasil. *Boletim de Conjuntura*, ano II, 2(5). <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3779308>

Matheus, F.S., & Raimundo, S. (2017). O resultado das políticas públicas de ecoturismo em unidades de conservação no Brasil e no Canadá. *RBTUR*, 11(3), 454-479. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1336>

Ministério do Turismo [MTur]. (2019). *Mapa do Turismo 2019-2021*. Brasília-DF. Recuperado em 08 janeiro 2022, de <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>

Nascimento, G.C., Raimundo, S., & Rodrigues, C.G.O. (2021). A concessão de serviços na agenda ambiental: um olhar às áreas protegidas de São Paulo. In: *X Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade*, 2021. Anais do X Encontro da ANPPAS, 2021.

Observatório de Parcerias em Áreas Protegidas [OPAP]. (2020). Carta Aberta – Parcerias em Áreas Protegidas(...). *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, 13(2), mai-jul 2020.

Office for National Statistics [ONS] (2021). *How has lockdown changed our relationship with nature?* Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.ons.gov.uk/>

Organização Pan-Americana da Saúde [OPAS]. (2020). *Histórico da pandemia de COVID-19*. Recuperado em 20 fevereiro 2022 de <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>

Peters, B.G., & Pierre, J. (2010). Public-Private Partnerships and the Democratic Deficit. In: Bexell, M., Mörth, U. (eds). *Democracy and Public-Private Partnerships in Global Governance*. Palgrave Macmillan, London.

Pimentel, M.A.S., & Ribeiro, W.C. (2016). Populações tradicionais e conflitos em áreas protegidas. *GEOUSP Espaço e Tempo (Online)*, [S.l.], 20(2), 224-237. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2016.122692>

Rocktaeschel, B.M.M.M. (2006). *Terceirização em áreas protegidas: estímulo ao ecoturismo no Brasil*. São Paulo: Editora Senac.

Rodrigues, C.G.O. (2009). *O uso do público nos parques nacionais(...)*. 2009.358 f.,il. [Tese de Doutorado em Desenvolvimento Sustentável] – Universidade de Brasília, Brasília.

Rodrigues, C.G.O., & Abrucio, F.L. (2019). Parcerias e concessões para o desenvolvimento do turismo nos parques brasileiros(...). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 13(3), 105-120, set./dez. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1575>

Rodrigues, C.G.O., & Abrucio, F.L. (2020). Os valores públicos e os desafios da responsabilização nas parcerias para o turismo(...). *Tur., Visão e Ação*, 22(1), 67-86, Jan./Abr. – Balneário Camboriú, SC, Brasil. <http://dx.doi.org/10.14210/tva.v22n1.67-86>

Rodrigues, C.G.O, Fontoura, L.M., Rosa, C.R., Medeiros, R., & Young, C.E.F. (2018). Turismo e Uso Público. In: Young, C.E.F & Medeiros, R. (orgs). *Quanto vale o verde(...)*. Rio de Janeiro: Conservação Internacional, 80-101.

Rodrigues, C.G.O., & Godoy, L.R.C. (2013). Atuação pública e privada na gestão de Unidades de Conservação(...). *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 28, 75-88, jul./dez. Editora UFPR.

Roth, A.L., Wegner, D., Antunes Júnior, J.A.V., & Padula, A.D. (2012). Diferenças e inter-relações dos conceitos de governança e gestão de redes(...). *Revista de Administração*, 47(1), 112-123.

Semeia. (2015). *Modelos de gestão aplicáveis às Unidades de Conservação do Brasil*. São Paulo, SP: Instituto Semeia.

Silva, D.L.B. (2008). *Turismo em Unidades de Conservação: contribuições para a prática de uma atividade turística sustentável no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses*. 2008. 206p. Il. [Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Sustentável]. Universidade de Brasília, Brasília.

Silva, D.L.B, Pinho, T.R.R., Lucena, C.T., Casales-Garcia, V., & Almeida, I.C. (2020). La gobernanza en el Parque Nacional de los Lençóis Maranhenses: análisis preliminar del voucher digital sobre la perspectiva del trade. *Revista Turydes*, 28, junio/junho.

Silva, D.L.B., & Ribeiro, R.T. (2018). Passado, presente e futuro: os desafios para o desenvolvimento turístico sustentável do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. In: *Turismo e sustentabilidade: verso e reverso*. Nascimento & Costa (orgs.) – Rio de Janeiro.

Souza, C.N., Rodrigues, A.C., Correia, R.A., Normande, I.C., Costa, H.C.M., Guedes-Santos, J., Malhado, A.C.M., Carvalho, A.R., & Ladle, R.J. (2021). No visit, no interest(...). *Biological Conservation*, 256, 109015,1-7.

Souza, T.V.S.B., & Simões, H.B. (2019). *Contribuições do Turismo em Unidades de Conservação Federais(...)*. ICMBio, Brasília.

Spenceley, A., Snyman, S., & Eagles, P. (2017). Guidelines for tourism partnerships and concessions for protected areas(...). *Report to the Secretariat of the Convention on Biological Diversity and IUCN*.

Spinola, C.A. (2013). Parques Nacionais, Conservação da Natureza e Inserção Social(...). *Tur. Visão e ação*, 15(1),jan./abr.,71-83.

- Veal, A.L. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. Aleph.
- Vergara, S.C. (2015). *Métodos de pesquisa em administração*. (6ª ed.). Atlas.
- Wallace, G.N., Barborak, J.R., & MacFarland, C. (2003). Land Use Planning and Regulation In and Around Protected Areas(...). *Vth World Parks Congress*. Durban, South Africa, September.
- Watson, J.E.M., Dudley, N., Segan, D.B., & Hockings, M. (2014). The performance and potential of protected areas. *Nature*, 515(7525), 67-73. <https://doi.org/10.1038/nature13947>
- Wyman, M.S., Barborak, J.R., Inamdar, N., Stein, T.V. (2011). Best practices for tourism concessions in protected areas(...). *Forests*, 2(4): 913-928. Recuperado em 10 janeiro 2022 de [https://www.researchgate.net/publication/228832962\\_Best\\_Practices\\_for\\_Tourism\\_Concessions\\_in\\_Protected\\_Areas\\_A\\_Review\\_of\\_the\\_Field](https://www.researchgate.net/publication/228832962_Best_Practices_for_Tourism_Concessions_in_Protected_Areas_A_Review_of_the_Field)

---

## Autores

**David Bouças:** Doutor em Administração (PPGA/UnB). Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria (DETUH/UFMA). Coordenador do Grupo de Pesquisa “Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo – GEDOT”. Pesquisador do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). [david.boucas@ufma.br](mailto:david.boucas@ufma.br)

**Wilmara Figueiredo:** Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFPA. Mestra em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Bacharela em Turismo (UFMA). [wilmara.figueiredo@gmail.com](mailto:wilmara.figueiredo@gmail.com)

**Camila Rodrigues:** Doutora em Política e Gestão Ambiental (CDS/UnB). Professora da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Coordenadora do Observatório de Parcerias em Áreas Protegidas (OPAP). Pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). [camila.rodrigues.ufrj@gmail.com](mailto:camila.rodrigues.ufrj@gmail.com)

**Etacyjara Araújo:** Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Membro do Grupo de Pesquisa “Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo – GEDOT”. [thacyjara@gmail.com](mailto:thacyjara@gmail.com)

**Iara Brasileiro:** Bacharel em Ciências Biológicas (UnB). Doutora em Ciências (USP). Pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). [ibrasileiro@unb.br](mailto:ibrasileiro@unb.br)

## Nota

<sup>1</sup> A Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro é um instrumento elaborado pelo MTur para identificar o desempenho da economia do setor

nos municípios que pertencem a este mapa. Os municípios são agrupados nas categorias de A a E, sendo que A traduz aqueles mais consolidados, com fluxos significativos e maior impacto econômico advindos de atividades do turismo, enquanto E se enquadram os destinos em estágio mais embrionário de desenvolvimento (MTur, 2019).

# Análise de discursos aplicada a conflitos socioambientais em contextos de desenvolvimento turístico

## Discourse analysis applied to socioenvironmental conflicts in tourism development contexts

Mozart Fazito, Nayara Marques

### Resumo

Em um mundo de crises e conflitos, diferentes autores propõem que pesquisas acadêmicas aprofundem suas análises para além dos paradigmas dominantes da contemporaneidade. Este artigo teórico-metodológico revisa o estado da arte da aplicação da análise de discurso inspirada em Foucault no estudo de crises ou conflitos socioambientais em contextos de desenvolvimento turístico. A partir de uma diversidade de procedimentos e técnicas, propõe-se um método detalhado capaz de compreender com profundidade os processos de formulação e implementação de políticas de desenvolvimento e de expor suas relações de poder. Assim, são valorizadas diferentes perspectivas que podem ser invisibilizadas na pesquisa tradicional de turismo. Sugere-se que a pandemia da COVID-19 proporcionou a reconstrução de um outro turismo em nível global, mais saudável e rico, mas cujo processo tende a ser manipulado em direção ao retorno do turismo ao que era, com seus problemas e mazelas, em nome de interesses empresariais de grupos de poder, e que nos distancia da civilização. Conclui-se que a metodologia de análise aqui proposta é capaz de expor esse processo e contribuir para um turismo mais capaz de expandir a humanidade e o cuidado com o planeta.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento; Turismo; Análise de Discurso Foucaultiana; Turismo Crítico; Políticas Públicas.

### Abstract

In a world of crises and conflicts, different authors propose that academic researchers deepen their analysis, beyond the dominant paradigms of contemporaneity. This theoretical-methodological article reviews the state of the art in the application of Foucault-inspired

discourse analysis to the study of socio-environmental crises and conflicts in tourism development contexts. Based on a variety of procedures and techniques, a detailed method is proposed capable of understanding in depth the processes of formulation and implementation of development policies and of exposing their power relations. Thus, different perspectives that can be made invisible in traditional tourism research are valued. It is suggested that the COVID-19 Pandemic enabled the reconstruction of another tourism at a global level – healthier and richer – but whose process tends to be manipulated towards the return of tourism to what it was before the crisis, with all its problems and ills, in the name of business interests of powerful groups. It concludes that the methodology proposed is capable of exposing this process and contributing to a kind of tourism that can expand humanity's perceptions towards caring for the planet.

**Keywords:** Development; Tourism; Foucauldian Discourse Analysis; Critical Tourism, Policy-making.

## Introdução

A contemporaneidade é marcada por um contexto de crise de comunicação, em que palavras como justiça, democracia, sustentabilidade, turismo e desenvolvimento têm suas origens esquecidas e seus significados são disputados em diferentes arenas políticas em todo o globo, visando interesses pessoais de grupos de poder (Cowen & Shenton, 2005; Fazito et al., 2016; Reid, 1995). Assim, manipular esses significados e atrair coalizões de apoio a determinados conceitos se tornou um processo importante na elaboração de políticas de desenvolvimento. Uma definição clássica de poder apresenta o conceito de '*mobilization of bias*', ou mobilização das tendências, em tradução livre, como conceito chave para se entender o processo político (Schattschneider, 1960). Para o autor, a exploração de alguns conflitos e a supressão de outros na organização política é o resultado da mobilização de tendências e é carregado de intenções de grupos de interesse. Assim, imaginar a democracia como um processo perfeito, transparente e sem conflitos é extremamente ingênuo. A manipulação desses significados através da mobilização das tendências ocorre muito mais fora do processo decisório do que às claras (Bachrach & Baratz, 1962).

Para Safatle (2016), política não é o resultado da circulação e canalização de bens, produtos e riqueza em apoio a determinado grupo, mas da circulação de afetos. Para o autor, a manipulação dos afetos medo (de que algo ruim acontecerá) e esperança (de que algo ruim não acontecerá) é que gera o governo do futuro das pessoas. As políticas de desenvolvimento se materializam sob a metodologia do planejamento e a tentativa de se construir futuros desejáveis (prognósticos). A manipulação dos afetos gera significados importantes compartilhados entre os cidadãos que, por sua vez, são influenciados pela mobilização estratégica e intencional das tendências de se suprimir ou explorar determinados assuntos, seguindo os interesses dos grupos poderosos (Fazito, 2021).

Este artigo revisa o estado da arte da aplicação do método de análise de discurso para o estudo de crises ou conflitos socioambientais em contextos de desenvolvimento turístico e propõe uma metodologia inspirada pela obra de Michel Foucault, capaz de expor as relações de poder, conforme descritas acima. O objetivo é apresentar um método de análise para compreender os processos e jogos de poder ligados à formulação e implementação de políticas públicas de turismo em contextos de conflito. Ou seja, um método para a análise de dados e informações ao longo de um recorte temporal que permita compreender com profundidade os processos das políticas de desenvolvimento contextualizadas, para revelar os interesses reais dos diferentes atores e instituições envolvidos no desenvolvimento do turismo, desvelar os jogos de poder escondidos, e valorizar diferentes perspectivas que podem ser invisibilizadas na pesquisa tradicional de turismo.

A análise de discurso Foucaultiana (ADF) emerge como método apropriado para a análise dos processos de formulação e implementação de políticas públicas, pois evidencia as racionalidades que dão legitimidade ao processo de tomada de decisão e aos próprios resultados destas ações nas arenas políticas, revelando o embate de significados e os interesses que os fundamentam e que geram critérios definidores de significados como ‘bom’ ou ‘ruim’, ‘certo’ ou ‘errado’, ‘justo’ ou ‘injusto’ etc. (Foucault, 1991). Além disso, possibilita a identificação dos agentes por trás dos interesses (públicos ou não), ou instituições envolvidas no desenvolvimento das sociedades, valorizando perspectivas que muitas vezes ficam marginalizadas nos métodos tradicionais de análise social. Os conflitos que circundam contextos de desenvolvimento turístico são especialmente centrais para este tipo de análise, precisamente, por conjugar interesses opostos em relação à conservação ambiental e cultural e à modernização dos destinos, além de o próprio conceito de Turismo ser contestado entre ser o somatório dos fornecedores de produtos e serviços (ex.: de transporte, acomodação, entre outros) ou uma vivência de tempo livre: ócio *versus* negócio.

Assim, a ADF busca suplantiar a produção de pesquisa preditiva, tradicional, que dominou e domina a produção do conhecimento científico há séculos (Flyvbjerg, 2001) e que resultou em um desenvolvimento global desigual e excludente (Santos, 2011). Busca-se a produção de um conhecimento emancipatório, ou seja, um paradigma emergente que une a prosa e a poesia, o *sapiens ao demens*, a objetividade e a subjetividade, em busca de um “conhecimento prudente para uma vida decente” (Santos, 2011, p.74). Para tanto, a participação e a solidariedade (reciprocidade) são essenciais.

Especialmente neste contexto de pandemia, Santos (2020, p.22) recorda que os intelectuais devem estar atentos às necessidades e às aspirações dos cidadãos comuns e saber partir delas para teorizar, já que

[...] crises graves e agudas, cuja letalidade é muito significativa e muito rápida, mobilizam os *media* e os poderes políticos, e levam a que sejam tomadas medidas que, no melhor dos casos, resolvem as consequências da crise, mas não afectam as suas causas.

A pandemia da COVID-19, além de gerar um medo generalizado e caótico, revelou alternativas possíveis e o poder de adaptação das sociedades “a novos modos de viver quando tal é necessário e sentido como correspondendo ao bem comum” (Santos, 2020, p. 29). Interessante, por exemplo, é a observação de David Harvey (2020), de que a pandemia da COVID-19 nos abriu os olhos para a maior contradição do capitalismo que, conforme Marx (2015), livra as pessoas do trabalho necessário – que passa a ser ocupado pelas tecnologias – mas, em vez de promover mais tempo livre, ludicidade e exercícios dos talentos individuais, cria ocupações supérfluas a serem ocupadas pela classe trabalhadora, para manutenção do *status quo* das classes dominantes. Para Marx (2015, p. 322), a riqueza de um país pode ser resumida a ter tempo disponível:

With the development of the forces of production, necessary labour time decreases and surplus labour time thereby increases. Or, as well, that one individual can work for 2 etc. (‘Wealth is disposable time and nothing more’). [...] If the whole labour of a country were sufficient only to raise the support of the whole population, there would be no surplus labour, consequently nothing that can be allowed to accumulate as capital . . . Truly wealthy a nation, if there is no interest or if the working day is 6 hours rather than 12 ... Whatever may be due to the capitalist, he can only receive the surplus labour of the labourer; for the labourer must live<sup>1</sup>.

Destaque-se que a produção do conhecimento deriva da “*práxis humana*”, portanto, não pode ser linear e neutra. É processual e, assim, engloba os contextos histórico, individual e coletivo juntos (Dencker, 2007). Positivismo, Empirismo, Funcionalismo, Estruturalismo, Humanismo, Fenomenologia, Marxismo, Teoria Crítica e o Pós-estruturalismo são algumas das escolas de pensamento do conhecimento científico que permeiam os estudos e pesquisas ligados ao Turismo (Tribe, 1997), cada uma delas com suas técnicas e métodos próprios ou complementares. São como redes de conhecimento da Ciência e animam a produção e investigação dos mais variados temas, com base em paradigmas e teorias (dominantes ou não). A proposta de metodologia de análise aqui apresentada resulta de um diálogo entre a escola crítica e a pós-estruturalista, partindo do pressuposto de que não há uma observação da realidade material que não seja também discursiva (Escobar, 1996).

Segundo a Teoria Crítica, a ciência é uma construção coletiva que visa a emancipação do ser humano pela superação da realidade – que é múltipla e diversificada –, resultante do processo de desenvolvimento da sociedade, portanto é contextualizada em seu tempo. Dentre suas características estão a interdisciplinaridade, ser reflexiva, desafiar padrões e verdades dominantes, ser dialética (Chambers, 2007).

A interação da teoria crítica com o pós-estruturalismo alia a busca pela justiça social, a igualdade e a resistência às formas de opressão, a partir da análise das relações de poder e conflitos, principalmente por meio da análise de discursos-prática-ações. Para Foucault, discurso e prática, assim como conhecimento e poder, andam juntos (Cheong & Miller,

2000). Poder é entendido como um processo granular e capilar, que se utiliza dos corpos para atingir as mais altas estruturas decisórias da sociedade (Dreyfus & Rabinow, 1982).

A Escola Crítica de Turismo se fortaleceu, a partir dos anos 2000, para questionar a predominância das pesquisas com foco nos negócios, no viés produtivista e no discurso positivista em um compromisso acrítico com empiricismo, quantificação, neutralidade, objetividade, distância, validade e confiabilidade (Pritchard & Morgan, 2007), portanto se aproximando de valores pós-estruturalistas (Fazito, 2012).

Nesse contexto, diferentes autores destacam a necessidade de se ampliar as pesquisas em Turismo utilizando métodos inspirados na análise de discurso, principalmente aquela inspirada pela obra de Foucault (Cheong & Miller, 2000; Hollinshead, 1999, 2008; Qian et al., 2018; Tribe, 2007). As abordagens discursivas têm se mostrado úteis para explorar em detalhes o desenvolvimento do turismo e as situações de conflito (Bramwell, 2006; Fazito et al., 2016; Markwick, 2000), além de serem eficazes para desvendar detalhes dos processos de formulação de políticas em contextos de desenvolvimento do turismo (Bramwell, 2006; Juliano & Carvalho, 2017; Markwick, 2000; Qian et al., 2018; Virginio et al., 2011).

Questões de discursos conflitantes sobre o desenvolvimento do turismo e, sobretudo, em um contexto de país do Sul Global com altas disparidades regionais, como é o caso do Brasil, podem ter foco nas relações de poder e seu resultado em políticas públicas e ações executadas. A análise de discurso pode auxiliar no processamento de narrativas que se consolidam e ampliam a nossa compreensão sobre o papel dos atores-chave e coalizões vencedoras a influenciar o desenvolvimento turístico (McClinchey, 2021; Qian et al., 2018). Logo, defendemos aqui que esta ferramenta pode ser uma boa contribuição para a análise dos efeitos das políticas públicas implementadas no contexto da recente crise sanitária nos destinos turísticos, e subsidiar políticas inovadoras de desenvolvimento humano.

### **A Análise de Discurso como Ferramenta de Análise de Políticas Públicas**

Antes de se adentrar na questão da análise de discurso, deve-se observar a perspectiva de Foucault (1991) sobre poder e a governamentalidade, que volta à origem dos textos sobre a arte de governar – tanto para Maquiavel quanto na perspectiva anti-Maquiavel – e afirma que o objetivo do exercício do poder será manter, reforçar e proteger seu principado, entendido como:

[...] relação do príncipe com o que ele possui, com o território que herdou ou adquiriu e com os súditos [...] Consequentemente, o modo de análise terá dois aspectos: por um lado, demarcação dos perigos (de onde vem, em que consistem, qual é a sua intensidade); por outro lado, desenvolvimento da arte de manipular as relações de força que permitirão ao príncipe fazer com que seu principado, como liame com seus súditos e com o território, possa ser protegido (Foucault, 1991, p. 279).

A ação de Estado demanda uma racionalidade que dá legitimidade às ações públicas. A arte de governar emerge dos problemas da população, que passou a ser representada por dados estatísticos. Foucault ressalta o isolamento da economia como um setor específico, e a economia política como técnica de intervenção do governo na realidade. O conhecimento e o poder, indissociáveis, levam a uma racionalidade (critérios de legitimação), que hoje é a política econômica. A governamentalidade abrange o conjunto com instituições, procedimentos, análises, táticas, entre outros, que permitem exercer essa forma de poder que tem a população como alvo, a economia política como forma e os dispositivos de segurança como instrumentos (Foucault, 1991).

As políticas públicas e a governança para o turismo são legitimadas por essas racionalidades, que são as formas de pensar ou critérios que levam os atores a acreditar em uma melhor saída para cada ação do processo (Fazito et al., 2016). Políticas públicas vão além do fazer dos governos e sua elaboração “é uma atividade política, influenciada (e constituída) por características econômicas e sociais da sociedade, assim como pelas estruturas formais do governo e outras características do sistema político” (Hall & Jenkins, 2004, p.527). Além disso, a política pública sofre interação de numerosas forças – individuais, agências, leis, percepções, ideias, escolhas, processos, e distribuição de poder.

Hall e Jenkins (2004) citaram algumas formas de intervenção do governo no turismo – mesmo quando prevalece uma demanda por sua menor influência –, entre elas a melhoria da competitividade dos destinos; mudança nos direitos de propriedade; redução dos riscos e incertezas; suporte a projetos com altos custos de investimento e que envolvem novas tecnologias. Essas formas de intervenção são afetadas e variam de acordo com as ideologias de cada governo, desde uma administração pública tradicional com ênfase no bem público a um modelo corporativista com ênfase no mercado, eficiência, retorno de investimentos. Assim, nota-se o dilema entre uma demanda por menos interferência do governo no mercado, permitindo desenvolvimento sem assistência ou subsídios, e a demanda de grupos de interesse do setor que procuram desenvolvimento de políticas em seu favor, por exemplo, fundos para promoção e desenvolvimento.

Esses autores também relataram aspectos essenciais para a análise crítica de políticas públicas de turismo, citando três dimensões da análise de poder: a primeira, observável (comportamento manifesto, conflitos e tomada de decisão); a segunda, que reconhece decisões e não decisões e conflitos (manifestos e encobertos); e a terceira, que seria a tomada de decisão ou controle sobre a agenda política (não necessariamente sobre decisões) e que reconhece conflitos latentes e observáveis (manifestos ou não). Permeiam essas dimensões, tipologias de poder e conceitos correlatos, como autoridade, coerção, força, influência e manipulação (Hall & Jenkins, 2004). Essas três dimensões seguem a evolução do conceito de poder, como processo decisório (Dahl, 1961), processo não decisório (Bachrach & Baratz, 1962) e a abordagem Foucaultiana, de construção dos critérios e controle da agenda política.

Nesse contexto, a análise de discurso é adequada porque desafia os pesquisadores a questionar os processos de elaboração de políticas públicas, a participação e o diálogo

entre os diferentes atores envolvidos e como as relações de poder produzem os discursos dominantes e os não dominantes (Hewitt, 2009). Para Hajer (2006), a análise de discurso engloba tanto o exame das estruturas argumentativas de documentos e textos escritos/falados, quanto as práticas por meio das quais essas declarações e enunciados são feitos, considerando que a linguagem molda a visão da realidade das pessoas. O discurso, então, compreende um conjunto de ideias, conceitos e categorias que dão significado aos fenômenos, que produzem e reproduzem práticas identificáveis, que estruturam as contribuições que embasam discussões entre diferentes participantes (Hajer, 2006).

Hewitt (2009) apresenta diferentes abordagens de análises de políticas públicas que se inspiram no trabalho de Foucault, identificando os pontos em comum e as diferenças entre eles e aprofundando o estudo da aplicação da análise de discurso para as políticas públicas voltadas para o meio rural. Esta autora elenca quatro forças da análise de discurso foucaultiana de políticas públicas, quais são: o foco em como os atores interagem e se engajam; a revelação das diversas influências que definem um problema político e quais os processos sociais (costumes, rituais, valores e práticas); a capacidade de se entender as práticas de resistência, colaboração e cooperação; e a consciência da natureza incerta do processo da política pública.

Para Hewitt (2009), a aplicação da ADF cria a necessidade de que o pesquisador adote um distanciamento, uma visão ‘de fora’ do problema, de forma a possibilitar o reconhecimento das pressuposições e práticas escondidas que geram as regras da formação dos discursos. Importante notar que essas regras se dão a partir do emprego do conhecimento e da razão: as racionalidades. Racionalidades são pressupostos, modos de pensamento que guiarão os atores a acreditarem em um “melhor” resultado do processo político. Esses modos de pensar são normas e valores que se expressam por meio do discurso (Rydin, 2003). As racionalidades competem nas arenas políticas por meio de jogos de poder ocultos. Existe uma notável assimetria entre poder e racionalidade (Flyvbjerg, 1998). O poder define a racionalidade. Essa assimetria é a fraqueza fundamental da modernidade. Nesse sentido, a racionalidade, ao contrário da tradição iluminista, é dependente do contexto, e a natureza desse contexto é o poder. A análise das racionalidades concorrentes e do jogo de poder que as sustenta fornece uma estrutura interessante para o estudo da formulação de políticas públicas. As relações de poder por trás do processo por meio do qual um determinado conjunto de histórias vence outro conjunto orientam a materialização de um discurso, que é o total de resultados da política e de ações decorrentes disso.

Diferentes autores empregaram a ADF em suas pesquisas. Qian et al. (2018) realizaram uma revisão de literatura sobre esse método e classificaram os trabalhos em cinco temas: motivação de viagem, imagem dos destinos, marketing turístico, turismo sustentável e relações sociais em contextos de desenvolvimento turismo. Já Tadioto, Moreira e Campos (2016) levantaram o debate sobre como a análise de discurso destaca-se como um dispositivo teórico-analítico para problematizar o turismo, ao passo que Xue e Kerstetter (2017) analisaram as relações implícitas de poder entre uma empresa privada

e a população local de uma comunidade no Vale Chongdu, na China. Valdivielso e Moranta (2019) utilizaram este método para analisar o discurso do decrescimento nas Ilhas Baleares.

Mais focados nos conflitos que emergem a partir do desenvolvimento do turismo frente a outros setores econômicos em regiões com áreas naturais conservadas estão os trabalhos de Fazito et al. (2016), Marques, Fazito e Cunha (2021), e Juliano (2021). Este último autor analisou o conflito entre o turismo e extrativismo clandestino da palmeira juçara na região do Vale do Ribeira (SP), identificando a dicotomia entre discursos oficiais e não oficiais (memórias locais) em torno do patrimônio natural local, especialmente depois da institucionalização das unidades de conservação dessa região. Fazito et al. (2016) estudaram um contexto de conflito minerário na Reserva de Biosfera da Serra do Espinhaço (MG) e demonstraram a manipulação do conceito de sustentabilidade como forma de substituir o turismo de natureza pela mineração na região. Marques et al. (2021) analisaram a dinâmica dos discursos de desenvolvimento turístico na região de Cavalcante-GO em um contexto de exploração minerária, e concluíram pela necessidade de se separar turismo como lazer da modernização turística na elaboração de políticas públicas de desenvolvimento turístico em contextos de conflito. Os dois últimos empregam a metodologia que ora apresentamos.

### **Apresentação da Metodologia de Análise de Discursos Foucaultiana Aplicada ao Desenvolvimento Turístico em Contextos de Conflito**

Primeiramente, é importante destacar que se trata de um método majoritariamente qualitativo, mas que também se ancora em dados e informações quantitativas de forma complementar (especialmente dados secundários), inclusive para validação dos resultados encontrados. Como se trata de pesquisa contextualizada nos territórios estudados, onde os conflitos ocorrem, a estratégia de resposta ao problema de pesquisa mais adequada – a melhor resposta em termos de desenvolvimento para o território – é o estudo de caso único, considerado por alguns autores como a única forma de se produzir ciência social aplicada que faz sentido (Flyvbjerg, 2001, 2006). Assim, torna-se fundamental que o processo de seleção do estudo de caso seja criterioso. Por exemplo, Fazito et al. (2016) escolheram o momento de implantação do maior projeto minerário acontecendo no mundo em uma região escolhida pela Unesco como Reserva de Biosfera, precisamente pela qualidade da água e pela riqueza da sua diversidade biológica e cultural. Marques et al. (2021) escolheram a região de Cavalcante, no entorno do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, localizada no bioma do Cerrado, considerado um *hotspot* de preservação da biodiversidade (Myers et al., 2000), na Reserva de Biosfera do Cerrado. O território de Cavalcante é um destino turístico importante, abriga a maior comunidade quilombola do Brasil, os Kalunga, e tem tido crescente interesse na exploração do seu subsolo. Como se pode perceber, são casos críticos em relação ao problema central de pesquisa, conforme definido em Flyvbjerg (2001).

O método de análise de discurso Foucaultiana varia em sua forma de aplicação, desde a inexistência de estrutura às pesquisas mais estruturadas (Hewitt, 2009). Só foi encontrado

na literatura um trabalho com inexistência de estrutura, além, é claro, da obra do próprio Michel Foucault. Flyvbjerg (1998) apresentou o caso do planejamento urbano da cidade Aalborg (Dinamarca), e evidencia grupos de poder atuando para que seus comércios se beneficiem com as alterações urbanas, em detrimento da população da cidade.

Entretanto, opta-se aqui por produzir alguma estrutura com a intenção de ampliar o emprego da ADF por mais pesquisadores. Na busca por definir uma estrutura mínima para a implementação deste método, Hajer (2006) é um dos autores que merece atenção. Esse autor propõe três ferramentas iniciais: metáfora – palavras-chave; *storyline* – assimilação de aspectos narrativos que une fragmentos discursivos similares; e coalizões de discurso – grupo de atores que compartilha o apoio a uma mesma *storyline*. O autor propõe quatro unidades de análise em políticas públicas: discurso, metáfora, narrativa (*storyline*) e coalizões de discurso, listando dez passos para se fazer a análise de discurso argumentativa, que vão desde a pesquisa de dados secundários até um momento para validar informações em uma segunda entrevista aos atores-chave identificados. São eles: pesquisa de gabinete; primeiras entrevistas para uma visão global do problema de pesquisa; análise de documentos; entrevistas com atores-chave; espaços de argumentação; análise dos efeitos de posicionamento; identificação dos incidentes-chave; análise das práticas em casos específicos de argumentação e como se relacionam os significados; interpretação; segundo momento de visitas técnicas aos atores-chave.

Dryzek (2005) empregou este método, adicionado da unidade de análise ‘episódios’ para produzir os discursos ambientais, que partem do industrialismo (discurso hegemônico) para propor alternativas que variam em velocidade (discursos radicais e reformistas) e na abrangência da mudança (discursos imaginativos e prosaicos). Episódios são momentos que representam alteração da predominância de um discurso sobre os outros na dinâmica das arenas políticas. Por exemplo, Fazito (2013) demonstrou a prevalência de um discurso de turismo voltado à indústria sobre um discurso de turismo ecológico, no contexto da Serra do Espinhaço, em Minas Gerais, a partir de um ‘episódio’ de construção de uma estrada para uma cachoeira ‘intocada’.

Inspirada pela metodologia desenvolvida por Hajer (1995, 2006), e adaptada por Dryzek (2005) e Fazito (2013), apresenta-se uma estrutura conceitual para a ADF, a partir da abordagem de racionalidades concorrentes (Scott, 2008), que identifica e analisa os significados desde os fragmentos discursivos, a forma como eles se fundem em discursos-narrativas (*storylines*), as racionalidades que são empregadas ao longo do tempo para legitimá-los, as coalizões discursivas que se formam para apoiar esses discursos-narrativas, as políticas públicas formuladas nesse contexto até sua implementação, mostrando que o poder perpassa todo processo, conforme apresentado na Figura 1. O objetivo é revelar quais racionalidades embasam os discursos que se transformam em políticas públicas, em ações concretas, em diferentes momentos do recorte temporal, sendo que a unidade de análise utilizada para demonstrar a prevalência de um discurso-narrativa sobre outro são os episódios.

**Figura 1***Ciclo da ADF Aplicada a Contextos de Conflito*

Fonte: Diagrama elaborado a partir de Fazito et al. (2016). The Dynamics of Tourism Discourses and Policy in Brazil. *Annals of Tourism Research*, 57, 1-17.

Os significados ou fragmentos discursivos que emergem ao longo do tempo das pessoas ou grupos envolvidos com o contexto ganham aspectos narrativos nas arenas políticas onde os discursos-narrativas emergem. Para Hajer (2006), esses discursos-narrativas são expressões que sumarizam e simplificam ideias complexas, compostas por diferentes elementos combinados, que muitas vezes são usados como atalhos (funcionando como metáforas) em argumentações/discussões. Com as narrativas (*storylines*), os atores tentam expor sua visão da realidade de forma que seja aceita pelos outros, sugerem determinadas posições e práticas sociais e criticam colocações alternativas ao seu ponto de vista.

No entanto, para que os discursos-narrativas ganhem o apoio (ou não) dos atores em uma arena, e formem as coalizões discursivas, é necessário que eles sejam legitimados por argumentações racionais ou justificativas que evidenciem aos atores uma melhor saída para cada ação. Na literatura, é possível encontrar exemplos de alguns tipos de racionalidade, cada uma baseada em critérios, ou regimes de verdade, como descrito por Foucault (Peet & Watts, 1996), como por exemplo, a racionalidade instrumental e econômica (Rydin, 2003), baseada em valores dos povos originais de ecologia profunda

(Gontijo, 2003), comunicativa (Healey, 1999), científica, legal, comunitária e crítica (Fazito, 2013).

Já as coalizões de discurso se referem a um grupo de atores que compartilha um mesmo conjunto de discursos-narrativas em um determinado contexto durante um período específico (Hajer, 2006). Ao mesmo tempo em que os discursos-narrativas sugerem entendimentos comuns e absorvem ideias próximas, mas fragmentadas, para Fazito (2013), é exatamente a possibilidade de ser interpretado de diferentes formas que sustenta as coalizões. Enquanto essas coalizões se formam, vão se definindo as ações concretas resultantes da habilidade dos grupos de atores em reunir recursos e interesses (Fazito, 2013). Daí o discurso de sustentabilidade conseguir ser apoiado, ao mesmo tempo, por banqueiros e marxistas, por ecologistas e exploradores (Mebratu, 1998), em uma espécie de mimetismo camaleônico (Fazito et al., 2016).

Por último, é importante destacar que a implementação deste método de ADF requer o domínio de diferentes procedimentos e técnicas. Logo, uma terminologia que é encontrada por vezes em trabalhos de ADF é a chamada 'bricolagem', que se refere a essa diversidade de técnicas de coleta e análise de dados a munirem o pesquisador, que se vê em um contínuo processo de aperfeiçoamento. Isso requer um complexo, denso e reflexivo processo de pesquisa e possibilita também a expansão da capacidade do pesquisador de colher e analisar dados (Denzin & Lincoln, 1994 citado por Jamal & Hollinshead, 2001; Rogers, 2012). A Tabela 1 apresenta as principais técnicas de coleta de dados identificadas na aplicação da ADF.

**Tabela 1**

*Procedimentos e Técnicas Sugeridos para o Método*

<b>Procedimentos /Técnicas</b>	<b>Observações</b>
Pesquisa de gabinete (bibliográfica e documental) para levantamento de dados secundários	Pesquisa sobre o tema e a região de estudo para visão global – ex.: normas e legislações, atas de reuniões de conselhos, processos oficiais com documentos relativos ao tema, planos de manejo, dados do IBGE, IPEA, Sebrae, ANM e outras instituições similares.
Construção de linhas do tempo com os principais episódios	Registro da sequência temporal dos principais acontecimentos e documentos que os comprovam – necessita constante atualização ao passo que novos documentos são analisados ou novas entrevistas são realizadas.
Mapeamento dos conflitos socioambientais existentes na região e arenas políticas ligadas ao tema	Identificação e registro dos potenciais casos a serem aprofundados.

<b>Procedimentos /Técnicas</b>	<b>Observações</b>
Identificação e busca dos atores-chave	Pesquisa virtual e uso da técnica Bola de Neve (Vinuto, 2014), análise de rede de relações sociais.
Visitas-técnicas e saídas de campo	Realização de entrevistas <i>in loco</i> , observação não- participante, diário de campo, registros fotográficos – essenciais para aprofundamento e identificação de nuances e detalhes.
Elaboração do roteiro de perguntas preliminar	Baseada nas informações preliminares levantadas na coleta e sistematização de dados, para possibilitar visão global do contexto.
Entrevistas semiestruturadas e livres com atores-chave – produção de dados primários	Uso de roteiro semiestruturado composto por questões abertas. Novas perguntas podem ser necessárias nas diferentes fases de entrevistas: iniciais (para visão global) ou aquelas para aprofundar a análise e validar resultados.
Definição do recorte temporal do estudo de caso	Busca-se análise do período que tenha centralidade para o problema de pesquisa, a partir dos episódios mais marcantes levantados pelos entrevistados.
Transcrição das entrevistas	A gravação e a transcrição são necessárias para possibilitar a identificação dos fragmentos de discursos e fases posteriores.
Relacionar os atores-chave e seus fragmentos de discursos	Triangulação das informações.
Construção dos discursos-narrativas (de desenvolvimento/turismo) que emergem e competem nas arenas políticas levantadas	Triangulação das informações e análise de discursos: interpretação e produção de uma linha com os acontecimentos, desde a identificação dos fragmentos discursivos até o resultado político.
Descrição dos resultados do processo político, a partir da identificação de coalizões vencedoras e perdedoras	Triangulação das informações dos documentos, legislações, entrevistas, análise de discursos e interpretação.

Em síntese, a Tabela 1 apresenta as principais técnicas de coleta de dados identificadas na aplicação da ADF, o que demonstra a necessidade de preparo do pesquisador para aplicar a técnica mais adequada a depender da situação ou contingência. Destaca-se que este procedimento foi testado e obteve bons resultados em contextos de conflitos socioambientais (Fazito et al., 2016; Marques et al., 2021). Argumenta-se aqui que ele pode ser importante para analisar o desenvolvimento do turismo pós crise sanitária e

pandemia da COVID-19, em que um novo turismo emerge como possível, mais saudável e mais capaz de promover desenvolvimento humano (Fazito et al., 2017), de gerar de vivências de novas experiências, encontros com o diverso e ampliação da humanidade, de fomentar o foco na produção de riqueza coletiva em vez de individual, a valorização do espaço e da natureza, sensações de pertencimento e educação ambiental e patrimonial. Entretanto, esta oportunidade única de reconfigurar o turismo em nível global tem mais chance de ter o seu processo manipulado em direção a uma retomada do turismo exatamente como era, produtor de desigualdades, segregação e superficialidades, sem tentar resolver esses problemas, apenas para manutenção dos interesses de grandes grupos empresariais e conseqüentemente, de um *status quo* que cada vez mais nos leva para longe da civilização.

### Considerações Finais

A partir do diálogo entre a escola crítica e a pós-estruturalista e da revisão do estado da arte da aplicação da ADF no turismo, este artigo teórico-metodológico propõe um método para realização de pesquisas contextualizadas e produção de conhecimento aprofundado sobre os processos de políticas de desenvolvimento em destinos turísticos com foco no lazer na contemporaneidade. Para isso, evidenciou-se a importância da capacitação do pesquisador social, seguindo os princípios da bricolagem, acompanhada de capacidade de trabalhar com uma grande quantidade de dados e informações, além da ampliação da habilidade de fazer análises mais críticas, atentas às demandas reais e atuais da sociedade e centradas na importância do problema de pesquisa, evitando coleta desnecessária de dados.

Os pontos fortes do método são sua capacidade de identificar nuances e detalhes, que é fundamental para se compreender com profundidade o conflito socioambiental em estudo – ou o que permeia as políticas públicas adotadas em contextos de crise. Ao evitar as estruturas, evita-se simplificações, identifica-se, com certa precisão, interesses e intenções por trás da retórica apresentada pelos atores envolvidos, expondo manipulações, coerções, ameaças e convencimento. Outro aspecto é que sua adequada aplicação permite a valorização de diferentes perspectivas que podem ser invisibilizadas na pesquisa tradicional de turismo. Por outro lado, suas principais limitações são uma certa insuficiência de controle do processo de pesquisa, a possibilidade de causar frustração em pesquisadores mais inexperientes, e a dificuldade de aceitação entre os tomadores de decisão e planejadores públicos.

Dentre as sugestões para pesquisas futuras, destacamos as possibilidades de pesquisas ligadas ao turismo com foco: nos conflitos socioambientais escondidos em nome de interesses de grandes empresas; em como se dá a construção de racionalidades que legitimam os interesses neoliberais, como privatização dos recursos naturais, construção de megaprojetos, megaempreendimentos, como *resorts*, usinas de energia, projetos minerários etc.; nos efeitos e impactos da pandemia da COVID-19; e em como as *fakenews* foram capazes de enviesar o espectro político, fortalecendo a extrema direita no Brasil e em outros países. Além disso, este método de ADF possui potencial para contribuir com

pesquisas que busquem compreender a aproximação entre a ecologia política e o turismo, e o que está por trás das tentativas de interrupções de governos mundo afora, guerras híbridas, revoluções coloridas, *lawfare* e outros aparelhos da geopolítica contemporânea. Por fim, encorajamos os pesquisadores de desenvolvimento turístico a se utilizarem desta metodologia para analisar os interesses por trás das novas diretrizes de políticas públicas de turismo pós-pandemia da COVID-19 que tendem a substituir as anteriores, principalmente pela possibilidade do surgimento de um outro turismo, capaz de valorizar uma vertente mais rica e saudável, mas cujo processo tende a ser manipulado de forma a voltar a ser como antes da pandemia.

## Referências

- Bachrach, P., & Baratz, M. (1962). Two Faces of Power. *The American Political Science Review*, 56(4), 947-952.
- Bramwell, B. (2006). Actors, Power, and Discourse of Growth Limits. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 957-978.
- Chambers, D. (2007). Interrogating the “Critical” in Critical Approaches to Tourism Research. In: I., Ateljevic, A., Prichard, & N., Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methods*. 105-119. Elsevier.
- Cheong, S., & Miller, M. (2000). Power and Tourism: A foucauldian observation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 371-390.
- Cowen, M., & Shenton, R. (2005). *Doctrines of Development*. Routledge.
- Dahl, R. (1961). *Who Governs? Democracy and power in an American city*. Yale University Press.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2000). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Dreyfus, H.L., & Rabinow, P. (1982). *Michel Foucault: Beyond structuralism and hermeneutics*. Harvester.
- Dryzek, J. (2005). *The Politics of Earth: Environmental discourses*. Oxford University Press.
- Escobar, A. (1995). *Encountering Development: The making and unmaking of the third world*. Princeton University Press.
- Escobar, A. (1996). Constructing Nature: Elements for a poststructural political ecology. In: R. Peet, & M. Watts (Eds.). *Liberation Ecologies*. Routledge.
- Fazito, M. (2012). Turismo Crítico. *Anais do IX Seminário ANPTUR*, São Paulo. Recuperado em 20 novembro 2021 de <http://anptur.org.br/anais/seminario2012/admin/arquivo/69.pdf>
- Fazito, M. (2013). *Competing Rationalities of Tourism Development in the Espinhaço Range Biosphere Reserve* [Tese de Doutorado em Geografia, Planejamento e Política Ambiental]. University College Dublin.

Fazito, M. (2021). *Reflexões sobre o planejamento do turismo, tempo e poesia, medo e esperança no contexto da pandemia de covid-19*. J. Costa, M. Tomé, M. Fazito, W. Nóbrega, & I. Hermes (Eds.), 115-129. UERN.

Fazito, M., Rodrigues, B., & Nascimento, E. (2017). O Papel do Turismo no Desenvolvimento Humano. *Enanppas*, Natal.

Fazito, M., Scott, M., & Russell, P. (2016). The Dynamics of Tourism Discourses and Policy in Brazil. *Annals of Tourism Research*, 57, 1-17.

Flyvbjerg, B. (1998). *Rationality and power: Democracy in practice*. University of Chicago Press.

Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter: Why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge University Press.

Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings about Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219–245.

Foucault, M. (1979). *Microfísica do poder*. 12. ed. Rio de Janeiro: Graal.

Foucault, M. (2014). *A Ordem do Discurso: aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. 24. ed. São Paulo: Edições Loyola.

Foucault, M. (1991). Governmentality. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds.), *The Foucault Effect: Studies in governmentality*. (87–104). Harvester Wheatsheaf.

Gontijo, B. (2003). *A Ilusão do Ecoturismo na Serra do Cipó: O caso da Lapinha* [Tese de Doutorado]. Universidade Nacional de Brasília, Brasília, Brasil.

Hajer, M. (1995). *The politics of environmental discourse: Ecological modernization and the policy process*. Oxford University Press.

Hajer, M. (2006). Doing Discourse Analysis: Coalitions, practices, meanings. In *Words Matter in Policy and Planning: Discourse theory and method in the social sciences*. Labor Grafimedia.

Hall, C., & Jenkins, J. (2004). *Tourism and Public Policy*. Routledge.

Harvey, D. (2020). We Need a Collective Response to the Collective Dilemma of Coronavirus. *Jacobin*. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://www.jacobinmag.com/2020/04/david-harvey-coronavirus-pandemic-capital-economy>

Healey, P. (1999). Institution Analysis, Communicative Planning, and Shaping Places. *Journal of Planning Education and Research*, 19(2), 111–121.

Hewitt, S. (2009). Discourse Analysis and Public Policy Research. *Centre for Rural Economy Discussion Paper Series*, 24, 1–16.

Jamal, T., & Hollinshead, K. (2001). Tourism and the Forbidden Zone: the undeserved power of qualitative inquiry. *Tourism Management*, 22, 63-82.

- Juliano, T. (2021). Turismo e extrativismo clandestino no Vale do Ribeira (SP): memórias locais e discursos oficiais em torno de um patrimônio natural. (2021). [Tese de Doutorado em Ambiente e Sociedade]. Universidade de Campinas, Campinas, Brasil. Recuperado em 10 janeiro 2022 de <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/359421>
- Juliano, T., & Carvalho, A.V. (2017). Entre discursos e percursos: reflexões para epistemologias do turismo a partir da patrimonialização da natureza em uma área protegida da Mata Atlântica-SP. *Anais do VII Encontro Nacional da ANPPAS*.
- Marques, N., Fazito, M., & Cunha, A. (2021). Tourism development discourse dynamics in a context of conflicts between mining and nature conservation in the Brazilian Cerrado Hotspot. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2021.1914066>
- McClinchey, K.A., (2021). *It's Not Safe!* to 'Saving Tourism': A Critical Discourse Analysis of Travel in Canadian News Media During COVID-19; TTRA Canada 2021 Conference. 2. Recuperado em 20 dezembro 2021 de [https://scholarworks.umass.edu/ttracanada\\_2021\\_conference/2](https://scholarworks.umass.edu/ttracanada_2021_conference/2)
- Marx, K. (2015). *Grundrisse*. Marxists Internet Archive. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/index.htm>
- Mebratu, D. (1998). Sustainability and Sustainable Development: Historical and conceptual review. *Environment Impact Assessment Review*, 18(6), 493–520.
- Myers, N., Mittermeier, R., Mittermeier, C., Fonseca, G., & Kent, J. (2000). Biodiversity Hotspots for Conservation Priorities. *Nature*, 403, 853–858.
- Peet, R., & Watts, M. (1996). *Liberation Ecologies*. Routledge.
- Pritchard, A., & Morgan, N. (2007). De-centring Tourism's Intellectual Universe, or Traversing the Dialogue Between Change and Tradition. In: I. Ateljevic, A. Prichard, & N. Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methods* (pp. 11–28). Elsevier.
- Qian, J., Wei, J., & Law, R. (2018). Review of critical discourse analysis in tourism studies. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 526-537. <https://doi.org/10.1002/jtr.2202>
- Reid, D. (1995). *Sustainable development: An introductory guide*. Earthscan.
- Rydin, Y. (2003). *Conflict, consensus, and rationality in environmental planning: An institutional discourse approach*. Oxford University Press.
- Safatle, V. (2016). *O Circuito dos Afetos: Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo*. Autêntica.
- Santos, B. (2011). *A crítica da razão indolente*. São Paulo: Cortez editora.
- Santos, B. (2020). *A cruel pedagogia do vírus*. Coimbra: Edições Almedina.

Schattschneider, E. (1960). *The Semisovereign People: A Realist's View of Democracy in America*. New York: Holt, Rinehartand Winston.

Scott, M. (2008). Managing Rural Change and Competing Rationalities: Insights from conflicting rural storylines and local policy making in Ireland. *Planning Theory & Practice*, 9(1), 9-32.

Tribe, J. (1997). *A indisciplina do turismo*. Reino Unido: Buckinghamshire College.

Valdivielso, J., & Moranta, J. (2019). The social construction of the tourism degrowth discourse in the Balearic Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-17. doi:10.1080/09669582.2019.1660670

Virginio, D.F, Delgado, A.K.C, & Fortes, L. (2011). Microfísica do poder no turismo: reflexões sobre as relações de poder no Conselho Estadual de Turismo do Rio Grande do Norte. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, 11(2), 267-281.

Tadioto, V., Moreira, M.G., & Campos, L.J. (2016). Análise do Discurso: um dispositivo teórico - analítico para problematizar o Turismo. *Anais do XIII Seminário da ANPTUR*. Recuperado em 20 novembro 2021 de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/592.pdf>

Xue, L., & Kerstetter, D. (2017). Discourse and Power Relations in Community Tourism. *Journal of Travel Research*, 57(6), 757-768. <https://doi.org/10.1177/0047287517714908>

---

## Autores

**Mozart Fazito:** Doutor em Geografia, Planejamento e Política Ambiental pela Universidade Nacional da Irlanda (University College Dublin). Professor adjunto do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e coordenador da Rede Observatório da Violência. E-mail: [mozart.fazito@gmail.com](mailto:mozart.fazito@gmail.com).

**Nayara Marques:** Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB), mestra e bacharela em Turismo – Centro de Excelência em Turismo (CET/UnB), e especialista em Gestão Ambiental (Universidade Paulista). E-mail: [nayararmarques@gmail.com](mailto:nayararmarques@gmail.com).

## Nota

<sup>1</sup> Essas são passagens do Grundrisse (Marx, 2015), mas que derivam de um panfleto publicado em Londres, em 1821, intitulado *The Source and Remedy of the National Difficulties, deduced from principles of political economy in a letter to Lord John Russell*.

# Mandala da sustentabilidade no turismo: um instrumento crítico e propositivo

## Mandala of sustainability in tourism: a critical and purposeful instrument

**João Paulo Faria Tasso, Elimar Pinheiro do Nascimento**

### Resumo

Nas últimas décadas, o uso do adjetivo “sustentável” tem se tornado trivial entre governos e diplomatas, nos meios corporativo e acadêmico, e até nas redes sociais. Seja estampando produtos, personalizando narrativas, criando diferenciais para serviços e processos, ou qualificando propostas políticas, o discurso da sustentabilidade se popularizou e se tornou um campo de disputas. No âmbito do turismo, não foi diferente. A premissa de fomento ao desenvolvimento turístico, pautado nos pressupostos da sustentabilidade, ganhou força entre representantes de grupos gestores de destinos. Todavia, o tratamento reducionista e, por vezes, equivocado, adotado por tais grupos gestores, acabou por suscitar políticas públicas pontuais e ineficazes em seus territórios, alicerçadas em achismos ou interesses particulares, com vistas ao aclamado título de “destino sustentável”. O objetivo deste capítulo é estimular a reflexão sobre a sustentabilidade nos processos de desenvolvimento turístico dos territórios, a partir de um instrumento crítico e propositivo: a “*mandala da sustentabilidade no turismo*”. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório, de natureza aplicada e abordagem qualitativa. Desenvolveu-se uma revisão de literatura sobre sustentabilidade e turismo, a partir de reflexões de pesquisadores e de entidades com reconhecida atuação nos temas centrais. Como resultado principal foi elaborada uma proposta inicial de instrumento de planejamento turístico, desenvolvido para contribuir diretamente com grupos gestores locais/regionais do turismo. A mandala proposta é composta por 19 ramificações correspondentes às 7 dimensões da sustentabilidade (ambiental, social, econômica, política, cultural, territorial e tecnológica).

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Turismo Sustentável; Políticas Públicas; Mandala da Sustentabilidade no Turismo; Desenvolvimento Local.

## Abstract

In recent decades, the use of the adjective “sustainable” has become commonplace among governments and diplomats, in corporate and academic circles, and even on social media. Whether stamping products, customizing narratives, creating differentials for services and processes, or qualifying political proposals, the sustainability discourse has become popular and has become a field of dispute. In the field of Tourism, it was no different. The premise of promoting tourism development, based on the assumptions of sustainability, gained momentum among representatives of destination management stakeholders. However, the reductionist and, at times, mistaken treatment adopted by these management groups, ended up delivering uneven and ineffective public policies in their territories, based on guesswork or private interests, intending an acclaimed title of “sustainable destination”. The objective of this chapter is to stimulate reflection on sustainability in the processes of tourism development in the territories, based on a critical and purposeful instrument: the “*mandala of sustainability in tourism*”. Therefore, exploratory research was carried out, with an applied nature and a qualitative approach. A review of the literature on sustainability and tourism was carried out, based on reflections by researchers and entities with recognized performance in the central themes. As a main result, an innovative and didactic tourist planning instrument was proposed and developed to contribute directly to local/regional tourism management groups. Composed of 19 branches corresponding to the 07 dimensions of sustainability (environmental, social, economic, political, cultural, territorial, and technological), the mandala is presented.

**Keywords:** Sustainability; Sustainable Tourism; Public Policies; Mandala of Sustainability in Tourism; Local Development.

## Introdução

Seguramente, o adjetivo “sustentável” e o substantivo “sustentabilidade” se tornaram, nas últimas décadas, palavras triviais no cotidiano do meio acadêmico, de governos e diplomatas, das redes sociais e grande mídia, do mundo corporativo e, até mesmo, das mesas de bar. Seja estampando algum produto, criando diferencial para algum serviço ou processo, qualificando alguma proposta política, ou mesmo personalizando narrativas, a sustentabilidade e os elementos característicos de seu discurso se popularizaram.

Fato digno de entusiasmo, se não fosse pela evidência de tratamentos reducionistas e, por vezes, equivocados, por parte do *establishment*, de um conceito historicamente debatido e revisitado. Uma enorme simplificação do raciocínio (Solow, 1974), em que “o conceito é tão usado e abusado que se transformou num modismo, sem que seu conteúdo seja esclarecido ou criticamente definido” (Boff, 2017, p.38).

Ao invadir o vocabulário coloquial, a sustentabilidade “passou a servir a gregos e troianos quando querem exprimir vagas ambições de continuidade, durabilidade ou

perenidade” (Veiga, 2019, p. 05-06), ou mesmo para acentuar o comportamento de um indivíduo, de um grupo social ou de uma empresa, que segue um código ético de responsabilidade socioambiental. Como lembrou Boff (2011), hoje em dia é de bom tom falar de sustentabilidade.

Discursos e práticas, serviços e produtos, planos de governo e campanhas partidárias, portfólios e atribuições estéticas, passaram a adotar uma falsidade ecológica por meio de rótulos: *sustainable, responsible, eco, eco-friendly, earth friendly, green, certified green, all natural, bio, biofriendly, chemical free, zero emissions, 100% organic, greener, recycled, non-toxic, hormone-free*. Tendo como pano de fundo o discurso da sustentabilidade, ocultam processos de contaminação química de alimentos, estratégias políticas centradas no progresso econômico, e diversas ações de notória agressão à natureza, em razão do lucro, a partir de marketing comercial ilusório – *greenwashing* (Abramovay, 2012; Boff, 2017) e de planos de governo superficiais.

A verdade é que, a partir dos anos 1980, o termo “sustentável” passou a ser utilizado para qualificar o desenvolvimento – apresentado inicialmente no Relatório “Nosso Futuro Comum”, em 1987 (CNMAD, 1991) e legitimado na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, em 1992, no Rio de Janeiro (Veiga, 2019) – tornou-se um campo de disputa, pela perspectiva de Bourdieu (1983). O conceito de desenvolvimento sustentável se tornou polissêmico, adotado por múltiplos discursos de organismos multilaterais, governos e políticos, movimentos sociais e empresários, que ora se opõem, ora se complementam, mas sempre condicionam suas posições e tomadas de decisão (Nascimento, 2012).

No âmbito do turismo, as discussões (e rótulos) sobre desenvolvimento e sustentabilidade também se fazem presentes. A ideia de “turismo sustentável” ganhou força no início da década de 1990 (Saarinen, 2006), dentre outras coisas, por conta da constatação de impactos negativos produzidos pelo setor, em escalas econômicas, socioculturais e em ambientes físicos (Leiper, 1995), tais como: intensiva utilização – reiteradamente predatória e imprudente – dos ativos naturais que compõem seus atrativos e a base de sustentação de muitas de suas atividades (Dias, 2008); processos de desenraizamento cultural pela desvalorização de atividades produtivas tradicionais locais, em razão do foco na “monocultura” do turismo (Valls, 2006); ampliação nos custos de vida para a população residente (Costa, 2013); saturação das capacidades de carga psicológica ou social (Liu, 2003); exclusão social e socioprodutiva, marginalização e baixa participação de comunidades locais nos benefícios econômicos do sistema produtivo (Irving et al, 2015; Krippendorf, 2001; Tasso, 2014), dentre outros.

Cada vez mais, grupos gestores de destinos turísticos provincianos ou consolidados, em todo o mundo, têm adotado, sob pressão ou não, a premissa de fomento ao desenvolvimento do turismo pautado nos pressupostos da sustentabilidade. Entretanto, pela falta de capital intelectual que lhes permitiria tratar, com propriedade, a complexidade do conceito e de suas múltiplas dimensões, pela carência por instrumentos estratégicos (para suporte ao planejamento, monitoramento e avaliação da sustentabilidade no turismo), e

pela gritante necessidade de inovação (nos processos de formulação de políticas públicas), acabaram por traçar ações públicas de intervenção apenas pontuais e ineficazes em seus territórios, alicerçadas em achismos ou interesses particulares, com vistas a um dito “destino sustentável” a ser publicizado.

Considerando o propósito ético do turismo de se tornar um instrumento de desenvolvimento humano e sustentável (Tasso, Moesch, Nobrega, 2021), o presente capítulo tem como objetivo central: estimular a reflexão sobre a sustentabilidade nos processos de desenvolvimento turístico dos territórios, a partir de um instrumento crítico e propositivo, intitulado como a “*mandala da sustentabilidade no turismo*”. A partir daí, contribuindo para a adoção de políticas públicas mais eficazes e éticas para o bem comum.

Para tanto, a sua estrutura foi dividida a partir de três tópicos, afora esta Introdução e as Considerações Finais. No primeiro tópico, busca-se desmistificar o conceito de sustentabilidade, apresentando o “estado da arte” de sua concepção e suas dimensões fundamentais, a partir de pesquisadores com reconhecida contribuição e atuação no tema, tais como: Ignacy Sachs, José Eli da Veiga, Amartya Sen, Leonardo Boff, Herman Daly, Clovis Cavalcanti, Elimar Nascimento e Ricardo Abramovay. Já o segundo discorre sobre a estrutura metodológica utilizada, em especial, a proposta de estudo de natureza aplicada. Por fim, o terceiro tópico apresenta um desenho inicial do instrumento de planejamento turístico chamado “*mandala da sustentabilidade no turismo*”, desenvolvido a partir da análise de contribuições e reflexões de pesquisadores do tema (Lesley France, Hansruedi Müller, Richard Sharpley, Jackie Clarke, Colin Hunter, Brian Garrod, Enoque Fyall, Reinaldo Dias, Stephen McCool e Keith Bosak, John Swarbrooke, Mario Beni, Helena Costa, Jost Krippendorf, dentre outros), para contribuir diretamente com grupos gestores locais do turismo.

### **Desmistificando o Conceito de Sustentabilidade e de suas Dimensões**

Diferentemente da clássica e habitual prática científica que encabeça as reflexões sobre a sustentabilidade e a sua aplicação junto ao desenvolvimento, percorrendo por meio da apresentação de fatos históricos acerca do que se entende que ela é, partiremos aqui pelo fim: por observações sobre o que não é (ou que não poderia ser entendido como) sustentabilidade.

Um primeiro aspecto a ser destacado é que, por mais que a noção de sustentabilidade tenha se convertido em uma espécie de mantra da atualidade (Cavalcanti, 2012a), repetidamente utilizada em discursos relacionados ao desenvolvimento, não há um conceito único, padrão, coeso e homogêneo. Na verdade, há um verdadeiro oceano de definições que abordam o tema das mais distintas maneiras (Pearce et al. 1989; Wackermann, 2008).

Sustentabilidade também não é sinônimo de conquista na independência, nem no isolamento. É fato incontestável que todos somos urgidos a desenvolver um sentimento de *interdependência global*, pois, na natureza, estamos unidos por laços de clara dependência, inclusive intergeracional, que demandam compromissos pautados em condutas de

*responsabilidade universal* (Boff, 2017).

Entende-se, também, que a sustentabilidade não é uma proposta a ser reduzida ao crescimento e pujança econômica. Em outras palavras, preconizar o afamado “*crescimento sustentável*” é subestimar as dimensões físicas do ecossistema terrestre, que é finito, não-crescente e materialmente fechado, ou seja, uma tradução de um mau oxímoro (Cavalcanti, 2012b; Daly, 2004; Latouche, 2006).

Da mesma forma, a sustentabilidade não é um princípio circunscrito a um pensamento que considere apenas as *macrorrealidades*, desprezando as singularidades – cultura, hábitos e formas de organização – dos sistemas locais e regionais, próprios de cada país (Boff, 2017). Muito menos, deve ser entendida como um discurso panfletário verde, empregado reiteradamente no meio corporativo por empresas que, conduzidas pelo objetivo de ampliação de seu capital reputacional (Abramovay, 2021), de sua robustez competitiva e de seus lucros, assumem comportamentos e iniciativas enganosas e ilusórias, apresentadas e publicizadas como “(socio)ambientalmente responsáveis”<sup>1</sup>. Esta prática, conhecida como *greenwashing* (Delmas & Burbano, 2011; Pagotto, 2013; Pearse, 2012), evidencia o devaneio de crescimento de consciência socioambiental corporativa que “não é acompanhado na mesma medida de comportamentos que indiquem mudanças significativas de hábitos ou atitudes” (Crespo, 2006, p.7). Dessa forma, a adoção do discurso retórico da sustentabilidade por *free-riders* – “caroneiros” da narrativa, que disfrutam do bem coletivo sem colaborar com o seu provimento (Olson, 1999) – dá-se, unicamente, pelo propósito de conquistar vantagens materiais e simbólicas.

Outro equívoco no uso cotidiano do conceito de sustentabilidade, e particularmente no campo do turismo, é compreendê-lo como um instrumento de classificação dicotômica: “é sustentável” *versus* “não é sustentável”. Por mais diversas e efetivas que possam ser as ações de intervenção voltadas à melhoria das condições sociais, ambientais e/ou econômicas de um território, certamente seria impróprio atribuir o rótulo “sustentável” à sua imagem. A razão? Sustentabilidade não é um fim em si, nem uma tipologia ou segmento (Clarke, 1997), como se esforçam gestores locais para publicizar e exaltar os destinos como de “turismo sustentável”. Nem mesmo há um instrumento que defina, dentro de um padrão estático, se destinos turísticos são, ou não são, sustentáveis (Costa, 2009). A rigor, não há turismo sustentável, pelo menos por enquanto. O turismo, em geral, implica em deslocamento e emissão de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), frequentemente. Basta isso para eliminar o adjetivo “sustentável”.

Por fim, o descuido mais ordinário na prática interpretativa sobre a sustentabilidade atrelada ao desenvolvimento: fomentar a ideia de que se trata de um conceito pautado em três “pilares”. Esta terminologia – adotada no Brasil após a meritória publicação “*Canibais com Garfo e Faca*”, de autoria do britânico John Elkington (1997) – tentou (e falhou em) reproduzir a tradução dos três “pês” – *Profit, People, Planet* – expressos e propostos na obra como o *Triple Bottom Line*. E qual o equívoco em se adotar a expressão “pilares” no entendimento da sustentabilidade? Ao se considerar como “pilares” os três aspectos fundamentais para garantia da sustentabilidade, gera-se uma percepção de que

os mesmos se encontram dissociados uns dos outros. Um erro crasso, já que o princípio vital da sustentabilidade é perceber que tais “dimensões” (estas sim) coexistem, são interdependentes e inseparáveis. Por isso, a imagem de pilares, que é algo material, físico e concreto, não admite a fluidez necessária às conexões materiais e imateriais que a noção de sustentabilidade demanda.

Mas, afinal, o que é sustentabilidade? Quais características elementares de sua essência devem ser consideradas no processo de formulação de políticas públicas? Por certo, não há uma resposta simples, muito menos definitiva, o que pressupõe a necessidade de máximo cuidado com os vulgares abusos que vêm sendo cometidos no emprego da expressão (Veiga, 2019). A carência de bases científicas para o conceito de sustentabilidade, apesar de esforços meritórios (Clark & Harley, 2020), obriga-nos a uma navegação cuidadosa.

De antemão, é importante considerar que o conceito de sustentabilidade, do ponto de vista político, é polissêmico (Nascimento, 2012), condicionado às posições de governos, empresários, movimentos sociais e organismos, e ao contexto ideológico e sociopolítico vigente, dentro de um campo de disputa de forças (Nascimento & Costa, 2010; Nobre & Amazonas, 2002). Vale lembrar que, nos anos 1980, a noção de sustentabilidade foi colocada sob suspeita por adeptos do culto ultraliberal aos mercados, e também por seus opositores que, temerosos com o avanço nos debates sobre temas ambientais, preocupavam-se com a concorrência frente às suas prioridades sociais (Veiga, 2019).

Seja ele entendido, dentro da vertente do Desenvolvimento Sustentável, como uma ideia poderosa (Redclift, 1987), uma nova ideologia (Baudin, 2009), um discurso (Machado, 2005), um conceito político-normativo (Nobre & Amazonas, 2002), um vetor de objetivos sociais desejáveis (Faucheux & Nöel, 1995), um novo valor (Veiga, 2010), uma forma de ampliação das oportunidades e das liberdades humanas (Sen, 1999), uma ambiguidade conceitual (O’Riordan, 1993), ou mesmo uma fraude (Richardson, 1997), sabe-se que há uma adesão universal ao seu debate (Cavalcanti, 2012a).

O certo é que a sustentabilidade possui uma ideia motora, ramificada por princípios basilares que compõem a espinha dorsal de seu conceito:

- A sustentabilidade é baseada em um duplo imperativo ético: solidariedade sincrônica com a geração atual e solidariedade diacrônica com as gerações futuras (Sachs, 2008). Portanto, ela se dissocia das propostas de crescimento econômico desenfreado e consumo vertiginoso, simbolizadas pelo modo de produção vigente, que toma como referência de progresso o aumento do Produto Interno Bruto (PIB)<sup>2</sup>, enquanto exaure os recursos naturais e conduz ao agravamento da crise ambiental, a qual aponta para uma clara degradação das condições de vida no planeta (Nascimento, 2012; Veiga & Issberner, 2012). Esse princípio, sobretudo o intergeracional, consagrado no relatório da ONU e dirigido por Gro Brundtland, está inspirado em princípios jurídicos medievais (Marquardt, 2006);
- A sustentabilidade prima pelo atendimento aos múltiplos direitos humanos (Sachs, 2008): políticos; civis; cívicos; econômicos, sociais e culturais (entre eles o direito ao

trabalho digno); e coletivos ao meio ambiente e ao desenvolvimento (Martinez-Alier, 2012; Sen, 1999; Sengupta, 2002);

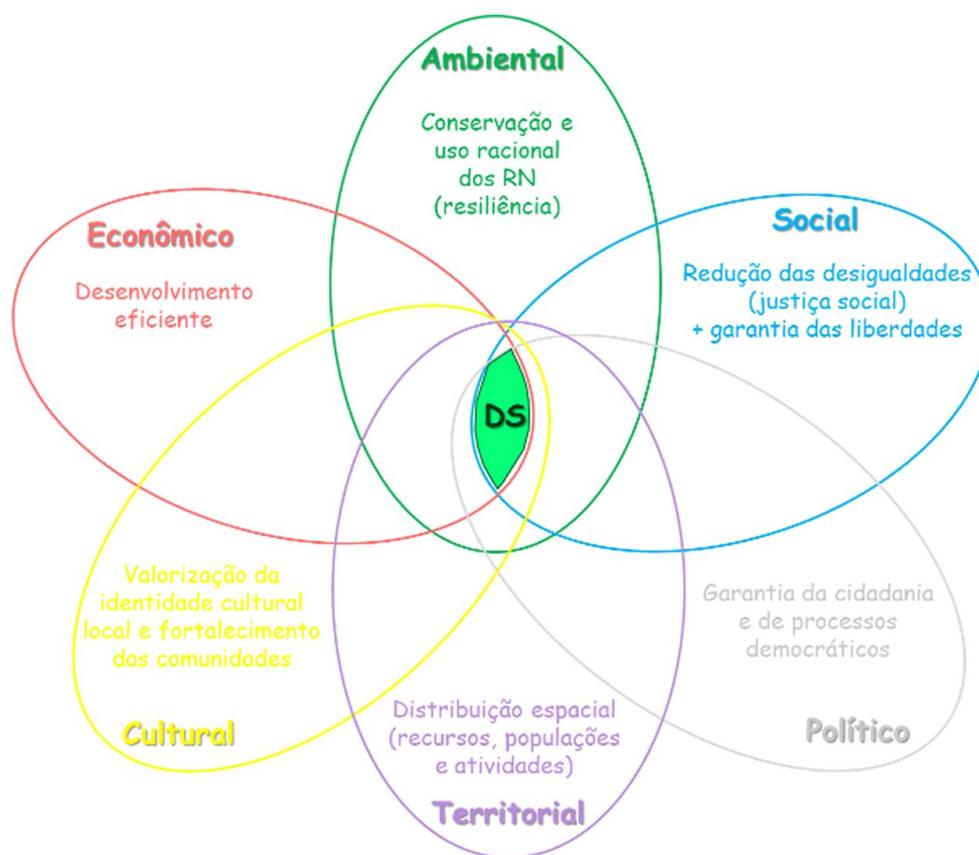
- A sustentabilidade é sistêmica, ou seja, só admite ser pensada a partir do envolvimento comum e equânime de todo o planeta, e em todos os níveis (local, regional, nacional e global), garantindo que os custos e os benefícios sejam proporcional e solidariamente repartidos (Boff, 2017);
- A sustentabilidade é um meio (e não um fim em si) (Eagles, citado por McCool & Bosak, 2016), um processo, um caminho que possa motivar a criação de estratégias responsáveis voltadas ao desenvolvimento humano. Por isso, pode e deve ser mensurada, partindo da proposição de indicadores não monetários (Daly & Cobb, 1989) que avaliem o grau de sustentabilidade (Faucheux & Noël, 1995) do objeto de análise, quebrando com a dicotomização do discurso simplista representado pelo “é (não é) sustentável” (Wackernagel & Rees, 1996);
- A sustentabilidade é algo mais do que um discurso, um rótulo, um slogan ou uma expressão emotiva (Solow, 1993). Pressupõe ações concretas e efetivas voltadas à preservação dos ecossistemas e de todos os elementos – físicos, ecológicos e químicos – que permitem a reprodução da vida, o atendimento das necessidades das gerações atual e futuras, e a manutenção das potencialidades da civilização humana alinhadas aos limites de cada bioma (Boff, 2017);
- A sustentabilidade é multidimensional (Sachs, 2007), visto que é conduzida por uma lista de atributos – de ordem social, ecológica, econômica, política, cultural, territorial etc. – os quais a sociedade pretende maximizar ou alcançar (Faucheux & Noël, 1995). Importante reforçar que tais dimensões são interdependentes e indissociáveis em um processo cujo propósito é o desenvolvimento sustentável.

No entanto, apesar de ser frequente (e mesmo aqui o utilizamos), a sustentabilidade não se confunde com desenvolvimento sustentável, pois este é um dos macroatores do campo da sustentabilidade. Aliás, o termo sustentabilidade está ausente do início das discussões sobre os limites do crescimento. A palavra não consta do famoso livro de 1972, *Limits to Growth*, e começou a ser utilizada, modernamente, em 1979, embora em tempos pretéritos tenha sido citada, em 1713, na Alemanha, pelo jurista Hans Carlowitz (Marquardt, 2006).

Quanto à última característica, supracitada, destaca-se que a sustentabilidade atrelada ao desenvolvimento é composta essencialmente por seis dimensões<sup>3</sup>: ambiental, econômica, social, cultural, política e territorial (Figura 1). As especificidades de cada uma delas são descritas na Tabela 1, a seguir.

### **Figura 1**

#### *Dimensões da Sustentabilidade*



### Quadro 1

#### *Especificidades das Dimensões da Sustentabilidade*

Dimensões	Breve descrição
Ambiental	Conservação e uso racional dos recursos naturais (capital natural), respeitando e realçando a capacidade de resiliência dos ecossistemas, assegurando a produção de recursos renováveis, e limitando ou proibindo o uso de recursos não-renováveis.
Social	Distribuição justa de renda, erradicação da pobreza, viabilização de oportunidades de pleno emprego e/ou de trabalho autônomo com qualidade de vida decente, garantia de liberdade e de igualdade no acesso aos serviços sociais e a recursos, e alcance de um patamar razoável de homogeneidade social e o mínimo necessário para uma vida digna, o que implica em redução das desigualdades sociais e regionais.

<b>Dimensões</b>	<b>Breve descrição</b>
Econômica	Equilíbrio no desenvolvimento econômico intersetorial, com capacidade de contínua inovação tecnológica dos instrumentos de produção visando a ampliação da ecoeficiência, e garantia de viabilidade econômica por meio do afastamento de matrizes fósseis de energia (carvão, gás e petróleo) e de desmaterialização da economia. Desenvolver atividades econômicas com respeito a natureza, utilizando material reutilizável, reciclável, não tóxico, sem obsolescência programada, com mais produtividade, buscando a descarbonização e desmaterialização da economia – Economia Criativa (Messias & Nascimento, 2020).
Cultural	Mudança de valores e de comportamentos, com capacidade de reverter padrões de consumo e estilos de vida, substituindo, por exemplo, o “consumir (ter mais)” pelo “usufruir (ter melhor)”, a “instantaneidade da moda” pela “durabilidade do produto”. Equilíbrio entre respeito à tradição/identidade e a inovação, primando pela autonomia e fortalecimento de grupos comunitários marginalizados, valorizando suas atividades produtivas tradicionais.
Territorial	Balaceamento de configurações urbanas e rurais, com superação de disparidades inter-regionais, aperfeiçoamentos no ambiente urbano, e melhor distribuição espacial dos recursos, das populações e das atividades. Além da criação de estratégias de desenvolvimento ambientalmente seguro para áreas ecologicamente frágeis. Estimular as mudanças urbanas no sentido de transformar as cidades em produtoras de alimentos e de energia, poupadoras do uso de águas, com mobilidade inteligente e centros de inovação tecnológica, e uma configuração que estimule o não-transporte e assegure o transporte ativo.
Política	Garantia da cidadania, por meio da criação de espaços democráticos de diálogo e participação, do estabelecimento de processos decisórios (governança) inclusivos, e do combate à exploração violenta pelo poder concentrado. Respeito à diversidade humana e os direitos fundamentais dos humanos.

*Nota.* Fonte: Adaptado de Sachs, I. (2008). *Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond; Sachs, I. (2009). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond; Nascimento, E.P. (2012). Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos Avançados*, 26 (74).

Finalmente, faz-se mister destacar que outras muitas dimensões significativas – como a generosidade, a gestão da mente sustentável, a neuroplasticidade do cérebro e o cuidado essencial (Boff, 2017) – já foram concebidas por muitos pesquisadores do campo da sustentabilidade. Em nossa proposta, decidimos por restringir às seis dimensões apresentadas.

## Metodologia

O presente capítulo foi estruturado a partir de pesquisa de caráter exploratório, natureza aplicada e abordagem qualitativa. Objetivando estimular a reflexão sobre a sustentabilidade nos processos de desenvolvimento turístico dos territórios, busca explorar o objeto, explicitando-o e construindo hipóteses para aplicação efetiva (Gerhardt & Silveira, 2009; Gil, 2008). A abordagem qualitativa foi definida, como base do arranjo metodológico, pois a preocupação se deu no aprofundamento de conceitos e dados levantados e analisados, que representam um universo de significados, fenômenos e processos para além da redução operacional de variáveis ou representatividades numéricas (Goldenberg, 1999; Minayo, 2001).

Para tanto, é realizada uma proposta inicial de instrumento de planejamento turístico – “*Mandala da sustentabilidade no turismo*” – estruturado a partir de revisão de literatura (estado da arte) quanto aos conceitos centrais do debate: sustentabilidade e turismo. A partir da busca em bases de periódicos nacionais e internacionais (como SciELO e Periódicos Capes), foram consideradas as reflexões e contribuições de pesquisadores e de entidades com reconhecida atuação nos temas, dentre eles:

- Sustentabilidade: Ignacy Sachs, José Eli da Veiga, Amartya Sen, Leonardo Boff, Herman Daly, Clovis Cavalcanti, Elimar Nascimento, Ricardo Abramovay, Gabriel Wackermann;
- Turismo Sustentável: Lesley France, Hansruedi Müller, Richard Sharpley, Jackie Clarke, Colin Hunter, Beatriz Lage e Paulo Milone, Doris Ruschmann, Brian Garrod, Enoque Fyall, Reinaldo Dias, Stephen McCool e Keith Bosak, John Swarbrooke, Mario Beni, Helena Costa, Jost Krippendorf, ICRT, UNWTO, OCDE e Pro-Poor Tourism Partnership.

As informações que compuseram a base de reflexão teórica foram sistematizadas e adaptadas para integrarem cada uma das 19 ramificações correspondentes às 7 dimensões da sustentabilidade no turismo, assim definidas: ambiental, social, econômica, cultural, territorial, política e tecnológica.

## Mandala da Sustentabilidade no Turismo

O turismo é um fenômeno social complexo, um sistema reconhecido, dentre outras coisas, por sua transversalidade, multidimensionalidade, interdisciplinaridade, multisetorialidade e dinamicidade (Beni, 2003, 2020; Moesch, 2004; Molina, 1998). Ainda que acadêmicos, ativistas e planejadores tenham começado a considerar, apenas no final da década de 1980, aplicar o conceito de sustentabilidade ao campo do turismo – frente às discussões acaloradas derivadas da publicação do Relatório Brundtland (1987) e da Conferência do Rio (1992) – as sementes do conceito de “turismo sustentável” foram plantadas antes disso (McCool & Bosak, 2016).

O reconhecimento de impactos negativos, principalmente sobre o sistema natural (Dias, 2008), atribuídos ao crescimento desenfreado de um modelo massificado e desordenado

de turismo (Cooper & Ozdil, 1992; Swarbrooke, 2000), ocorreu paralelamente à eclosão dos debates sobre os limites ecológicos globais da década de 1970 (Sharpley, 2000). Por consequência, o turismo passou a ganhar novas proposições e concepções diametralmente opostas àquelas enraizadas no modelo predatório de turismo de massa, ou seja, centradas na prudência com o meio ambiente, na autonomia e participação da população residente, no respeito às identidades culturais, e realizado em menor escala. Surgiram, então, novas tipologias: *turismo alternativo* (Kilipiris & Zadava, 2012); *ecoturismo*; *turismo verde*; *turismo responsável* (ICRT, 2014); dentre outras (Meler & Ham, 2012).

O conceito de turismo sustentável, como convencionalmente é retratado na contemporaneidade, surgiu da convergência de duas correntes que se desenvolveram no final do século XX. A primeira surgiu da própria ampliação das atividades turísticas e da percepção social crescente sobre os impactos positivos e negativos, sociais e ambientais, delas provenientes. E a outra corrente, originada pela emergência do desenvolvimento internacional, em que agências (governamentais, não-governamentais e intergovernamentais) se debruçaram em buscar por melhorias econômicas de países em desenvolvimento (McCool & Bosak, 2016).

No intuito de apresentar descrições holísticas capazes de reproduzir a base de entendimento e de orientação para o turismo sustentável, pesquisadores, organismos (nacionais e internacionais) e entidades (públicas e privadas) fixaram suas atenções em ampliar o debate e pontuar uma multiplicidade de elementos, tidos como indispensáveis à nova concepção de turismo. Ao tempo em que o relevante exercício ampliou a criticidade das reflexões e despertou olhares para aspectos até então preteridos, também complexificou a atuação de gestores turísticos, preocupados em incorporar os pressupostos da sustentabilidade em suas estratégias. Dentre outras coisas, pela indisponibilidade de apropriados instrumentos de planejamento turístico, capazes de orientar grupos gestores locais/regionais quanto aos princípios da sustentabilidade a serem acrescidos, monitorados e avaliados nas políticas públicas de desenvolvimento territorial.

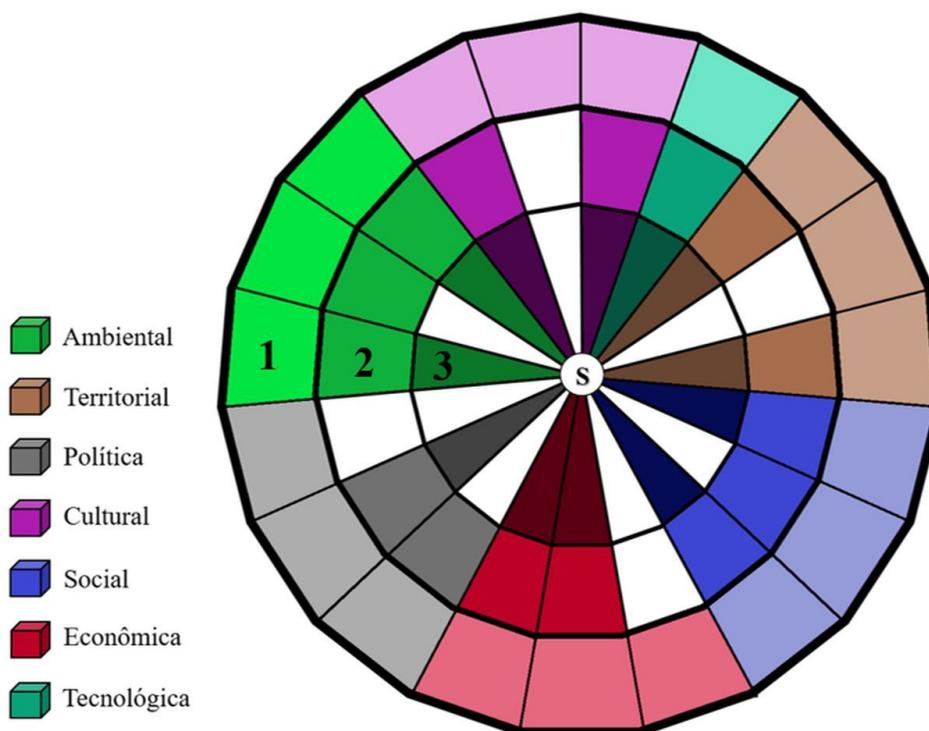
Vislumbrando o preenchimento desta lacuna, comum a vários destinos turísticos nacionais e internacionais, propõe-se uma ferramenta: a *mandala da sustentabilidade no turismo*. Trata-se de um mecanismo de planejamento e suporte a grupos gestores de turismo – locais, regionais e estaduais – concebido a partir de ampla revisão de literatura sobre as dimensões que refletem o tema central (turismo e sustentabilidade), que buscou ser estruturado de forma simples e didática.

Vale destacar que a *mandala* não foi idealizada para ser aplicada como um quadro rígido a qualquer realidade, tendo como propósito classificar/rotular destinos como “sustentáveis”, mas sim auxiliá-los a caminharem no sentido da sustentabilidade. Reforça-se que a sustentabilidade não é um atributo, um evento ou um fato, mas sim um processo em permanente construção, sujeito a aperfeiçoamentos (Costa, 2013). A *mandala* se configura como instrumento que compreende o turismo sustentável como um paradigma que deve se adaptar e legitimar uma ampla variedade de abordagens, de acordo com circunstâncias específicas (Hunter, 2002).

A base definida de sua estrutura, no entanto, está pautada em sete (07) dimensões da Sustentabilidade (Figura 2), devidamente adaptadas ao contexto do turismo, considerando as contribuições e debates sobre turismo sustentável. São elas: ambiental, territorial, política, cultural, social, econômica e tecnológica.

### Figura 2

*Mandala da Sustentabilidade no Turismo*



Para que o resultado a ser apresentado pela *Mandala da sustentabilidade no turismo* seja coerente com a realidade territorial analisada, seu preenchimento – a partir de critérios por dimensão e de classificações (1 a 3) – deve ocorrer por meio de espaços abertos e democráticos de diálogo com, preferencialmente, representantes das comunidades locais, poder público, setor produtivo (empresários), terceiro setor e demais interessados em contribuir com a reflexão.

Ao final do preenchimento da *Mandala da sustentabilidade no turismo*, como no exemplo da Figura 2, o grupo gestor territorial terá a capacidade de identificar – visualmente, inclusive – lacunas estruturantes em cada dimensão (espaços em branco), que deverão ser preenchidas a partir do planejamento turístico local/regional, da formulação de novas políticas públicas e de outras ações de intervenção direcionadas à sustentabilidade.

Os critérios de orientação ao preenchimento para cada dimensão estão explicados a seguir:

## AMBIENTAL

### *Controle da Visitação em Áreas Naturais Protegidas*

**(1) Não realiza:** Não há nenhuma ação de controle do acesso de visitantes (turistas ou moradores) às áreas naturais protegidas (Unidades de Conservação; Reservas Legais; Áreas);

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de controle do acesso de visitantes (turistas ou moradores) às áreas naturais protegidas (Unidades de Conservação; Reservas Legais; Áreas de Preservação Permanente), porém, que carecem de melhorias e/ou que precisam ser ampliadas;

**(3) Realiza totalmente:** Há total controle do acesso de visitantes (turistas ou moradores) às áreas naturais protegidas (Unidades de Conservação; Reservas Legais; Áreas).

### *Educação Ambiental*

**(1) Não realiza:** Não é realizada nenhuma ação de conscientização e/ou de sensibilização de turistas e de moradores sobre a prudência, o cuidado e o respeito no uso de áreas naturais;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de conscientização e/ou de sensibilização de turistas e de moradores sobre a prudência, o cuidado e o respeito no uso de áreas naturais, porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes ações de conscientização e/ou de sensibilização de turistas e de moradores sobre a prudência, o cuidado e o respeito no uso de áreas naturais.

### *Monitoramento e Avaliação dos Impactos sobre o Meio Ambiente*

**(1) Não realiza:** Não é realizada nenhuma ação de monitoramento e de avaliação dos impactos da visitação sobre o meio ambiente;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de monitoramento e de avaliação dos impactos da visitação sobre o meio ambiente, porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes ações de monitoramento e de avaliação dos impactos da visitação sobre o meio ambiente.

---

## ECONÔMICA

### *Integração entre Turismo e a Economia Local*

**(1) Não realiza:** Não há nenhuma iniciativa efetiva de estímulo e de valorização da produção local (como a pesca artesanal, a agricultura familiar, o artesanato típico, entre

outros), como forma de fortalecimento da inclusão socioprodutiva no turismo e de modelos de comercialização ética, justa e solidária;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas iniciativas de estímulo e de valorização da produção local (como a pesca artesanal, a agricultura familiar, o artesanato típico, entre outros) como forma de fortalecimento da inclusão socioprodutiva no turismo e de modelos de comercialização ética, justa e solidária, porém, que carecem de melhorias e/ou que precisam ser ampliadas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes iniciativas de estímulo e de valorização da produção local (como a pesca artesanal, a agricultura familiar, o artesanato típico etc.), como forma de fortalecimento da inclusão socioprodutiva no turismo e de modelos de comercialização ética, justa e solidária.

#### *Criação de Oportunidades de Empregos Dignos para a Comunidade Residente e Direitos Trabalhistas Assegurados*

**(1) Não cria, nem garante:** As oportunidades de vagas de emprego criadas no turismo não são, em sua maioria, direcionadas e preenchidas por indivíduos da comunidade residente. A maioria dos empregos no turismo não assegura direitos trabalhistas fundamentais (como 13° salário, FGTS, férias remuneradas, adicional por hora extra trabalhada, jornada de trabalho adequada, entre outros);

**(2) Cria, mas não garante:** As oportunidades de vagas de emprego criadas no turismo são, em sua maioria, direcionadas e preenchidas por indivíduos da comunidade residente, porém, a maioria dos empregos no turismo não assegura direitos trabalhistas fundamentais (como 13° salário, FGTS, férias remuneradas, adicional por hora extra trabalhada, jornada de trabalho adequada, entre outros);

**(3) Cria e garante:** As oportunidades de vagas de emprego criadas no turismo são, em sua maioria, direcionadas e preenchidas por indivíduos da comunidade residente. A maioria dos empregos no turismo assegura direitos trabalhistas fundamentais (como 13° salário, FGTS, férias remuneradas, adicional por hora extra trabalhada, jornada de trabalho adequada, entre outros).

#### *Combate à Exclusão Socioeconômica e Distribuição Equitativa da Renda*

**(1) Não realiza:** Não é realizada nenhuma ação de estímulo e de suporte (técnico, logístico, jurídico e financeiro) às micro e pequenas empresas, ao empreendedorismo individual e/ou comunitário (Ex: Turismo de Base Comunitária – TBC) e à qualificação profissional para atuação em todos os níveis do setor de turismo;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de estímulo e de suporte (técnico, logístico, jurídico e financeiro) às micro e pequenas empresas, ao empreendedorismo individual e/ou comunitário (Ex: Turismo de Base Comunitária – TBC) e à qualificação profissional para atuação em todos os níveis do setor de turismo, porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes ações de estímulo e de suporte (técnico, logístico, jurídico e financeiro) às micro e pequenas empresas, ao empreendedorismo individual e/ou comunitário (Ex: Turismo de Base Comunitária – TBC) e à qualificação profissional para atuação em todos os níveis do setor de turismo.

---

## SOCIAL

### *Garantia de Liberdade e de Igualdade no Usufruto das Áreas de Interesse Turístico*

**(1) Não garante:** Não há nenhuma regulamentação/normativa vigente que combata ações concretas de privação ao acesso e usufruto de áreas comuns;

**(2) Garante parcialmente:** Existe regulamentação/normativa vigente que combata ações concretas de privação ao acesso e usufruto de áreas comuns, porém, que carece de fiscalização e cumprimento;

**(3) Garante totalmente:** Existe regulamentação/normativa vigente que combata ações concretas de privação ao acesso e usufruto de áreas comuns, devidamente fiscalizada e cumprida.

### *Desenvolvimento de Políticas Públicas de Inclusão Social*

**(1) Não desenvolve:** Não são desenvolvidas políticas efetivas de inclusão social voltadas à garantia de direitos e atenção às demandas e ao bem-estar de indivíduos e de grupos socialmente excluídos, tais como: pessoas com deficiência; comunidade LGBTQIAPN+; moradores de rua e em situações de vulnerabilidade; populações originárias (negra, indígena, quilombola etc.); mulheres; dentre outras;

**(2) Desenvolve parcialmente:** São desenvolvidas políticas efetivas de inclusão social voltadas à garantia de direitos e atenção às demandas e ao bem-estar de indivíduos e de grupos socialmente excluídos, tais como: pessoas com deficiência; comunidade LGBTQIAPN+; moradores de rua e em situações de vulnerabilidade; populações originárias (negra, indígena, quilombola etc.); mulheres; dentre outras. Porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Desenvolve totalmente:** São desenvolvidas múltiplas e efetivas políticas de inclusão social voltadas à garantia de direitos e atenção às demandas e ao bem-estar de indivíduos e de grupos socialmente excluídos, tais como: pessoas com deficiência; comunidade LGBTQIAPN+; moradores de rua e em situações de vulnerabilidade; populações originárias (negra, indígena, quilombola etc.); mulheres; dentre outras.

### *Contenção das Perturbações Sociais*

**(1) Não realiza:** Não são formulados, nem executados, planos estratégicos de contenção dos impactos negativos do turismo sob o contexto social, tais como: crescimento da exploração sexual de crianças e de adolescentes; aumento da violência e do tráfico de

drogas nas cidades; expansão dos processos de favelização; desenvolvimento da sensação generalizada de insegurança; transformação do cenário bucólico e dos modos de vida tradicionais, dentre outros;

**(2) Realiza parcialmente:** São identificados alguns planos estratégicos de contenção dos impactos negativos do turismo sob o contexto social, tais como: crescimento da exploração sexual de crianças e de adolescentes; aumento da violência e do tráfico de drogas nas cidades; expansão dos processos de favelização; desenvolvimento da sensação generalizada de insegurança; transformação do cenário bucólico e dos modos de vida tradicionais, dentre outros. Porém, ainda não executados, ou insatisfatórios, ineficazes e/ou pouco expressivos;

**(3) Realiza totalmente:** São identificados planos estratégicos de contenção dos impactos negativos do turismo sob o contexto social, tais como: crescimento da exploração sexual de crianças e de adolescentes; aumento da violência e do tráfico de drogas nas cidades; expansão dos processos de favelização; desenvolvimento da sensação generalizada de insegurança; transformação do cenário bucólico e dos modos de vida tradicionais; dentre outros. Em sua maioria, encontram-se em execução, com resultados satisfatórios, eficazes e/ou expressivos.

---

## CULTURAL

### *Proteção, Promoção e Conservação do Patrimônio Cultural Material<sup>4</sup> (Local e Regional)*

**(1) Não realiza:** Não é realizado nenhum investimento público direcionado à proteção, promoção e conservação do patrimônio cultural material do território, como, por exemplo, pela realização de: inventários; tombamentos; registros; desapropriações; vigilância; plano de salvaguarda; plano de divulgação; plano de combate ao etnocídio; plano de conservação da memória cultural e fortalecimento de costumes, tradições e crenças originários; dentre outros;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizados alguns investimentos públicos direcionados à proteção, promoção e conservação do patrimônio cultural material do território, como, por exemplo, pela realização de: inventários; tombamentos; registros; desapropriações; vigilância; plano de salvaguarda; plano de divulgação; plano de combate ao etnocídio; plano de conservação da memória cultural e fortalecimento de costumes, tradições e crenças originários; dentre outros. Porém, insatisfatórios, ineficazes e/ou pouco expressivos;

**(3) Realiza totalmente:** São realizados diversos e eficazes investimentos públicos direcionados à proteção, promoção e conservação do patrimônio cultural material do território, como, por exemplo, pela realização de: inventários; tombamentos; registros; desapropriações; vigilância; plano de salvaguarda; plano de divulgação; plano de combate ao etnocídio; plano de conservação da memória cultural e fortalecimento de costumes, tradições e crenças originários; dentre outros.

*Proteção, Promoção e Conservação do Patrimônio Cultural Imaterial*<sup>5</sup> (Local e Regional)

**(1) Não realiza:** Não é realizado nenhum investimento público direcionado à proteção, promoção e conservação do patrimônio cultural imaterial do território, como, por exemplo pela realização de: inventários; tombamentos; registros; desapropriações; vigilância; plano de salvaguarda; plano de divulgação; plano de combate ao etnocídio; plano de conservação da memória cultural e fortalecimento de costumes, tradições e crenças originários; dentre outros;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizados alguns investimentos públicos direcionados à proteção, promoção e conservação do patrimônio cultural imaterial do território, como, por exemplo pela realização de: inventários; tombamentos; registros; desapropriações; vigilância; plano de salvaguarda; plano de divulgação; plano de combate ao etnocídio; plano de conservação da memória cultural e fortalecimento de costumes, tradições e crenças originários; dentre outros. Porém, insatisfatórios, ineficazes e/ou pouco expressivos;

**(3) Realiza totalmente:** São realizados diversos e eficazes investimentos públicos direcionados à proteção, promoção e conservação do patrimônio cultural imaterial do território, como, por exemplo pela realização de: inventários; tombamentos; registros; desapropriações; vigilância; plano de salvaguarda; plano de divulgação; plano de combate ao etnocídio; plano de conservação da memória cultural e fortalecimento de costumes, tradições e crenças originários; dentre outros.

*Educação Patrimonial*

**(1) Não realiza:** Não é realizada nenhuma ação de sensibilização de turistas e de moradores que tenha como propósito o estímulo ao respeito, a tolerância, a proteção e a valorização dos patrimônios histórico<sup>6</sup>, artístico<sup>7</sup>, religioso<sup>8</sup> e de saberes<sup>9</sup> territoriais, por meio da conscientização do “por quê” e “como” preservar;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de sensibilização de turistas e de moradores que tenham como propósito o estímulo ao respeito, a tolerância, a proteção e a valorização dos patrimônios histórico, artístico, religioso e de saberes territoriais, por meio da conscientização do “por quê” e “como” preservar, porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes ações de sensibilização de turistas e de moradores que tenham como propósito o estímulo ao respeito, a tolerância, a proteção e a valorização dos patrimônios histórico, artístico, religioso e de saberes territoriais, por meio da conscientização do “por quê” e “como” preservar.

---

## POLÍTICA

### *Articulação entre Poderes Locais/Regionais*

**(1) Não realiza:** Não são realizadas ações de articulação entre os diferentes poderes, público e privado, secretarias e pastas, do território, visando: a ampliação da disponibilidade de recursos para o desenvolvimento do turismo; o combate à sobreposição de iniciativas análogas (como as de “qualificação profissional”) por diversas frentes; e a mitigação de conflitos e de problemas acarretados pelo distanciamento das discussões e estratégias dos múltiplos atores políticos locais/regionais;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de articulação entre os diferentes poderes, público e privado, secretarias e pastas, do território, visando: a ampliação da disponibilidade de recursos para o desenvolvimento do turismo; o combate à sobreposição de iniciativas análogas (como as de “qualificação profissional”) por diversas frentes; e a mitigação de conflitos e de problemas acarretados pelo distanciamento das discussões e estratégias dos múltiplos atores políticos locais/regionais. Porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes ações de articulação entre os diferentes poderes, público e privado, secretarias e pastas, do território, visando: a ampliação da disponibilidade de recursos para o desenvolvimento do turismo; o combate à sobreposição de iniciativas análogas (como as de “qualificação profissional”) por diversas frentes; e a mitigação de conflitos e de problemas acarretados pelo distanciamento das discussões e estratégias dos múltiplos atores políticos locais/regionais.

### *Atenção às Demandas Sociais do Território e Envolvimento de Todos nos Processos Decisórios*

**(1) Não concede atenção:** Não são viabilizados espaços democráticos de diálogo com representantes dos diversos atores locais<sup>10</sup>, para reconhecimento de suas reais demandas (materiais e simbólicas) – de curto, médio e longo prazos – e para envolvimento de todos no planejamento, na organização, na operacionalização, no monitoramento, na avaliação, e nos processos decisórios relativos ao turismo;

**(2) Concede atenção parcial:** São viabilizados alguns espaços de diálogo, porém pouco democráticos e pouco frequentes, com representantes dos diversos atores locais, para reconhecimento de suas reais demandas (materiais e simbólicas) – de curto, médio e longo prazos – e para envolvimento de todos no planejamento, na organização, na operacionalização, no monitoramento, na avaliação, e nos processos decisórios relativos ao turismo;

**(3) Concede atenção total:** São viabilizados, frequentemente, espaços democráticos de diálogo com representantes dos diversos atores locais, para reconhecimento de suas reais demandas (materiais e simbólicas) – de curto, médio e longo prazos – e para envolvimento de todos no planejamento, na organização, na operacionalização, no monitoramento, na avaliação, e nos processos decisórios relativos ao turismo.

### *Viabilização de Recursos para Pesquisas*

**(1) Não viabiliza recursos:** Não são viabilizados recursos – financeiros, materiais, humanos, tecnológicos etc. – destinados ao desenvolvimento de pesquisas científicas que busquem contribuir com a sustentabilidade no turismo, por meio de estudos que analisem e monitorem os contextos (ambiental, social, econômico e cultural) do território, identifiquem problemas e apresentem alternativas/estratégias de melhorias;

**(2) Viabiliza recursos, porém ainda de forma insuficiente:** São viabilizados recursos – financeiros, materiais, humanos, tecnológicos etc. – destinados ao desenvolvimento de pesquisas científicas que busquem contribuir com a sustentabilidade no turismo, por meio de estudos que analisem e monitorem os contextos (ambiental, social, econômico e cultural) do território, identifiquem problemas e apresentem alternativas/estratégias de melhorias. Porém, ainda insuficientes, ou restritos a poucas pesquisas, diante da ampla necessidade territorial;

**(3) Viabiliza recursos, de forma suficiente:** São viabilizados múltiplos e suficientes recursos – financeiros, materiais, humanos, tecnológicos etc. – destinados ao desenvolvimento de pesquisas científicas que busquem contribuir com a sustentabilidade no turismo, por meio de estudos que analisem e monitorem os contextos (ambiental, social, econômico e cultural) do território, identifiquem problemas e apresentem alternativas/estratégias de melhorias.

---

## TERRITORIAL

### *Balanceamento do Fluxo Turístico e Abertura de Novos Atrativos*

**(1) Não realiza:** Não são realizadas ações de balanceamento do fluxo turístico territorial, a partir do estímulo à visitação de atrativos alternativos com potenciais histórico-culturais e ambientais, em regiões pouco exploradas e que carecem de desenvolvimento, como forma de evitar ou mitigar a saturação de destinos consolidados e, ao mesmo tempo, abrir espaço para participação de grupos marginalizados dos benefícios econômicos decorrentes do turismo;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas ações de balanceamento do fluxo turístico territorial, a partir do estímulo à visitação de atrativos alternativos, com potenciais histórico-culturais e ambientais, em regiões pouco exploradas e que carecem de desenvolvimento, como forma de evitar ou mitigar a saturação de destinos consolidados e, ao mesmo tempo, abrir espaço para participação de grupos marginalizados dos benefícios econômicos decorrentes do turismo. Porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas diversas e eficazes ações de balanceamento do fluxo turístico territorial, a partir do estímulo à visitação de atrativos alternativos, com potenciais histórico-culturais e ambientais, em regiões pouco exploradas e que carecem de

desenvolvimento, como forma de evitar ou mitigar a saturação de destinos consolidados e, ao mesmo tempo, abrir espaço para participação de grupos marginalizados dos benefícios econômicos decorrentes do turismo.

#### *Atenuação dos Processos de Gentrificação*

**(1) Não realiza:** Não são realizadas intervenções destinadas a atenuar processos excludentes e segregadores pautados na transformação e revitalização de centros urbanos (principalmente de espaços abandonados), que ampliam consideravelmente os custos de vida naquele local, marginalizam comunidades autóctones de baixa renda, descaracterizam bairros e contribuem com a supressão da identidade local;

**(2) Realiza parcialmente:** São realizadas algumas intervenções destinadas a atenuar processos excludentes e segregadores pautados na transformação e revitalização de centros urbanos (principalmente de espaços abandonados), que ampliam consideravelmente os custos de vida naquele local, marginalizam comunidades autóctones de baixa renda, descaracterizam bairros e contribuem com a supressão da identidade local. Porém, insatisfatórias e/ou pouco expressivas;

**(3) Realiza totalmente:** São realizadas múltiplas e eficazes intervenções destinadas a atenuar processos excludentes e segregadores pautados na transformação e revitalização de centros urbanos (principalmente de espaços abandonados), que ampliam consideravelmente os custos de vida naquele local, marginalizam comunidades autóctones de baixa renda, descaracterizam bairros e contribuem com a supressão da identidade local.

#### *Investimentos em Infraestrutura Básica e Aperfeiçoamento dos Sistemas Públicos*

**(1) Não realiza:** Não é realizado nenhum investimento público em áreas que afetam diretamente a melhoria da qualidade de vida da população residente. Exemplos: melhoria da infraestrutura básica (saneamento, transporte, energia, telecomunicação); aperfeiçoamento dos sistemas públicos (saúde, educação, transporte, abastecimento de água);

**(2) Realiza parcialmente:** São realizados alguns investimentos públicos em áreas que afetam diretamente a melhoria da qualidade de vida da população residente. Exemplos: melhoria da infraestrutura básica (saneamento, transporte, energia, telecomunicação); aperfeiçoamento dos sistemas públicos (saúde, educação, transporte, abastecimento de água). Porém, insatisfatórios, ineficazes e/ou pouco expressivos;

**(3) Realiza totalmente:** São realizados diversos e eficazes investimentos públicos em áreas que afetam diretamente a melhoria da qualidade de vida da população residente. Exemplos: melhoria da infraestrutura básica (saneamento, transporte, energia, telecomunicação); aperfeiçoamento dos sistemas públicos (saúde, educação, transporte, abastecimento de água).

---

## TECNOLÓGICA

### *Desenvolvimento Tecnológico para o Turismo*

**(1) Não desenvolve:** Não são desenvolvidas novas tecnologias capazes de contribuir diretamente com a melhoria do turismo no território, tais como: disponibilização de *tours* virtuais (vídeos em 360°); ampliação dos pontos de acesso livre à internet (*wifi*) e da qualidade da rede móvel (Tecnologia 5G); controle inteligente da capacidade de carga de um atrativo; aplicativos de compras, de reservas e de aluguéis (ingressos para shows, tickets de metrô, bicicletas rotativas, etc.); aplicativos de orientação sobre pontos de visitação (localização, horários, fluxo de turistas); aplicativos de rastreamento da COVID-19 e variantes (pessoas e estabelecimentos); plataformas digitais para acesso a dados (Big Data); utilização de códigos QR; reservas e outros serviços por tecnologia de reconhecimento de voz; utilização de *softwares* inteligentes de conversa (*chatbots*); utilização de técnicas de otimização para mecanismos de buscas (*Search Engine Optimization – SEO*); dentre outros;

**(2) Desenvolve parcialmente:** São desenvolvidas algumas poucas novas tecnologias capazes de contribuir diretamente com a melhoria do turismo no território, tais como: disponibilização de *tours* virtuais (vídeos em 360°); ampliação dos pontos de acesso livre à internet (*wifi*) e da qualidade da rede móvel (Tecnologia 5G); controle inteligente da capacidade de carga de um atrativo; aplicativos de compras, de reservas e de aluguéis (ingressos para shows, tickets de metrô, bicicletas rotativas, etc.); aplicativos de orientação sobre pontos de visitação (localização, horários, fluxo de turistas); aplicativos de rastreamento da COVID-19 e variantes (pessoas e estabelecimentos); plataformas digitais para acesso a dados (Big Data); utilização de códigos QR; reservas e outros serviços por tecnologia de reconhecimento de voz; utilização de *softwares* inteligentes de conversa (*chatbots*); utilização de técnicas de otimização para mecanismos de buscas (*Search Engine Optimization – SEO*); dentre outros. Porém, ainda pontuais, insatisfatórias, ineficazes e/ou pouco expressivas;

**(3) Desenvolve totalmente:** São desenvolvidas múltiplas novas tecnologias capazes de contribuir diretamente com a melhoria do turismo no território, tais como: disponibilização de *tours* virtuais (vídeos em 360°); ampliação dos pontos de acesso livre à internet (*wifi*) e da qualidade da rede móvel (Tecnologia 5G); controle inteligente da capacidade de carga de um atrativo; aplicativos de compras, de reservas e de aluguéis (ingressos para shows, tickets de metrô, bicicletas rotativas, etc.); aplicativos de orientação sobre pontos de visitação (localização, horários, fluxo de turistas); aplicativos de rastreamento da COVID-19 e variantes (pessoas e estabelecimentos); plataformas digitais para acesso a dados (Big Data); utilização de códigos QR; reservas e outros serviços por tecnologia de reconhecimento de voz; utilização de *softwares* inteligentes de conversa (*chatbots*); utilização de técnicas de otimização para mecanismos de buscas (*Search Engine Optimization – SEO*); dentre outros.

---

## Considerações Finais

O desafio da concepção de um instrumento orientador de planejamento turístico que consiga abranger, em suas múltiplas dimensões de análise, elementos fundamentais da sustentabilidade, está no exercício de conseguir englobar numerosas e relevantes discussões nos campos social, ambiental, cultural, econômico, que influem diretamente nos processos decisórios de um território. Sem dúvida, esta primeira proposta da “*Mandala da sustentabilidade no turismo*” ainda carece de debates abertos com representantes da comunidade acadêmica e da comunidade turística e, claro, de futuras implementações e correções.

De toda forma, diante do objetivo maior de estimular a reflexão sobre a Sustentabilidade nos processos de desenvolvimento turístico dos territórios, contribuindo para a adoção de políticas públicas mais eficazes e éticas para o bem comum, entende-se que foi dado o pontapé inicial. Dentre outras coisas, pela viabilização de um instrumento de orientação que busca percorrer as dimensões fundamentais para se pensar o turismo a partir dos pressupostos da sustentabilidade.

Vale reforçar que o contexto de pandemia aponta para a necessidade imediata de novas iniciativas e estratégias que sejam, ao mesmo tempo, encorajadoras de ressignificação do turismo (não apenas pela vertente econômica, mas entendendo-o como um fenômeno social complexo que pode contribuir notoriamente com o desenvolvimento de uma região), e críticas (quanto aos impactos e consequências da ampliação da prática turística em um território).

## Referências

- Abramovay, R. (2012). *Muito além da economia verde*. São Paulo: Ed. Abril.
- Baudin, M. (2009). *Le développement durable: nouvelle idéologie du XXI siècle?* Paris: L'Harmattan.
- Beni, M.C. (2003). Como certificar o turismo sustentável? *Revista Turismo em Análise*, 14 (02), 5-16. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v14i2p5-16>
- Beni, M.C. (2020). Saturação e Rejeição ao Turismo nas Destinações Turísticas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14 (2), 1-8. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1847>
- Boff, L. (2017). *Sustentabilidade: o que é - o que não é*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Boff, L. (2011). *Sostenibilidad: ¿adjetivo o sustantivo?* Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.servicioskoinonia.org/boff/articulo.php?num=439>
- Bourdieu, P. (1983). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. Ortiz, R. (Org.) São Paulo: Ática, 191 p.
- Cavalcanti, C. (2012a). Sustentabilidade: mantra ou escolha moral? Uma abordagem ecológico-econômica. *Estudos Avançados*, 26 (74).

- Cavalcanti, C. (2012b). Só existe desenvolvimento sustentável: a economia como parte da natureza. . In Lena, P., & Nascimento, E.P. *Enfrentando os limites do crescimento: Sustentabilidade, decrescimento e prosperidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 185-204.
- Clark, W.C., & Harley, A.G. (2020). Sustainability Science: Toward a Synthesis. *Annual Review of Environment and Resources*, 45, 331-386.
- Clarke, J. (1997). A framework of approaches to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 5(3).
- Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento [CMMAD]. (1991). *Nosso futuro comum*. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV.
- Cooper, C.P., & Ozdil, I. (1992). From mass to responsible tourism. The Turkish Experience. *Tourism Management*, 377-386.
- Costa, H.A. (2009). *Mosaico da Sustentabilidade em Destinos Turísticos: cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses*. [Tese de doutoramento, Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília]. Repositório Aberto da Universidade de Brasília.
- Costa, H.A. (2013). *Destinos do turismo: percursos para a sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Crespo, S. *O que os brasileiros pensam sobre a biodiversidade?* Rio de Janeiro: ISER/VOX.
- Daly, H.E. (2004). Crescimento Sustentável? Não, obrigado. *Ambiente & Sociedade*, VII(2).
- Daly, H., & Cobb, C. W. (1989). *For the common good: redirecting the economy toward community, the environment, and a sustainable future*. Boston: Beacon Press.
- Delmas, M.A., & Burbano, V.C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), Special Issue: Environmental Management and Regulatory Uncertainty, 6-87.
- Dias, R. (2008). *Turismo sustentável e meio ambiente*. 1. Ed. São Paulo: Atlas.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. 1ª ed. Editora John Wiley and Sons Ltd.
- Enríquez, M.A. (2010). *Trajetórias do desenvolvimento: da ilusão do crescimento ao imperativo da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Faucheux, S., & Noël, J.F. (1995). *Economia dos recursos naturais e do meio ambiente*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Gerhardt, T.E., & Silveira, D.T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Universidade Aberta do Brasil. Editora da UFRGS.
- Gil, A.C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.

Goldenberg, M. (1999). *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Record.

Hunter, C. (2002). Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective. In Harris, R., Griffin, T., & Wall, G. (eds). *Sustainable Tourism: a global perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 3-33.

International Centre For Responsible Tourism [ICRT]. (2014). *Responsible Tourism: taking responsibility for tourism*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <http://www.icrtourism.org/responsible-tourism/>

Irving, M.A., Rodrigues, C.G.O., Rabinovici, A., & Costa, H.A. (2015). *Turismo, Áreas Protegidas e Inclusão Social: diálogos entre saberes e fazeres*. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem.

Kilipiris, F., & Zardava, S. (2012). *Developing sustainable tourism in a changing environment: issues for the tourism enterprises (travel agencies and hospitality enterprises)*. Elsevier: Social and Behavioral Sciences, 44, 44- 52.

Krippendorf, J. (2001). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.

Latouche, S. (2006). *Le pari de la Décroissance*. Paris: Fayard.

Leiper, N. (1995). Environmental impacts and ecosystems for tourism. *Tourism Management*, TAFE Publications, Melbourne.

Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(06).

Machado, V.F. (2005). *A produção do discurso do desenvolvimento sustentável: de Estocolmo a Rio 92*. [Tese de doutoramento em Desenvolvimento Sustentável, Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília]. Repositório Aberto da Universidade de Brasília.

Marquardt, B. (2006). Historia de la sostenibilidad. Un concepto medio-ambiental en la historia de Europa central (1000-2006). *Historia Crítica*, 32, 172-197.

Martinez-Alier, J. (2012). Justiça ambiental e decrescimento econômico. In Lena, P. & Nascimento, E.P. *Enfrentando os limites do crescimento: Sustentabilidade, decrescimento e prosperidade*. Rio de Janeiro: Garamond.

McCool, S.F., & Bosak, K. (Ed.) (2016). *Reframing Sustainable Tourism*. Serie Environmental Challenges and Solutions. Ed. 1, Dordrecht: Springer.

Meler, M., & Ham, M. (2012). Green Marketing for Green Tourism. *Tourism & Hospitality Management*, 130-139.

Messias, F.B., & Nascimento, E.P. (2020). A economia criativa na arena da sustentabilidade. *Pos, Rev. Programa Pós-Grad. Arquit. Urban. FAUUSP*. São Paulo, 27(50).

- Minayo, M.C.S. (2001). *Pesquisa social: Teoria método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Moesch, M.M. (2004). *Epistemologia social do turismo*. Tese (doutorado). Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Molina, E.S. (1998). *Turismo y Ecologia*. Trilhas.
- Nascimento, E.P. (2012). Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos Avançados*, 26 (74).
- Nascimento, E.P., & Costa, H.A. (2010). Sustainability as a new political Field. *Cahiers do IIRPC*, n. especial, 51-8.
- Nobre, M., & Amazonas, M. (Org.). (2002). *Desenvolvimento sustentável: a institucionalização de um conceito*. Brasília: Ed. Ibama.
- Olson, M. (1999). *A Lógica da ação coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais*. São Paulo: EDUSP, 201p.
- O'riordan, T. (1993). The politics of sustainability. In: TURNER, K.R. (Org.) *Sustainable environmental economics and management: principles and practice*. London: Bethaven.
- Pagotto, É.L. (2013). *Greenwashing: os conflitos éticos da propaganda ambiental*. [Dissertação de Mestrado em Ciências pela Universidade de São Paulo – USP]. Repositório aberto da Universidade de São Paulo.
- Pearce, D. et al. (1989). *Blueprint for a green economy*. London: Earthscan.
- Pearse, G. (2012). *Greenwash: Big Brands and Carbon Scams*. Collingwood, Vic.: Black Inc.
- Redclift, M. (1987). *Sustainable Development: exploring the contradictions*. London: Routledge; New York: Methuen.
- Revista Exame. (2011). *Marina Silva aponta os 7 pilares da sustentabilidade*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://exame.com/mundo/marina-silva-aponta-os-7-pilares-da-sustentabilidade/>
- Richardson, D. (1997). The politics of sustainable development. In: Baker, S. et al. (Org.). *The politics of sustainable development: theory, policy and practice within the European Union*. London: Makron Books.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140.
- Sachs, I. (2007). *Rumo à socioeconomia – teoria e prática do desenvolvimento*. São Paulo: Cortez.
- Sachs, I. (2008). *Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Sachs, I. (2009). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knop.

Sengupta, A. (2002). Official Development Assistance – The Human Rights Approach. In: *Economic and Political Weekly*, April 13, 1424-1436.

Sharpley, R. (2000). Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1).

Solow, R. (1974). The economics of resources or the resources of economics. *American Economic Review*, 64(2), papers and proceedings, maio, 01-14.

Solow, R. (1993). An Almost Practical Step Toward Sustainability. *ResourcePolicy*, UK, Elsevier, 19(3), 162-172.

Swarbrooke, J. (2000). *Turismo sustentável, conceitos e impacto ambiental*. v.1. São Paulo: Aleph. (Série Turismo).

Tasso, J.P.F. (2014). *À procura da inclusividade: estudo sobre os fatores de inclusão socioeconômica em destinos turísticos brasileiros*. [Tese de doutoramento em Desenvolvimento Sustentável, Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília]. Repositório Aberto da Universidade de Brasília.

Tasso, J.P.F., Moesch, M.M., & Nóbrega, W.R.M. (2021). Reincorporação da Ética às Políticas Públicas de Turismo: uma necessária reflexão no combate às consequências do Covid-19. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 15 (1), p. 2141, jan./abr. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2141>

Valls, J.F. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro: FGV.

Veiga, J.E. (2019). *Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor*. 3ª ed. São Paulo: Editora Senac.

Veiga, J.E., & Issberner, L.R. (2012). Decrescer crescendo. In Lena, P., & Nascimento, E.P. *Enfrentando os limites do crescimento: Sustentabilidade, decrescimento e prosperidade*. Rio de Janeiro: Garamond.

Wackermann, G. (2008). *Le développement durable*. Paris: Ellipses.

Wackernagel, M., & Rees, W. (1996). *Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth*. Philadelphia, PA: New Society Publishers.

---

## **Autores**

**João Paulo Faria Tasso:** Bacharel em Turismo. Doutor em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Brasília (CET/UnB). Líder do Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade (LETS). E-mail: [jpfariatasso@gmail.com](mailto:jpfariatasso@gmail.com).

**Elimar Pinheiro do Nascimento:** Sociólogo, doutor pela Université René Descartes, Paris V, e professor permanente dos Programas de Pós-Graduação do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB), e do Centro de Ciências Ambientais e Sustentabilidade da Amazônia da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Email: [elimarcds@gmail.com](mailto:elimarcds@gmail.com)

## Notas

<sup>1</sup> Vide o Filme “Seaspiracy” (Netflix).

<sup>2</sup> Segundo Pillet (1993 apud Enríquez, 2010), dentre as limitações de se utilizar o PIB como medida de desenvolvimento, destaca-se a contabilização de atividades mercantis apenas, deixando de fora, por exemplo, os serviços ecossistêmicos gratuitos, os custos ecológicos da utilização excessiva dos recursos, e os produtos ecológicos – como o ar puro e a água potável – utilizados e consumidos fora do mercado.

<sup>3</sup> Há ambientalistas renomadas, como Marina Silva, que utiliza mais dimensões, como a da ética e a da estética, em suas intervenções públicas (Revista Exame, 2011), em que se poderia acrescentar a dimensão tecnológica.

<sup>4</sup> Bens culturais tombados, tangíveis, divididos entre “móveis” (como acervos museológicos, fotográficos etc.) e “imóveis” (como sítios arqueológicos, cidades históricas etc.).

<sup>5</sup> Bens culturais tombados, intangíveis, representados por práticas, expressões e conhecimentos manifestados por ofícios, modos de fazer, saberes, formas de expressão (plástica, cênica, musical, etc.), dentre outros.

<sup>6</sup> Expressa a trajetória de um território, de uma cultura, de um povo. Exemplos: monumentos, edifícios (como a “Estação da Luz”, em São Paulo), ruínas, dentre outros.

<sup>7</sup> Expressa, por meio de obras e objetos, uma identidade cultural marcante. Exemplos: imagens sacras, azulejos, tapeçaria, estátuas (como os “Doze Profetas”, em Minas Gerais), dentre outros.

<sup>8</sup> Expressa a fé, a partir de festividades (como a “Festa do Divino Espírito Santo”, em Goiás), orações, cantos, dentre outros.

<sup>9</sup> Expressa os saberes próprios de um povo, representado pela forma de realização de um trabalho, de construção de um objeto, de preparação de uma iguaria gastronômica (como o “Ofício das Baianas do Acarajé, na Bahia”), dentre outros.

<sup>10</sup> Sociedade civil, setor produtivo (empresários), terceiro setor, poder público, dentre outros interessados.

# **A COVID-19 e o chamado de Gaia: felicidade, bem-estar, saúde mental, lazer e turismo de natureza**

## **COVID-19 and the call of Gaia: happiness, well-being, mental health, leisure and tourism in nature**

**Iara Brasileiro**

*GNH [FIB] is the bridge between the fundamental values of kindness, equality and humanity. (His Majesty the King Jigme Khesar Namgyel Wangchuck, Bhutan)*

### **Resumo**

Desde que a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia gerada pelo vírus SARS-CoV-2 (causador da COVID-19), em março de 2020, a humanidade ficou refém de um micro-organismo que nos tem desafiado diuturnamente. Entre as medidas tomadas para evitar maior propagação do vírus e do contágio, o isolamento ou o distanciamento social foi o mais severo e difícil para a quase totalidade das pessoas. Passamos a viver de um outro jeito. A literatura científica publicada, nesses dois anos, está repleta de artigos que tratam dos muitos males causados pela doença, seus reflexos econômicos, sociais e psicológicos. Ansiedade, depressão, tristeza, tédio, medo, e raiva são alguns dos sentimentos e emoções relatados ao longo desse período de dor, perdas e luto por todo o mundo. Tendo como pano de fundo esse quadro de alto comprometimento da nossa saúde física e mental causado pela COVID-19, nesse capítulo, faz-se uma reflexão teórica sobre os conceitos de felicidade, bem-estar e lazer, à luz da Psicologia Positiva e da Ecopsicologia. Esses temas são trazidos à discussão sob o olhar de autores de diferentes áreas de estudo como a Biologia, a Neurobiologia e a Psicologia. Gaia, a Terra, tem sido severamente impactada por nós, humanos, e as consequências disso são diversas e preocupantes. Os benefícios dos contatos com a natureza para a saúde integral das pessoas ficam evidenciados em inúmeras investigações levantadas em periódicos, e outros formatos de publicações nacionais e internacionais. A partir desses dados, a Ecopsicologia e o turismo de natureza (aqui entendido como aquele em que o ativo natural é a principal motivação para a viagem) se apresentam como prováveis opções para a recuperação da nossa saúde mental.

**Palavras-chave:** COVID-19; Felicidade e Bem-estar; Saúde Mental; Lazer; Turismo de Natureza.

### **Abstract**

Since the World Health Organization declared the pandemic caused by the SARS-CoV-2 virus (COVID-19) in March 2020, humanity has been hostage to a microorganism that has challenged us daily. Among the measures taken to prevent the further spread of the virus and contagion, isolation or social distancing was the most severe and difficult for almost all people. We started to live differently. The scientific literature published in these two years is full of articles dealing with the many ills caused by the disease, and its economic, social, and psychological consequences. Depression, sadness, boredom, fear, and anger are some of the feelings and emotions reported throughout this period of pain, loss, and grief throughout the world. Against the backdrop of this highly compromised picture of our physical and mental health caused by the COVID-19 pandemic, this chapter presents a theoretical reflection on the concepts of happiness, well-being, and leisure, in the light of Positive Psychology and Ecopsychology. These themes are brought to the discussion under the eyes of different authors from different areas of study such as Biology, Neurobiology, and Psychology. Gaia, the Earth, has been severely impacted by us humans, and the consequences of this are diverse and worrying. The benefits of contact with nature for the integral health of people are evidenced in numerous studies consulted in periodicals and other formats of national and international publications. From these data, Ecopsychology and nature tourism (here understood as the one in which the natural asset is the main motivation for the trip) are presented as probable options for the recovery of our mental health.

**Keywords:** COVID-19; Happiness and Well-being; Mental Health; Leisure and Tourism in Nature.

### **Introdução**

Em busca de resposta a questões corriqueiras e simples que nos fazemos cotidianamente, do tipo: como passo os meus dias? O que me dá prazer?, o psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi escreveu, em 1990, *Flow – the Psychology of Optimal Experience* (traduzido no Brasil, como *A Descoberta do Fluxo*, em 1999). Csikszentmihalyi observou que, em muitas ocasiões e em inúmeras vezes, vivemos sem tomar consciência do que fazemos, pois nem sempre fazemos contato com nossas emoções. Por conta dessa desatenção, entende o autor, “oscilamos entre dois extremos”: de um lado, vivemos imersos na ansiedade do nosso trabalho e na pressão das nossas obrigações; de outro, vivemos o tédio passivo do nosso lazer. Nessa obra, a vida cotidiana é sistematizada em atividades produtivas (trabalhar, falar, comer, por exemplo); atividades de manutenção (como os cuidados com a casa, as compras, dirigir e se locomover); e atividades de lazer (dedicadas aos nossos *hobbies*, aos contatos sociais, ao repouso, à TV e leitura, dentre outras). De acordo com as pesquisas discutidas por Csikszentmihalyi (1990), essas atividades ocorrem em uma

proporção de 42%, 31% e 27%, respectivamente. Ou seja, gastamos mais tempo nas atividades produtivas. Se isso significa muito ou pouco, sempre dependerá da perspectiva, pois nosso cotidiano não se define apenas pelo que fazemos, mas, também, por nossa companhia, com quem estamos.

Os resultados da pesquisa de Csikszentmihalyi demonstraram que aquelas atividades produtivas melhoram nossa capacidade de concentração, fornecendo-nos um nível médio de fluxo; as atividades de manutenção têm uma contribuição pequena. Por outro lado, as chamadas atividades de lazer parecem ser especialmente úteis na geração de motivação (fluxo), principalmente quando nos dedicamos aos nossos *hobbies*, esportes ou a conversas com amigos. De acordo com essa teoria, as experiências de fluxo ocorrem quando saímos da rotina, quando fazemos coisas diferentes, ou seja, quando oscilamos entre uma atividade e outra. No entanto, os dados indicam que as atividades a que menos tempo nos dedicamos seriam aquelas que mais nos motivariam, que nos colocariam em contato com nossas emoções, aquelas que nos fariam “oscilar”.

Assim, a “vida” é entendida no *Fluxo* não somente como os processos químicos que ocorrem no nosso corpo, na interação dos órgãos e seu funcionamento, mas, também, pela organização da informação que a cultura nos imprime. Dessa forma, a real “qualidade de vida” é determinada por nossos pensamentos e emoções; pelas interpretações que fazemos dos processos biopsicossociais e, mesmo, químicos.

Nos últimos dois anos, o mundo tem vivido um dos seus momentos mais difíceis e complexos. Desde que a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia provocada pelo vírus SARS-CoV-2<sup>1</sup> (o vírus causador da COVID-19), em março de 2020, a humanidade ficou refém de um micro-organismo que nos tem desafiado diuturnamente, sem trégua (OPAS, 2020). Entre as medidas tomadas para evitar maior propagação e contágio, o isolamento ou o distanciamento social foi o mais severo e difícil para a quase totalidade das pessoas, uma vez que o ir-e-vir natural e livre foi-nos abruptamente retirado. Passamos a “ficar em casa”. Um novo jeito de trabalhar, de comprar, de conversar. Um novo jeito de viver. Pior ainda: assustados, com medo de algo que sequer podemos ver sem a ajuda de microscópios eletrônicos, mas cujos estragos nos causam tanto sofrimento.

Enquanto os cientistas se debruçavam sobre o novo “inimigo”, tivemos tempo, como humanidade, para refletir. Gaia, a Terra, está sofrendo, há muitos anos, com nossas intervenções desmesuradas, sem limites<sup>2</sup>. O equilíbrio dos ecossistemas, que garante a vida a todas as espécies animais e vegetais, está ameaçado. Atwoli et al. (2021) alertaram para o impacto do aquecimento global e a destruição dos ecossistemas sobre a saúde, considerando que a perda da biodiversidade traz grandes e irreversíveis riscos à vida na Terra.

Estamos inseguros. Temos raiva. Experimentamos o tédio além da conta. Somos impotentes. Estamos frustrados. Temos medo. Vivemos mergulhados nas nossas emoções e sentimentos. Esse “novo” vírus nos colocou diante de nós mesmos. O que fazer? Diante de tanta pressão externa e interna, e agora, forçada e forçosamente com tempo e sem

desculpas para não entrarmos em contato conosco mesmos, desabamos. Tivemos que encarar as dificuldades do trabalho ou a falta dele; colegas tão estressados como nós; filhos em casa; tarefas domésticas. Luto, dor e sofrimento. Sobrecarga de emoções e, muitas vezes, de trabalho. Adoecemos, quando não da COVID-19, de esgotamento mental.

A literatura científica está repleta de artigos que tratam dos muitos males causados pelo SARS-CoV-2: não somente sobre a doença e seus possíveis tratamentos, como seus reflexos econômicos<sup>3</sup>, sociais e psicológicos. Aqui nos interessa refletir sobre os danos psicológicos causados pela doença e nossa relação com a natureza como uma possibilidade de nos reconectarmos com ela e com nossas emoções. São incontáveis os momentos em que nós próprios sentimos ou ouvimos relatos de familiares, conhecidos ou desconhecidos trazidos pela mídia, sobre depressão, ansiedade e nervosismo, sono alterado e tristeza causados pela nova doença. Sem dúvida, nossa saúde mental foi e está fragilizada. Diante desse quadro de medo e dor, de distanciamento social e de todos os outros problemas dos quais citei apenas alguns, ouvimos relatos de que, ao redor do mundo, muitos foram os que, ao menor sinal da possibilidade de “sair de casa” se mudaram das grandes cidades para localidades menos agitadas; visitaram parques e praias mais isoladas, foram em busca da natureza. Esse movimento interno e externo, esse fluxo em busca de água, árvores, pássaros e sossego me fez pensar na felicidade, na saúde, na natureza e no quanto havíamos nos distanciado de tudo isso e, portanto, de nós mesmos. Fui buscar nas minhas origens de bióloga as explicações que as diferentes áreas de conhecimento nos dão sobre esses temas.

Nesse contexto, o objetivo do presente capítulo é o de refletir sobre possíveis relações entre felicidade, bem-estar, saúde mental, lazer e turismo de natureza, durante a pandemia de COVID-19 e sua possível repercussão no período pós-pandêmico. Para essa reflexão teórica, foi necessário buscar autores que tratam, primeiramente, dos conceitos dessas categorias; em seguida, busquei contextualizar e cotejar essas questões no momento da pandemia para, por fim, relacioná-las. Não se trata, aqui, de revisões bibliográficas sobre os temas escolhidos para a reflexão, mas de uma busca por publicações que pudessem embasar minha argumentação. Para tanto, a pesquisa bibliográfica foi realizada em periódicos nacionais e internacionais, assim como em livros e publicações em outros diferentes suportes.

Contextualizados a pandemia e os temas aos quais pretendo relacioná-la e discutir neste capítulo, é importante apresentar os temas apontados no objetivo geral.

### **Lazer, Saúde mental, Felicidade e Bem-estar**

Para um melhor entendimento da linha de raciocínio até aqui proposta e conduzida, os tópicos serão primeiramente caracterizados e, em seguida, relacionados entre si e ao objetivo da reflexão.

#### *Lazer*

A temática do lazer tem sido estudada cientificamente desde o século XIX, sob a perspectiva da Sociologia, da Economia e da Psicologia, para citar algumas áreas. Do ponto de

vista psicológico, o lazer se caracteriza como a satisfação de uma necessidade humana complexa, colocada em prática por meio de experiências definidas como prazerosas por cada indivíduo, portanto, pessoal e individual. Logo, cada um define o lazer de acordo com suas preferências e conforme os recursos de que dispõe. Sendo assim, cada um valorizará os resultados de acordo com seu próprio sistema de avaliação, que, por sua vez, também poderá variar. Dessa forma, o caráter de lazer da atividade resultará do significado que a pessoa atribuirá à atividade, e, não, à atividade em si. Isso quer dizer que uma mesma atividade pode ser vivenciada por alguém como uma obrigação e, por outra pessoa, como lazer (Nunes & Hutz, 2014; Witt & Bishop, 2009).

É interessante notar que Nunes e Hutz (2014) realizaram levantamento de artigos científicos publicados na temática “lazer”, utilizando-se da base de dados da Biblioteca Virtual de Saúde. Os autores mostraram que, nos últimos anos, houve uma diminuição de trabalhos nas áreas anteriormente mais dedicadas ao assunto, como a Sociologia e a Economia (Dumazedier, 1974; Peixoto, 2007), com aumento significativo de estudos nos campos da Educação Física, Psicologia, Epidemiologia, Enfermagem e Nutrição. O estudo apontou “uma nova configuração dos estudos do lazer” que, de acordo com Nunes e Hutz (*op. cit.*), aparentemente, concentram-se nos “benefícios físicos gerados com as práticas do lazer”. Ainda nesse trabalho de revisão, estes autores registraram a ausência de articulação ou “interlocação entre áreas” e sinalizaram a necessidade de “investigações mais amplas e aprofundadas sobre o lazer”. Ademais, sugeriram a intensificação da proximidade entre a Sociologia e a Psicologia, com vistas à compreensão das motivações, benefícios e riscos relacionados às práticas de lazer. As pesquisas atuais parecem ter se restringido aos resultados físicos obtidos com os exercícios. Aspectos importantes da temática, antes tratados por Dumazedier (1974), Csikszentmihalyi (1999), De Masi (2000), Dik e Hansen (2008), e Rhoden (2009), os benefícios psicológicos, o aumento da qualidade de vida e dos *níveis de felicidade*, e da ocorrência de experiências autotélicas<sup>4</sup> durante as atividades de lazer parecem ter sido deixados de lado nos últimos enfoques das pesquisas. Talvez fosse interessante que se buscasse os “aspectos menos ‘visíveis’ no estudo do lazer” (Nunes & Hutz, 2014).

Voltando a Csikszentmihalyi e sua teoria, só somos felizes quando vivenciamos “experiências de fluxo”, ou seja, quando o que sentimos e desejamos estão em sintonia. Em *A Descoberta do Fluxo*, considera-se que o fluxo ocorre quando uma pessoa recebe uma retroalimentação imediata sobre seu desempenho (conhecimentos, habilidades e atitudes) no momento que busca superar um desafio. Se esse desafio for muito alto, essa pessoa poderá ficar frustrada, preocupada e ansiosa. Se for baixo demais, ficará relaxada e, depois, entediada. Um dia típico de nossas vidas será exatamente assim: pleno de “ansiedade e tédio”. Daí que as experiências de fluxo propiciam possibilidades para a oscilação necessária a uma vida autotélica, ou seja, que se realiza por si mesma, e que tem a *experiência* como meta principal.

Nesse ponto, pode-se trazer à discussão a contribuição de Joffre Dumazedier (1974) para quem o lazer apresenta três funções principais: divertimento, descanso e desenvolvimento

pessoal. Na perspectiva sociológica desse autor, o lazer se relaciona ao tempo dedicado para a realização da pessoa como fim último. O sociólogo francês sugeriu que o lazer acontece quando nos entregamos a alguma ocupação, seja para nos divertir, entreter, criar algo ou participar de alguma ação social de forma voluntária e desinteressada. Se examinada à luz do *fluxo*, as experiências se tornam autotélicas quando uma atividade é realizada por si mesma, quando não há motivação externa ou um objetivo “utilitário”. Se a motivação for intrínseca, e em situações desafiadoras, a sensação de bem-estar será maior. Aprofundando esse raciocínio, se as atividades/experiências de lazer se tornarem experiências de fluxo, poderão estimular o bem-estar, já que a pessoa estará diante de algo voluntário que demanda alta concentração/motivação (Rhoden, 2009).

Puig e Trilla (2004), por seu turno, consideraram o “ócio” sob a mesma ótica que a Sociologia tem do lazer. Assim, o ócio acontece quando a pessoa, em seu tempo livre, decide o que quer fazer e obtém prazer nessa escolha. Dissertaram, ainda, que o ócio não significa “não fazer nada”, mas realizar atividades cuja razão se encontra nelas mesmas. Dessa forma, lazer e ócio podem ser vistos como sinônimos. A longo prazo, essa “prática do ócio” permitiria que desenvolvêssemos habilidades sociais e pessoais que nos levariam a buscar as metas que sempre planejamos para nossa existência (Monteagudo, 2008). Outros autores, como De Masi (2000), Albornoz (2008, 2009, 2010), e Aquino e Martins (2007) poderiam ser chamados à presente discussão, com seus estudos da relação entre o ócio/lazer e a sociedade de consumo.

O sociólogo canadense Robert Stebbins (2014), em seu artigo *Lazer e Felicidade*, afirmou que “o lazer pode gerar felicidade, mas não é a própria felicidade”, porquanto esta constitui um “estado de espírito, componente do bem-estar emocional”. Entendeu, por outro lado, que o lazer seja uma atividade, aquilo que fazemos no nosso tempo livre e que torna a vida “atrativa e interessante”. Completou que “podemos nos descrever como ‘felizes’, mas não podemos dizer que somos ‘lazer’”. Para o autor, uma vez que nem toda atividade de lazer resulta em felicidade, algumas pessoas o consideram apenas “um pouco melhor que o tédio”. Stebbins (2014) concluiu seu artigo considerando que embora o lazer não seja a felicidade, ele claramente desempenha um papel fundamental na sua geração e que, por essa razão, não devemos perder de vista essa relação como uma das “esferas mais vibrantes da vida”. Fazê-lo seria perder a oportunidade de promover a relevância do lazer para as pesquisas científicas e para o público em geral.

Outro autor que pode ser chamado à discussão é Martin Seligman (2011) que elevou o patamar do argumento quando discutiu a felicidade “autêntica”. Apesar de Seligman não ter feito referência direta ao lazer, no entendimento de Stebbins (2014), a observação “abre a porta para a relação central entre lazer e felicidade”, e amplia a discussão sobre o tempo livre e a adequação do termo “autêntico”. Em sua argumentação, terminou por nomear Mihaly Csikszentmihalyi e seus estudos sobre o fluxo (*flow*); citou, ainda, o livro *Happiness: Lessons from a new Science* em que o economista Richard Layard (2005) fez incursões no campo da felicidade com base em estudos realizados pela Psicologia, Neurociência, Sociologia e Economia Aplicada.

Nesse ponto, talvez se possa fazer uma pequena digressão para comentar brevemente sobre um dos índices utilizados atualmente para as métricas definidoras das riquezas das nações – a Felicidade Interna Bruta (FIB/GNH). Sugerido em 1972 pelo Quarto Rei Dragão, chefe de Estado do Butão, o FIB se contrapõe ao modelo socioeconômico moderno baseado no acúmulo de bens de consumo. Ao contrário do PIB (Produto Interno Bruto), o novo modelo tem sua referência na felicidade da população, levando em conta conceitos psicológicos, culturais, ambientais e espirituais. Reconhecido pela Organização das Nações Unidas (ONU), esse índice utiliza os seguintes indicadores: bem-estar psicológico; saúde; uso do tempo; educação; diversidade cultural e resiliência; boa governança; vitalidade comunitária; diversidade ecológica e resiliência; e padrão de vida (CBS, s.d; CBS/GNH<sup>5</sup>, 2012). Vale lembrar aqui que esse conceito já fazia parte do código legal do Reino do Butão desde 1729, quando da sua unificação, que estabelecia: “se o Governo não consegue criar felicidade (*dekid*) para seu povo, não há nenhum propósito para a existência desse Governo” (CBS, 2012, p. 14).

Essa foi uma breve contextualização dos estudos sobre o lazer e seu entendimento à luz da teoria do fluxo desenvolvida por Mihalyi Csikszentmihalyi e outros estudiosos de uma área relativamente recente de pesquisa, a Psicologia Positiva, que surge como um campo de estudo que busca “entender o que torna a vida interessante e o que faz com que ela valha a pena ser vivida” (Stocchero, 2012). Esse novo paradigma da Psicologia vem conquistando credibilidade, investigando as experiências positivas subjetivas (como contentamento, perseverança, autodeterminação e criatividade), buscando fundamentos em pesquisas empíricas que testam hipóteses e são baseadas em dados<sup>6</sup> (Pacico & Bastianello, s.d.; Reppold et al., 2019; Scorsolini-Comin & Santos, 2010a; Zanon et al., 2013). Outros enfoques de estudo são o econômico, entendido como oposto ao âmbito do trabalho profissional, em momentos de não-trabalho (Barbosa, 2018) e o do ócio (Aquino & Martins, 2007). A abordagem sociológica pode ser exemplificada no trabalho de Dumazedier (1974); a do ócio com o De Masi (2000).

Dessa forma, se por outro lado ainda, o lazer pode ser visto apenas por seu aspecto voltado ao consumismo e hedonismo, se forem considerados alguns dos aspectos relacionados anteriormente, também poderá, paradoxalmente, trazer contribuições para o desenvolvimento pessoal, por meio da arte e da cultura (Gomes, 2014). O lazer se constitui de atividades que praticamos em nosso tempo livre, esperando que tornem nossa vida atrativa e interessante. Felicidade é um estado de espírito, componente do bem-estar emocional (Paludo & Koller, 2007). Estudar essa relação significa buscar entender as afinidades e a importância da vida humana em sua inteireza.

### *Saúde Mental e Felicidade*

Scorsolini-Comin e Santos (2010b) realizaram uma revisão de literatura sobre felicidade e promoção de saúde. Neste estudo, marcaram a mudança de foco das pesquisas sobre o tema, a partir da proposta da Psicologia Positiva iniciada na década de 1990, quando se buscou enfatizar a promoção da saúde e os aspectos positivos do ser humano, em detrimento da reparação dos aspectos negativos e das doenças. A temática da felicidade

é, muitas vezes, tratada como “bem-estar subjetivo” (BES). Os autores notaram, ainda, que nos últimos anos, noções como qualidade de vida, satisfação e promoção da saúde têm surgido em associação ao conceito de felicidade, que é uma experiência individual: a pessoa é quem reporta o que sente e, portanto, seu grau de satisfação. Nesse trabalho de sistematização/comparação entre a literatura nacional e a internacional sobre o tema, ficou claro que algumas questões conceituais e metodológicas ainda restam por ser resolvidas. A produção nacional ainda é incipiente.

De acordo com Scorsolini-Comin e Santos (2010b), felicidade “pode ser definida como a predominância da frequência de ocorrência de experiências emocionais positivas sobre as negativas”. Em relação à “qualidade de vida”, esses pesquisadores subdividiram o conceito em duas dimensões: bem-estar objetivo (*welfare*) que se refere à renda, educação, saúde, lazer, transporte, por exemplo; e bem-estar subjetivo (*well-being*), este exemplificado pelas experiências subjetivas. O BES tem como objetivo principal compreender a avaliação que as pessoas fazem de suas vidas e recebe outros nomes como: felicidade, satisfação, estado de espírito.

São as emoções – boas ou ruins – que experimentamos todos os dias que nos indicam que estamos “vivos”: uma hora estamos alegres, em outras estamos tristes, sentimos raiva, frustração ou satisfação. Muitas vezes, ao longo do dia, vivenciamos várias dessas emoções como se estivéssemos em uma gangorra que não para. São os estímulos que nos fazem reagir ao ambiente e às outras pessoas, e a maneira com que lidamos com nossas emoções é que nos dirá sobre a nossa saúde mental. A OMS (2020) considera a saúde mental como o “bem-estar no qual o indivíduo desenvolve suas habilidades pessoais, consegue lidar com os estresses da vida, trabalha de forma produtiva e encontra-se apto a dar sua contribuição para sua comunidade”. Gro Brundtland (2002), na mensagem de abertura do Relatório da OMS, escreveu ser necessária a compreensão de que “fatores genéticos, biológicos, sociais e ambientais se juntam para causar doenças da mente e do cérebro”. Ao considerar a indissociabilidade entre saúde mental e saúde física afirmou: “para mim, falar sobre saúde sem falar em saúde mental é como afinar um instrumento e deixar algumas notas dissonantes”.

A evolução das pesquisas biológicas, particularmente da Biologia Molecular, tem mostrado a complexidade do funcionamento do cérebro no controle mental e comportamental. Definir o que seja saúde mental (UFMG, 2019) é algo complexo, mas é fato que ela é muito mais que a “ausência de perturbações mentais”. É no cérebro que se combinam e se decodificam as informações internas, genéticas, bioquímicas e moleculares com aquelas que são geradas no exterior. Para tanto, há nesse órgão, altamente especializado, os neurônios e a neurógliia. Interessam-nos, aqui, os neurônios, células responsáveis por enviar e receber os impulsos e sinais nervosos liberados nas sinapses neuronais. Esses circuitos são os responsáveis pelos nossos complexos processos mentais e comportamentais. Reconhece-se, atualmente, que o que pensamos e sentimos impacta nossa saúde física da mesma forma que nossa saúde exerce influência sobre nosso bem-estar mental, pois a maioria das funções do nosso organismo é controlada pelo sistema nervoso (cujas principais células

são os neurônios) e pelo sistema endócrino, constituído por vários tipos de glândulas, por sua vez, produtoras de vários tipos de hormônios. Dessa forma, o cérebro humano está constantemente nessa espécie de ciranda, nesse carrossel de impulsos nervosos que resulta nas nossas ações, locomoção e pensamento, assim como nas nossas manifestações de alegria, tristeza ou preocupação. Para que essa comunicação seja eficaz, os neurônios produzem moléculas “sinalizadoras” – os neurotransmissores. Dentre eles, podem ser citados:

- A acetilcolina – controla o funcionamento do estômago, baço, bexiga, fígado, glândulas sudoríparas, vasos sanguíneos e coração, além de auxiliar no aprendizado e no controle do tônus muscular e das emoções. A síntese da acetilcolina é, ainda, fundamental para os movimentos, a concentração e a memória;
- A noradrenalina – eleva a pressão sanguínea por meio da vasoconstrição periférica. Esse sinalizador também nos mantém alertas e nos garante boa memória;
- A dopamina – essencial para a execução de movimentos suaves e controlados, também é responsável pelo sentimento de euforia, além de ser capaz de acalmar a dor e aumentar o prazer;
- A serotonina – suas funções incluem o estímulo aos batimentos cardíacos e um forte papel nas ações contra a depressão;
- A endorfina – atua como um calmante natural e de alívio da dor, muitas vezes associada à dopamina. Dependendo dos níveis de concentração informará a sensação de prazer. A endorfina é responsável pelos sentimentos de euforia e êxtase<sup>7</sup>.

### *Efeitos da COVID-19 sobre a Saúde Mental*

Apresentadas as interrelações já conhecidas entre os sistemas nervoso e endócrino, e nossas emoções, importa considerar alguns textos produzidos sobre os impactos causados pela pandemia de COVID-19 sobre nossa saúde mental.

Barros et al. (2020) analisaram as respostas de mais de 45 mil brasileiros em uma pesquisa sobre a “frequência de tristeza, nervosismo e alterações do sono durante a pandemia”. Relataram-se tristes ou deprimidos 40,4%; frequentemente ansiosos ou nervosos, 52,6% dos respondentes; 43,5% informaram o início de problemas de sono; e 48%, com problemas de sono preexistentes, disseram que seu problema havia se agravado. Também em publicação de 2020, Cullen et al. (2020) relataram que, em janeiro e fevereiro desse mesmo ano, 1210 chineses de 194 cidades responderam sobre sua saúde: 54% informaram impactos psicológicos; 29% reportaram sintomas de ansiedade; e 17% informaram sintomas de depressão. Os autores reiteraram a necessidade de atenção imediata aos doentes nos hospitais, mas destacaram os cuidados com a saúde física e mental dos profissionais de saúde, diretamente em contato com a doença e os enfermos.

O periódico inglês *The Lancet* publicou, em março de 2020, um trabalho realizado por Brooks et al. (2020) acerca dos impactos psicológicos da pandemia, particularmente, no que se refere à quarentena. Foram relatados efeitos psicológicos negativos que incluíram:

confusão, raiva e estresse pós-traumático. Os estressores informados foram: medo de infecção, frustração, tédio, informação inadequada, perda financeira e discriminação (estigma). Entre os trabalhos que visitei, alguns chamavam a atenção para efeitos psicológicos de longa duração. A Organização Pan-Americana da Saúde – OPAS – (2021) destacou um estudo realizado pela *The Lancet Regional Health – Americas* (2022)<sup>8</sup>, que buscou “compreender melhor o impacto da pandemia na saúde mental da população”. Segundo a pesquisa, a ansiedade entre os canadenses quadruplicou como “resultado da pandemia”; mais de quatro em dez brasileiros tiveram problemas de ansiedade e os casos de depressão aumentaram cinco vezes no Peru, por exemplo. Para Anselm Hennis, Diretor de Doenças não transmissíveis e Saúde Mental da OPAS, “além de controlar o medo de adoecer e o trauma de perder entes queridos com o novo coronavírus, o povo das Américas tem sofrido com o desemprego, a pobreza e a insegurança alimentar, e o impacto adverso sobre a saúde mental foi generalizado”. O documento da OPAS faz considerações, ainda, sobre os problemas psicológicos enfrentados pelos que se infectaram com o novo coronavírus e suas conseqüentes sequelas, além de chamar a atenção para o aumento de casos de violência doméstica e outras mazelas relacionadas ao longo período de pandemia.

### **Bem-estar, Felicidade, Saúde Mental e Natureza**

As páginas da rede mundial de computadores estão carregadas de informações mais ou menos leigas sobre os benefícios dos “hormônios da felicidade”. De outro lado, autores de textos acadêmicos, pesquisadores de diversas áreas, como Fisiologia, Educação Física e Psicologia, têm se debruçado em estudos e pesquisas para melhor conhecer os mecanismos de regulação e de atuação desses possíveis “marcadores”.

Hakoköngäs e Puhakka (2021) consideraram que, apesar de a literatura acerca dos benefícios que o contato com a natureza traz para o bem-estar e a saúde de adultos, crianças e adolescentes, ainda se conhece pouco sobre como as pessoas os percebem e como definem os efeitos da natureza em suas vidas no cotidiano. O trabalho foi realizado com adolescentes finlandeses, país detentor do título de “o mais feliz do mundo”, no período de 2018-2019, concedido pela *Sustainable Development Solutions Network*. A revisão bibliográfica realizada por esses autores é extensa e vale ser consultada pelos que se interessarem pelo assunto. Há excelentes indicações de leitura sobre as relações entre Natureza e Bem-estar; Natureza e Felicidade, temas que nos interessam no presente capítulo. Vale ressaltar uma das conclusões do artigo mencionado – Hakoköngäs e Puhakka (2021) – sobre a importância de não apenas construirmos parques urbanos – importantes, claro –, mas de “preservar ambientes naturais que gerem oportunidades para experienciar e explorar a natureza” (Rantala & Puhakka, 2019).

Chowdhury (2021), por sua vez, também destacou as relações entre bem-estar e práticas na natureza, citando trabalhos realizados em diferentes países, como China e Japão. Particularmente interessante foram os achados de Qing Li (2019): análises de sangue e urina dos envolvidos na pesquisa, após “banhos de floresta”<sup>9</sup> japoneses, evidenciaram significativo aumento do número das células denominadas *natural killers*<sup>10</sup> e de suas secreções, que conferem substantivo aumento da resposta imune. Penso ser fácil perceber

sua importância em tempos de COVID-19. Em uma pesquisa da qual participaram 48 jovens japoneses, Lee et al. (2014) concluíram que caminhar na floresta favorece o sistema nervoso parassimpático e suprime o sistema simpático promovendo o relaxamento cardiovascular, efeito esse que pode reduzir sintomas psicológicos negativos. Assim, a ciência tem evidenciado que estar na natureza impacta nossos cérebros e nosso comportamento, contribuindo para reduzir a ansiedade e o estresse, aumentando nossa capacidade criativa e nossa habilidade em nos conectarmos com outras pessoas (Suttie, 2016).

Resultados obtidos por Bratman et al. (2015) atestaram que uma caminhada de 90 minutos em um ambiente natural diminui tanto a “ruminação<sup>11</sup>” como a atividade neural pré-frontal no córtex cerebral. Essa mesma reação não ocorre quando a caminhada é realizada em um ambiente urbano. Pesquisas recentes como a conduzida por Methorst et al. (2021) mostraram a relação entre a biodiversidade e o bem-estar. Nesse estudo, o bem-estar foi medido a partir de respostas pessoais de 26 mil cidadãos europeus sobre sua satisfação com a vida e a relação com a abundância de espécies de diversos grupos taxonômicos (animais, aves e árvores, por exemplo). Os resultados evidenciaram que a riqueza em espécies de aves foi positivamente associada ao nível de satisfação pessoal.

Para finalizar esse breve levantamento sobre bem-estar e saúde, trago a recente pesquisa de Costa et al. (2020) no Cerrado brasileiro. Os autores afirmaram desconhecer estudos no Brasil que vinculem experiências na natureza com o bem-estar. O trabalho foi desenvolvido com 33 sujeitos após 30 minutos de caminhada no Parque Nacional de Brasília, cotejados com também 30 minutos de caminhada na área central de Brasília/DF. Os resultados, autorrelatados, registraram “melhorias nos relatos emocionais após o contato com a natureza, enquanto a exposição urbana causou diminuições [sic] na felicidade”. Chamam atenção para a “relevância dos cenários naturais para o bem-estar cognitivo e emocional”<sup>12</sup>.

Uma vez contextualizada a relação entre felicidade, bem-estar, lazer, saúde mental e atividades na natureza, resta fazer o penúltimo elo do raciocínio construído até aqui: que analogias poderíamos fazer entre esses conceitos e práticas, com o turismo, particularmente, com o Turismo de Natureza?

### **Turismo de Natureza, Pandemia de COVID-19 e Bem-estar/Felicidade**

Foge ao objetivo da presente reflexão, a discussão conceitual de turismo e de suas diferentes práticas. Assim, adotarei o entendimento proposto na revisão bibliográfica efetuada por Martins e Silva (2018) para o Turismo de Natureza como “todo o turismo realizado em ambientes que têm na paisagem seu principal atrativo”.

Meyer et al. (2003) demonstraram o crescimento do “mercado das viagens de aventura”, apontando que entre anos 1992 e 1997, 98 milhões de adultos saíram nesse tipo de férias, em que foram incluídas atividades de *camping*, ciclismo, observação de aves, cavalgada, mergulho e escalada, entre outras. As autoras encontraram números expressivos: 46% da população praticaram aventuras *soft*, 16% escolheram aventuras *hard*<sup>13</sup> e 13% optaram

por ambas.

A busca por “Turismo de Natureza” na rede mundial de computadores, em tempos de pandemia de COVID-19, resultou em artigos acadêmicos particularmente voltados à recuperação do setor turístico em um ambiente futuro, pós-pandêmico. São muitos os trabalhos que relacionam a “retomada” do turismo no mundo, por meio do ecoturismo, turismo de natureza, ou outras denominações, todas voltadas para o “verde”, para os espaços naturais. Esse seria, então, um dos principais motores da recuperação do turismo (Brasil, 2021).

A exploração bibliográfica demonstrou, também, que, com a pandemia, a busca por atividades de lazer, esporte e turismo em lugares abertos, a exemplo dos parques, foi intensificada, ao passo que as medidas de relaxamento do distanciamento social e a vacinação eram estabelecidas (Souza et al., 2021). Espaços verdes têm sido ressignificados, na medida em que são vistos como locais de possibilidade de menor contágio pelo SARS-CoV-2, uma vez que são abertos e ventilados. “A vontade de estar próximo a áreas verdes refletiu, inclusive, no mercado imobiliário, e a busca por imóveis com mais área útil e espaços verdes cresceu” (Summit Mobilidade Urbana, 2021). Interessante notar que essa mesma matéria chamou atenção para a desigualdade socioespacial, e consequente baixa acessibilidade aos parques e outras áreas verdes pela população mais pobre. Estatísticas do Reino Unido também apontaram para o aumento da procura por exercícios e espaços verdes (ONS, 2021). De igual modo, os impactos da COVID-19 sobre o setor de turismo foram abordados no relatório da *Adventure Travel Trade Association – ATTA – (2020a) – To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*<sup>14</sup>.

Ao longo dos dois últimos anos de pandemia, e principalmente em 2021, foi possível acompanhar pela mídia, em suas diversas modalidades, matérias sobre viagens para locais longe dos centros urbanos, em que os visitantes poderiam estar mais isolados, como determinado pelas normas sanitárias de segurança. Alguns *sites* pesquisados trouxeram matérias sobre o aumento dessa procura, como “Ecoturismo é opção na pandemia” (Diário do Comércio, 2021); “Turismo em meio à natureza é opção durante a pandemia” (CNU, 2021); “Turismo de aventura registra crescimento durante a pandemia” (Espaço Ecológico, 2021) ou na visão de futuro, como um segmento que poderá contribuir para a retomada das viagens, como “Ecoturismo no Brasil: a tendência que veio para ficar no pós-pandemia” (CNN Brasil, 2021); “*Tourism during a pandemic: looking to the future*” (GIZ, 2021).

Por fim, pensando no Turismo de Natureza e no que foi apresentado e discutido até aqui, considero importante mencionar a Ecopsicologia, termo criado por Theodore Roszak no livro *The voice of the Earth*. Para o historiador, as relações homem-natureza são indissociáveis e por isso, propõe que se olhe para a vida de maneira ecocêntrica, sistêmica, integradora – “a saúde mental humana é fundamental para a saúde do planeta”.

Comentei anteriormente sobre o “banho de floresta” (*shinrin-yoku*) praticado pelos japoneses. Notícia recente, de 2021, informa que a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e o Instituto Brasileiro de Ecopsicologia, de Brasília firmaram acordo de parceria para

o desenvolvimento de pesquisas sobre essa prática. De acordo com a nota divulgada, a Fiocruz considera que essa iniciativa “é muito importante para o período pós-pandemia” da COVID-19, uma vez que a população tem sido fortemente pressionada pelo distanciamento social e que a “demanda por espaços abertos e áreas naturais” será grande. A Fiocruz considera, ainda, serem fundamentais as relações de saúde e meio ambiente, entendendo que as alterações ambientais afetam não somente a biodiversidade, mas também, a saúde das pessoas.

Esperança!...

### **Conclusão**

O objetivo deste capítulo foi a reflexão sobre a felicidade, o lazer e o bem-estar; a saúde mental e o turismo de natureza, sob os impactos da pandemia de COVID-19. Iniciei com os conceitos trazidos pela Psicologia Positiva, que busca ressaltar os aspectos saudáveis mais do que a doença, passei pela discussão sobre bem-estar, felicidade, lazer e suas relações na convivência com a natureza. Apontei que a literatura é farta na demonstração de que somos mais saudáveis e nos sentimos mais felizes quando nos contactamos com o ambiente natural. Estudos confirmaram, ainda, que a pandemia causada pelo SARS-CoV-2 e o conseqüente distanciamento – e por vezes, o isolamento – social, custou-nos caro em termos de saúde mental. Ficamos deprimidos, a higiene do nosso sono já não é mais a mesma, a irritação e a frustração ganharam espaço em nossas vidas e no nosso cotidiano. Ficamos longe das pessoas e de Gaia, a Terra, e, por conseqüência, da natureza. Adoecemos.

Com certeza, a pandemia de COVID-19 trouxe um avanço excepcional nas pesquisas das Ciências Biológicas e da Saúde, no entendimento dos vírus e outros agentes patológicos, no desenvolvimento de vacinas e medicamentos, preparando-nos um pouco mais para o futuro. Mostrou-nos o quanto somos frágeis diante do desconhecido, seja ele um micro-organismo ou os nossos sentimentos e emoções. Vimos o quanto as ações destrutivas que cometemos sobre o planeta e na sociedade podem ter um preço muito alto, em vidas e em felicidade.

As pesquisas nos alertam sobre o nosso distanciamento de Gaia e suas conseqüências na nossa saúde e há dados já suficientemente robustos que nos mostram o quanto a proximidade com a natureza nos faz bem.

Gaia nos chama. Urgente!

### **Agradecimento**

À Professora Helena Luna Ferreira pela leitura criteriosa e pelas sugestões que fez enquanto o capítulo era, ainda, apenas uma ideia e uma proposta inicial de reflexão.

## Referências

- Abraham et al. (2021). COVID-19 pandemic impacts on conservation research, management, and public engagement in US national parks. *Biological Conservation*, 257, 109038. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2021.109038>
- Adventure Travel Association [ATTA] (2020a). *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. Recuperado em 21 novembro 2021 de <https://wttc.org/Initiatives/To-Recovery-Beyond>
- Adventure Travel Association [ATTA] (2020b). *New Opportunities Post Pandemic for Adventure-Nature Tourism*. Recuperado em 21 novembro 2021 de <https://www.adventuretravel.biz/education/webinars/new-opportunities-post-pandemic-for-adventure-nature-tourism>
- Albornoz, S.G. (2008). Sobre O direito à preguiça de Paul Lafargue. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 11(1), 1-17.
- Albornoz, S.G. (2009). Jogo e trabalho: do homo ludens, de Johann Huizinga, ao ócio criativo, de Domenico De Masi. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 12(1), 75-92. <https://doi.org/10.11606/issn.1981-0490.v12i1p75-92>
- Albornoz, S.G. (2010). Tempo livre e humanização: dúvidas e esperanças ante as novas possibilidades de lazer. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 13(1), 89-101.
- Aquino, C.A.B., & Martins, J.C.O. (2007). Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. *Revista Mal-estar e Subjetividade*. VII(2), 479-500.
- Atwoli, L., Baqui, A.H, Benfield, T., Bosurgi, R., Godlee, F., Hancocks, S., Horton, R., Laybourn-Langton, L., Monteiro, C.A., Norman, I., Patrick, K., Praities, N., Rikkert, M., Olde, G.M., Rubin, E.J., Sahni, P., Smith, R., Talley, N.J., Turale, S., & Vazquez, D. (2021). Call for emergency action to limit global temperature increases, restore biodiversity, and protect health. *British Medical Journal*, 374(1734).<http://dx.doi.org/10.1136/bmj.n1734>
- Barbosa, A.L.N.H. (2018). Tendências na alocação do tempo no Brasil: trabalho e lazer. *R. bras. Est. Pop*, 35(1), e0063. <http://dx.doi.org/10.20947/S102-3098a0063>
- Barros, M.B.A. [...], & Gracie, R. (2020). Relato de tristeza/depressão, nervosismo/ansiedade e problemas de sono na população adulta brasileira durante a pandemia de COVID-19. *Epidemiol Serv. Saúde*, Brasília, 29(4), e2020427. <https://doi.org/10.1590/S1679-49742020000400018>
- Brasil. (2021). *Guia de Retomada Econômica do Turismo*. Resumo Executivo. MEC/MTur. KPMG Consultoria Ltda. Brasília-DF. Julho de 2021. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo/GuiaRetomadaEconmicadoTurismo.pdf>
- Bratman, G.N., Hamilton, J.P., Hahn, K.S., Daily, G.C., & Gross, J.J. (2015). Nature experience reduces rumination and subgenual prefrontal cortex activation. *Proceedings*

of National Academy of Sciences of The United States of America (PNAS), July 14,, 112(28), 8567-8572. <https://doi.org/10.1073/pnas.1510459112>.

Brooks, S.K, Webster, R.K., Smith, L.E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G.J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*, 10227, 395, 912–20. Recuperado em 10 jan 2022 de [https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii = S0140-6736%2820%2930460-8](https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2930460-8).

Brundtland, G.H. (2002). *Relatório mundial da saúde mental: nova concepção, nova esperança*. Recuperado em 10 jan 2022 de [https://www.who.int/whr/2001/en/whr01\\_djmessage\\_po.pdf](https://www.who.int/whr/2001/en/whr01_djmessage_po.pdf)

Center of Bhutan Studies [CBS]. (s.d.). *Gross National Happiness Index Explained in Detail*. Recuperado em 10 jan 2022 de [http://www.grossnationalhappiness.com/docs/GNH/PDFs/Sabina\\_Alkire\\_method.pdf](http://www.grossnationalhappiness.com/docs/GNH/PDFs/Sabina_Alkire_method.pdf)

Center of Bhutan Studies [CBS]. (2012). *A Short Guide to Gross National Happiness Index*. Recuperado em 10 jan 2022 de <http://www.grossnationalhappiness.com/wp-content/uploads/2012/04/Short-GNH-Index-edited.pdf>

Central de Notícias Uninter [CNU]. (2021). Turismo em meio à natureza é opção durante a pandemia. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.uninter.com/noticias/turismo-em-meio-a-natureza-e-opcao-durante-a-pandemia>

Chowdhury, M.R. (2021). The Positive Effects Of Nature On Your Mental Well-Being. *Positivepsychology.com*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://positivepsychology.com/positive-effects-of-nature/>

CNN Brasil. (2021). *Ecoturismo no Brasil: a tendência que veio para ficar no pós-pandemia*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://viagemegastronomia.cnnbrasil.com.br/noticias/ecoturismo-no-brasil-a-tendencia-que-veio-para-ficar-no-pos-pandemia/>.

Costa, A.B.S., Carvalho, M., Matos, V.O., & Brandão, R.A. (2020). Cognitive and emotional responses to urban and nature exposures in the Brazilian Cerrado. *Heringeriana*, 14(1), 21-32.

Csikszentmihalyi, M. (1992). *A psicologia da felicidade*. Editora Saraiva: São Paulo.

Csikszentmihalyi, M. (1999). *A descoberta do Fluxo – a Psicologia do Envolvimento com a vida cotidiana*. Ed. Rocco: Rio de Janeiro.

Cullen, W., Gulati, G., & Kelly, B.D. (2020). Mental health in the COVID-19 pandemic. *QJM: An International Journal of Medicine*, 113(5), 311-312. <https://doi.org/10.1093/qjmed/hcaa110>

De Masi, D. (2001). *O ócio criativo*. Editora Sextante: Rio de Janeiro.

Diário do Comércio. (2021). Ecoturismo é opção na pandemia. Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://diariodocomercio.com.br/turismo/ecoturismo-e-opcao-na>

pandemia/#:~:text=Se%20durante%20esse%20per%C3%ADodo%20de,de%20fato%20uma%20boa%20op%C3%A7%C3%A3o

Dik, B.J., & Hansen, J.I.C. (2008). Following Passionate Interests to Well-Being.

*Journal of Career Assessment*. <https://doi.org/10.1177/1069072707305773>

Dumazedier, J. (1974). *Sociologia empírica do lazer*. Editora Perspectiva, SESC: São Paulo.

Espaço Ecológico (2021). Turismo de aventura registra crescimento durante a pandemia. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://espacoecologico.com.br/turismo-de-aventura-registra-crescimento-durante-a-pandemia/>

Faro, A., Bahiano, M.A., Nakano, T.C., Reis, C., Silva, B.F.P, & Vitti, L.S. (2020). COVID-19 e saúde mental: a emergência do cuidado. *Estudos de Psicologia* (Campinas), 37, e200074. <https://doi.org/10.1590/1982-0275202037e200074>

Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit [GIZ] (2021). *Tourism during a pandemic: looking to the future*. Recuperado em 20 janeiro 2022 de <https://www.giz.de/en/mediacenter/98567.html>

Gomes, C.L. (2014). Lazer: necessidade humana e dimensão da cultura. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*. Belo Horizonte, 1(1), 3-20, jan./abr.

Hakoköngäs, E., & Puhakka, R. (2021). Happiness from Nature? Adolescents' Conceptions of the Relation between Happiness and Nature in Finland. *Leisure Sciences*. <https://doi.org/10.1080/01490400.2021.1877584>

Intergovernmental Panel on Climate Change [IPCC]. (2021). *Climate Change 2021: The Physical Science Basis*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-working-group-i/>

Layard, P.R.G. (2005). *Happiness: lessons from a new science*. Penguin Press: New York.

Lee, J., Tsunetsugu, Y., Takayama, N., Park, B-J., Li, S.Q.C., Komatsu, M., Ikei, H., Tyrväinen, L., Kagawa, T., & Miyaz, Y. (2014). Influence of Forest Therapy on Cardiovascular Relaxation in Young Adults. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.hindawi.com/journals/ecam/2014/834360/>

Methorst, J., Rehdanz, K., Mueller, T., Hansjürgens, B., Bonn, A., & Böhning-Gaese, K. (2021). The importance of species diversity for human well-being in Europe. *Ecological Economics*, 181, 106917. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106917>

Meyer, L.A., Thapa, B., & Pennington-Gray, L. (2003). An exploration of motivations among scuba divers in north central Florida. In: Schuster, Rudy, comp., ed. *Proceedings of the 2002 Northeastern Recreation Research Symposium*. Gen. Tech. Rep. NE-302. Newtown Square, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station. 292-295.

Monteagudo, M.J. (2008). Consecuciones satisfactorias de la experiencia psicológica del ocio. *Revista Mal-estar e Subjetividade*, VIII(2), 307-325.

Mucke, A.C., Dessuy, A.F., Kojoroski, A.P., Steffani, J.A., Cetolin, S.F., Beltrame, V., & Marmitt, L.P. (2020). Saúde mental em tempos de pandemia de Covid-19 e os profissionais de saúde. *Comunicação em Ciências da Saúde – CCS*, 31(3). <https://doi.org/10.51723/ccs.v31i03.786>

National Park Service [NPS] (2022). *National Park Service*. Recuperado em 03 fevereiro 2022 de <https://www.nps.gov/>

Nunes, M.F.O., & Hutz, C.S. (2014). Análise da produção de artigos científicos sobre o lazer: uma revisão. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 30(3), 307-315. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722014000300008>.

Office for National Statistics [NOS]. (2021). How has lockdown changed our relationship with nature? Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.ons.gov.uk/economy/environmentalaccounts/articles/howhaslockdownchangedourrelationshipwithnature/2021-04-26>

Organização Mundial da Saúde [OMS] (2002). *Relatório Mundial da Saúde – Saúde mental: nova concepção, nova esperança*. Recuperado em 10 jan 2022 de [https://www.who.int/whr/2001/en/whr01\\_po.pdf](https://www.who.int/whr/2001/en/whr01_po.pdf)

Organização Mundial da Saúde [OMS] (2020). *Mental Health Atlas*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.revistas.usp.br/rlae/article/view/4178/5176>

Organização Pan-Americana da Saúde [OPAS] (2020). *Histórico da pandemia de COVID-19*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>

Organização Pan-Americana da Saúde [OPAS] (2021). *OPAS destaca crise de saúde mental pouco reconhecida causada pela COVID-19 nas Américas*. Recuperado em 10 jan 2022 de <https://www.paho.org/pt/noticias/24-11-2021-opas-destaca-crise-saude-mental-pouco-reconhecida-causada-pela-covid-19-nas>

Pacico, J.C., & Bastianello, M.R. (s.d.). *As origens da psicologia positiva e os primeiros estudos brasileiros*. Recuperado em 10 jan 2022 de [https://www.larpsi.com.br/media/mconnect\\_uploadfiles/c/a/cap\\_01\\_1\\_.pdf](https://www.larpsi.com.br/media/mconnect_uploadfiles/c/a/cap_01_1_.pdf)

Paludo, S.S., & Koller, S.H. (2007). Psicologia Positiva: uma nova abordagem para antigas questões. *Paidéia* 17(36), 9-20.

Peixoto, E. (2007). Levantamento do estado da arte nos estudos do lazer: (Brasil) séculos XX e XXI - alguns apontamentos. <https://www.researchgate.net/journal/Educacao-Sociedade-0101-7330>

Pressman, S.D., Matthews, K.A., Cohen, S., Martire, L.M., Scheier, M., Baum, A., & Schulz, R. (2019). Association of enjoyable leisure activities with psychological and phy-

sical well-being. *Psychosom Med.*, 71(7), 725-732. <https://dx.doi.org/10.1097%2FPSY.0b013e3181ad7978>

Puig, J. M. & Trilla, J. (2004). *A pedagogia do ócio*. (2a ed.). Porto Alegre: Artmed.

Reppold, C.T., D'Azevedo, L.S., Tocchetto, B.S., Diaz, G.B., Kato, S.K., & Hutz, C.S. (2019). Avanços da Psicologia Positiva no Brasil. *Revista Psicologia para America Latina*, 32, 133-141.

Rhoden, I. (2009). O ócio como experiência subjetiva: contribuições da psicologia do ócio. *Revista Mal-estar e Subjetividade*, IX(4), 1233-1250.

Richards, J., Jiang, X., Kelly, P., Chau, J., Bauman, A., & Ding, D. (2015). Don't worry, be happy: cross-sectional associations between physical activity and happiness in 15 European countries. *BMC Public Health*. DOI: 10.1186/s12889-015-1391-4.

Scorsolini-Comin, F., & Santos, M.A. (2010a). Psicologia positiva e os instrumentos de avaliação no contexto brasileiro. *Psicol. Reflex. Crit.*, 23(3). <https://doi.org/10.1590/S0102-79722010000300004>

Scorsolini-Comin, F., & Santos, M.A. (2010b). O estudo científico da felicidade e a promoção da saúde: revisão integrativa da literatura. *Revista Latino-Am. Enfermagem*, 18(3).

Seligman, M.E.P. (2011). *Florescer – Uma nova compreensão sobre a natureza da felicidade e do bem-estar*. Editora Objetiva: Rio de Janeiro.

Souza, C.N., Rodrigues, A.C., Correia, R.A., Normande, I.C., Costa, H.C.M., Guedes-Santos, J., Malhado, A.C.M., Carvalho, A.R., & Ladle, R.J. (2021). No visit, no interest: How COVID-19 has affected public interest in world's national parks. *Biological Conservation*, 256, 109015, 1-7.

Stebbins, R.A. (2014). Lazer e felicidade. *Com Ciência n.161*. Tradução de Marina Gomes. Dossiê Ciência da Felicidade. Recuperado em 20 jan 2022 de <http://comciencia.scielo.br/pdf/cci/n161/11.pdf>

Stocchero, M.A. (2012). *Experiências de fluxo na educação musical: um estudo sobre motivação*. Dissertação (Mestrado em Música). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná.

Summit Mobilidade Urbana (2021). *Espaços verdes foram ressignificados durante a pandemia*. Recuperado em 11 janeiro 2022 de <https://summitmobilidade.estadao.com.br/urbanismo/espacos-verdes-foram-ressignificados-durante-a-pandemia/>

Suttie, J. (2016). How Nature Can Make You Kinder, Happier, and More Creative. Greater Good Magazine. Recuperado em 11 janeiro 2022 de [https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how\\_nature\\_makes\\_you\\_kinder\\_happier\\_more\\_creative](https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_nature_makes_you_kinder_happier_more_creative)

Tausch, A., Souza, R.O., Vicianá, C.M., Cayetano, C., Barbosa, J., & Hennis, A.J.M. (2022). Strengthening mental health responses to COVID-19 in the Americas: A health policy

analysis and recommendations. *The Lancet Regional Health - Americas*, January, 912-920. <https://doi.org/10.1016/j.lana.2021.100118>

The Centre for Bhutan Studies (2012). *A Short Guide to Gross National Happiness Index*. Recuperado em 11 janeiro 2022 de <http://www.grossnationalhappiness.com/wp-content/uploads/2012/04/Short-GNH-Index-edited.pdf>

Universidade Federal de Minas Gerais [UFMG] (2019). *O que é saúde mental?* Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.ufmg.br/saudemental/saude-mental/o-que-e-saude-mental/>

University of Derby (2022). *How the Pandemic has Changed our Relationship with Nature*. Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.derby.ac.uk/magazine/issue-13/how-the-pandemic-changed-our-relationship-with-nature/>

Visit Scotland (2022). *Growing Adventure Travel During the Pandemic*. Recuperado em 10 janeiro 2022 de <https://www.visitscotland.org/news/2020/adventure-tourism-week-goes-virtual>

Witt, P.A., & Bishop, D.W. (2009). Situational antecedents to leisure behavior. *Journal of Leisure Research*, 41(3), 337-350. <http://dx.doi.org/10.1080/00222216.2009.11950177>

Wouder, M.A.A. (2021). *O potencial do turismo de natureza como pioneiro na retomada do turismo pós-pandemia*. Monografia (Curso de Turismo), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN.

Zanon, C., Bastianello, M.R., Pacico, J.C., & Hutz, C.S. (2013). Desenvolvimento e validação de uma escala de afetos positivos e negativos. *Psico-USF*, 18(2), 193-202. <https://doi.org/10.1590/S1413-82712013000200003>

---

## Autora

**Iara Brasileiro:** Bacharel em Ciências Biológicas (UnB). Doutora em Ciências (USP). Pesquisadora do Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). [ibrasileiro@unb.br](mailto:ibrasileiro@unb.br)

## Notas

<sup>1</sup> *Severe Acute Respiratory Syndrome* – SARS; Coronavirus – CoV.

<sup>2</sup> Considerem-se o Relatório do Painel Intergovernamental Sobre Mudanças Climáticas (IPCC, 2021). Recuperado em 5 janeiro 2022 de [https://antigo.mctic.gov.br/mctic/opencms/ciencia/SEPED/clima/ciencia\\_do\\_clima/painel\\_intergovernamental\\_sobre\\_](https://antigo.mctic.gov.br/mctic/opencms/ciencia/SEPED/clima/ciencia_do_clima/painel_intergovernamental_sobre_)

[mudanca\\_do\\_clima.html](#); e o documento da ONU, Perspectiva Global Reportagens Humanas. Recuperado em 11 janeiro 2022 de <https://news.un.org/pt/tags/ipcc>.

<sup>3</sup> Recuperado em 11 janeiro 2022 de <https://portal.fiocruz.br/impactos-sociais-economicos-culturais-e-politicos-da-pandemia>.

<sup>4</sup> Palavra derivada do grego *autotelēs*. Uma junção de *autos*, referência a si, indivíduo; e *telos*, fim, meta ou finalidade. Algo que se basta e se completa em si mesmo.

<sup>5</sup> Gross National Happiness Center (GNH). Recuperado em 05 janeiro 2022 de <https://www.gnhcentrebhutan.org/>.

<sup>6</sup> Para conhecer mais sobre estudos empíricos em Psicologia Positiva, pode-se visitar o sítio eletrônico: <http://psicologiapositiva.org.br/artigos>.

<sup>7</sup> Essas informações básicas podem ser encontradas em livros de Fisiologia Geral como o de Hershel Raff e Michael Levitzky – *Medical physiology: systems approach* (2012).

<sup>8</sup> Ver, também, Tausch et al. (2022). *Strengthening mental health responses to COVID-19 in the Americas: A health policy analysis and recommendations*. The Lancet Regional Health – Americas, 5. <https://doi.org/10.1016/j.lana.2021.100118>

<sup>9</sup> No Japão, o *shinrin-yoku* é uma visita curta, de lazer, a uma floresta.

<sup>10</sup> Células exterminadoras naturais – grupo de linfócitos capazes de destruir células tumorais ou infectadas por vírus.

<sup>11</sup> Foco de atenção prolongado sobre causas e consequências das emoções, na maior parte das vezes, negativas.

<sup>12</sup> Para conhecer mais sobre esses temas, cito alguns dos inúmeros periódicos que visitei para essas reflexões e que podem interessar a alguns leitores, para início de sua própria leitura: *Environment and Behavior*; *Health Place*; publicações da *National Library of Medicine* (NIH); *PositivePsychology.com*; *American Psychological Association*.; *Hindawi Journals*; *Elsevier Journals and Books*; *The Lancet*, *Economic Behavior*, entre outros.

<sup>13</sup> Atividades *hard*: aquelas que envolvem riscos, perigo e incertezas, percebidos ou não.

<sup>14</sup> Outras sugestões de leituras: Abraham et al. (2021); ATTA (2020b); NPS (2022); University of Derby (2022); Visit Scotland (2022).

# Sobre as Autoras e os Autores

## **Alberto dos Santos Cabral**

Pós-doutorando em Antropologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Doutor em Desenvolvimento Sustentável pela UnB, com Sanduíche Doutoral em Mercadologia na Maastricht University (Holanda), MBA em Planejamento, Gestão e Marketing do Turismo (Universidade Católica de Brasília), Especialista em Gestão Estratégica de Negócios (Universidade Federal de Campina Grande) e Bacharel em Ciências Sociais (UFPB). É servidor de carreira da UFPB, tendo já lecionado disciplinas nesta Universidade. Interesses de pesquisa: desenvolvimento sustentável, economia criativa, economia circular, etnodesenvolvimento, políticas públicas, gestão de projetos, construção de cenários prospectivos e certificações socioambientais. E-mail: [gracianocabral@yahoo.com.br](mailto:gracianocabral@yahoo.com.br)  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/6396683544662208>

## **Alexander Turra**

Doutor e mestre em Ecologia, graduado em Ciências Biológicas pela UNICAMP. Professor titular do Instituto Oceanográfico da Universidade de São Paulo (IO/USP). Membro do Grupo de Especialistas sobre Aspectos Científicos da Proteção do Ambiente Marinho (GESAMP) e do Processo Regular de Avaliação do Meio Ambiente Marinho, junto às Nações Unidas (2014-). Atuou no grupo de assessoramento para estudos sobre lixo nos mares e microplásticos do PNUMA (2015-2018). Coordenador do Programa de Políticas Públicas do IOUSP (2009), membro da Rede Clima (MCTIC, 2010-), representante no Grupo de Integração do Gerenciamento Costeiro na Comissão Interministerial para os Recursos do Mar (2012). Responsável pela Cátedra UNESCO para a Sustentabilidade dos Oceanos no Instituto de Estudos Avançados da USP. E-mail: [turra@usp.br](mailto:turra@usp.br)  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/9028595280598723>

## **Ana Clévia Guerreiro**

Graduada em pedagogia e mestre em gestão de negócios turísticos pela Universidade Estadual do Ceará - UECE, com *formazione per formatori* pelo IPSSAR “G. Maffioli” di Castelfranco Veneto/Itália e MBA em marketing pela FGV. Atuou como coordenadora de turismo no Sebrae/CE e na Coordenação-Geral de Regionalização do Ministério do Turismo (2007-2011). Foi gerente adjunta da Unidade de Serviços (2012-2017) e gerente da Unidade de Comércio e Serviços do Sebrae Nacional (2017-2018). Foi assessora da Diretoria Técnica do Sebrae Nacional. Suas áreas de conhecimento são desenvolvimento territorial, políticas públicas, empreendedorismo, estruturação de produtos turísticos

sustentáveis e de experiência, destinos inteligentes e inserção de novos produtos no mercado turístico. Uma das criadoras das Mulheres do Turismo em Rede (MTR). E-mail: cleviaguerreiro@hotmail.com

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/9081112314317175>

### **Anastasiya Golets**

Doutoranda do Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS) da Universidade de Brasília (UnB). Pesquisa sustentabilidade do turismo em cidades litorâneas brasileiras. Mestra em Turismo pelo Centro de Excelência em Turismo (CET) da Universidade de Brasília (UnB), onde desenvolveu a pesquisa sobre influência de telenovelas brasileiras na percepção do Brasil como destino turístico no exterior. Licenciada em Gestão de Turismo Internacional pela Universidade Estatal de Belarus (BSU). É membra da BRANYTUR (Brazilian Network for Young Tourism Researchers). Interesses de pesquisa: turismo e sustentabilidade, cidade sustentável, turismo cinematográfico, turismo e riscos. E-mail: anastasiya.golets@gmail.com

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/6917232070630105>

### **Camila Gonçalves de Oliveira Rodrigues**

Professora Associada do Departamento de Administração e Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Doutora em Políticas e Gestão Ambiental (CDS/UnB), Mestra em Sociologia Rural (CPDA/UFRRJ) e Bacharela em Turismo (PUCCAMP). Coordena o grupo de pesquisa Observatório de Parcerias em Áreas Protegidas (OPAP) e integra o LETS/UnB. Participou da elaboração e implementação de políticas públicas relacionadas às áreas protegidas e ao turismo durante atuação no Ministério do Meio Ambiente. Sua trajetória profissional e acadêmica tem ênfase nas seguintes áreas: políticas públicas na área ambiental e de turismo; desenvolvimento e sustentabilidade; planejamento e gestão da visitação em áreas protegidas. E-mail: camila.rodrigues.ufrj@gmail.com

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/0553713185190974>

### **Daniela Fantoni Alvares**

Professora Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG), da Universidade dos Açores (UAc) – Portugal, onde é Coordenadora da Graduação em Turismo. É Doutora em Planejamento pela Universidade do Minho e realizou pesquisa de pós-doutorado em turismo na Universidade de Aveiro (UA), onde integrou a equipe de pesquisadores do “Programa Center: Redes e Comunidades para a Inovação Territorial”. É membro efetiva do Centro de Estudos de Economia Aplicada do Atlântico (CEEApIA) e membro externa da Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP). Interesses de pesquisa: inovação em turismo, políticas públicas, turismo cultural, desenvolvimento sustentável do turismo. E-mail: daniela.f.alvares@uac.pt

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/8379936769561038>

**Daniela Maria Rocco Carneiro**

Doutora em Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Brasília (UnB), com doutorado sanduíche em Competitividade e Inovação pela Universidade de Deusto/Orkestra-Instituto Basco de Competitividade (San Sebastián, Espanha), Mestra em Desenvolvimento Sustentável pela UnB, Mestra em Turismo e Meio ambiente pelo Centro Universitário UNA e Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. É professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Coordenadora Geral do Núcleo de Inovação Tecnológica e Transferência de Tecnologia (NIT/UEMG), professora das Faculdades Kennedy e Pesquisadora. Interesses de pesquisa: inovação, sustentabilidade, economia criativa e negócios de impacto socioambiental. E-mail: daniela.rocco@uemg.br

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/2287042507047141>

**David Leonardo Bouças da Silva**

Doutor em Administração (PPGA/UnB) com bolsa-sanduíche na Universitat Jaume I (Espanha). Mestre em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). MBA em Gestão Empresarial (FGV/ISAN). Graduação em Turismo (UFMA) e em Letras (UEMA). Professor adjunto IV do DETUH/UFMA e avaliador de importantes revistas científicas da Administração e Turismo no Brasil e exterior. Atuou como consultor/pesquisador em relevantes projetos nas áreas do turismo, sustentabilidade e estratégia/planejamento empresarial. Pesquisador associado à ANPTUR, atualmente integra o LETS/UnB, o grupo de pesquisa Turismo, Educação, Emprego e Mercado (TEEM) da UFPR, e coordena o grupo de pesquisa Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo (GEDOT/UFMA). E-mail: david.boucas@ufma.br

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/4840665574013160>

**David Ross**

Professor Auxiliar na Faculdade de Economia e Gestão (FEG), da Universidade dos Açores (UAC) – Portugal. Doutor em Gestão pela University of Hull (Reino Unido) e licenciado em Antropologia Cultural pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal). Tem desenvolvido investigação nas áreas de estudos do património, turismo cultural e criativo, assim como inovação em turismo. E-mail: david.oc.ross@uac.pt

Currículo completo: <https://www.cienciavita.pt/portal/A112-5FAE-547F>

**Elimar Pinheiro do Nascimento**

Sociólogo, doutor pela Université de Paris V (Rene Descartes, 1982) e Pós-Doutorado na École des Hautes Études em Sciences Sociales (EHESS, 1992). Professor permanente dos Programas de Pós-Graduação do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB) e do Centro de Ciências Ambientais e Sustentabilidade da Amazônia da Universidade Federal do Amazonas (PPGCASA/UFAM). Idealizador e cofundador do LETS/UnB. Trabalhou, ensinou e pesquisou na França, Moçambique, Equador, Uruguai. Pesquisa e publica sobre conflitos socioambientais, política pública e meio ambiente,

interdisciplinaridade, sustentabilidade e turismo. E-mail: elimarcds@gmail.com  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/5290901839648752>

### **Elizabeth Dalana Pazello**

Mestranda em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB) e bacharela em Turismo pelo Centro de Excelência em Turismo da UnB. Pesquisadora do LETS/UnB. E-mail: dalana.pazello@gmail.com  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/6154053672586800>

### **Etacyjara Ferreira de Araújo**

Graduanda em turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Foi bolsista de iniciação científica pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), desenvolvendo atividades de pesquisa sob o plano de trabalho Projeto de Concessão do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses à Luz dos Stakeholders. É membro do grupo de pesquisa Gestão Estratégica de Destinos Turísticos (GEDOT/UFMA). Possui interesse de pesquisa em Turismo cultural, Turismo em ambientes naturais, Sustentabilidade e Governança. E-mail: thacyjara@gmail.com  
Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3506845969011533>

### **Fernanda Hümmel**

Graduada em Comunicação Social - Publicidade e mestra em turismo sustentável pela Universidade de Brasília - UnB e pela Universidad Antonio de Nebrija – Espanha. Atuou em Marketing em empresas nacionais e multinacionais e agências de publicidade. Foi Diretora do escritório de turismo do Brasil na Espanha e Coordenadora de Mercados Europeus (2006 – 2012). Foi assessora para grandes eventos no Ministério da Cultura, trabalhando para a Copa do Mundo FIFA 2014 e Jogos Olímpicos Rio 2016. Atuou como professora voluntária do curso de graduação em turismo do CET/UnB de 2013-2015. É consultora de desenvolvimento sustentável com foco em cidades e destinos inteligentes, novas economias (economia circular e economia criativa), empreendedorismo social e marketing turístico. E-mail: fehummel@gmail.com  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/1777013273824237>

### **Graziele Júnia Pereira Vilela**

Mestra em turismo pela Universidade de Brasília (UnB), graduada em turismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), com especialização em Gestão de Projetos e Gestão de Sustentabilidade e Responsabilidade Social pelo Centro Universitário UNA. Atualmente é analista de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Nacional, consultora sênior de turismo e pesquisadora do LETS/CDS/UnB. Tem como focos de pesquisa as políticas públicas de turismo e os pequenos negócios. E-mail: graziele\_junia@yahoo.com.br  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/9369449921675516>

**Helena Araújo Costa**

Doutora em Desenvolvimento Sustentável, Mestre em Turismo e Administradora. Professora Associada II do Departamento de Administração da Universidade de Brasília (UnB). Cofundadora e líder do LETS/UnB. Foi Assessora Especial do Ministro do Turismo do Brasil (2014-2015). Atuou como pesquisadora convidada no Reino Unido e em Portugal, e como editora associada da *Estudios y Perspectivas em Turismo* (A2, Argentina). Pesquisa sobre turismo, gestão e sustentabilidade. Está entre os pesquisadores de turismo mais influentes da América Latina, segundo Moreno-Gil et al. (2020). Coordenou o estudo “Plásticos de uso único no turismo costeiro no Brasil” junto ao PNUMA. É pesquisadora da Rede Turismo em Tempos de Pandemia (LERGEO/USP). E-mail: helenacosta@unb.br  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/4746934995834841>

**Iara Lucia Gomes Brasileiro**

Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade de Brasília, Mestre e Doutora em Ciências pela Universidade de São Paulo. É Professora Associada IV da Universidade de Brasília. Entre outras atividades na UnB, foi Chefe de Departamento e Diretora do Instituto de Ciências Biológicas. No Centro de Excelência em Turismo (CET) coordenou o Núcleo de Turismo e Sustentabilidade; participou de ou coordenou vários projetos na área do Turismo e Desenvolvimento Sustentável/Sustentabilidade; integrou o corpo docente e de pesquisadores da Pós-Graduação *stricto sensu*. Foi, ainda, coordenadora geral dos Cursos de Pós-Graduação *lato sensu* no CET, implantou e coordenou o Bacharelado em Turismo. É pesquisadora do LETS/UnB. E-mail: iara.brasileiro@gmail.com  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/8024530074077050>

**Jaqueline Gil**

Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB), Mestre em Gestão e Direção de Turismo pela Universidade de Alicante (Espanha), Especialista em Relações Internacionais pela UnB e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora colaboradora no Departamento de Administração da UnB e pesquisadora do LETS/UNB. Fundadora da consultoria Amplia Mundo, tem mais de 20 anos de experiência em políticas públicas e gestão de projetos internacionais, baseada no Brasil e no exterior (África do Sul, Austrália, Espanha, EUA, França e Nova Zelândia). Foi gestora do Centro de Inovação Brasil - Europa (Enrich in Brazil), Programa da Comissão Europeia - Horizonte 2020. Email: jaquegil@ampliamundo.com.br  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/6070960481192414>

**Jéssica Esther Machado Farias**

Doutoranda e mestra em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações pela Universidade de Brasília (UnB). Atualmente pesquisa comportamento desonesto, corrupção e jeitinho brasileiro. Também estuda fatores que levam à violação do isolamento social em meio à pandemia da COVID-19, bem como antecedentes e consequentes de teorias conspiratórias relacionadas à pandemia. É membra do Laboratório de Psicologia Social

(LAPSOCIAL) e do Grupo de Pesquisa em Psicologia Social (GEPS). E-mail: jessicaemfarias@hotmail.com

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/8617947605462706>

### **João Paulo Faria Tasso**

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Brasília (UnB) e Professor Adjunto do Centro de Excelência em Turismo (CET/UnB). Doutor em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB). Pós-Doutorado em Ética, Políticas Públicas e Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTur/UFRN). Líder do LETS/UnB. Os seus trabalhos permeiam os campos do Turismo e Desenvolvimento Sustentável, atuando principalmente nos seguintes temas: turismo sustentável, desenvolvimento local, ética e políticas públicas, inclusão socioproductiva, economia solidária e comércio justo. E-mail: jpfariatasso@gmail.com

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/8501815511514126>

### **Josângela Jesus**

Mestranda em Gestão de Áreas Protegidas na Amazônia (MPGAP) pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA), especialista em Turismo: Planejamento, Gestão e Marketing pela Universidade Católica de Brasília, Bacharel em Turismo (UFPE) e Tecnóloga em Gestão Ambiental (CEFET/PE). Analista Ambiental do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio, lotada no Núcleo de Gestão Integrada de Novo Airão (AM) e integrante das Equipes Ampliadas de Interpretação Ambiental e de Trilhas (ICMBio). É membro da Rede de Estudo e Pesquisas em Turismo na Amazônia. Interesses de pesquisa: turismo com ênfase em ecoturismo, planejamento em unidades de conservação, turismo de base comunitária, trilhas e interpretação ambiental. E-mail: jo.ufpe@gmail.com

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/5016887305120680>

### **José Roberto da Silva Lunas**

Doutor em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília. Administrador, Especialista em Administração de Marketing e em Negócios Internacionais e Comercio Exterior. Professor Associado da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Pesquisadora do LETS/UnB e do Laboratório de Saneamento e Gestão Ambiental da UEMS (LASANGE). Atua nos cursos de pós-graduação em Planejamento e Gestão Público e Privada do Turismo e nos cursos de graduação em Turismo e Engenharia Ambiental. E-mail: lunas@uems.br

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/0192495100373169>

### **Júlia Souto**

Mestra em Administração pela Université de Fribourg (UniFr), Suíça. Bacharel em Administração pela Universidade de Brasília (UnB). Pesquisadora do LETS/UnB. Trabalhou no programa Creative Economy and Creative Industries da Conferência das Nações Unidas

para o Comércio e o Desenvolvimento (CNUCED) em Genebra, no Instituto Interdisciplinar de Estudos em Direitos Humanos (IIEDH), em Friburgo, na área de Business and Human Rights. Além disso, atuou no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em Brasília. O foco atual do seu trabalho como consultora é a cooperação internacional em matéria de comércio e desenvolvimento sustentável. E-mail: juliacsouto@gmail.com  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/7433965355069238>

### **Lara Liz Freire**

Graduada em administração pela Universidade de Brasília (UnB). Foi bolsista de iniciação científica pelo CNPq, pesquisando sobre negócios sociais no setor de turismo e seus impactos para sustentabilidade. Trabalhou como designer de experiência do usuário do aplicativo ConecteSUS do Ministério da Saúde. Atua com design de serviços e inovação social. E-mail: laralizf@outlook.com  
Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/2171382241275401>

### **Maria Cristiane Fernandes da Silva Lunas**

Doutora e Mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional pela Universidade Anhanguera-UNIDERP. Especialista em Planejamento e Gestão Ambiental e Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). Professora Adjunta da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). Pesquisadora do LETS/UnB e do Grupo de Estudos em Turismo, Hospitalidade e Sustentabilidade (GESTHOS/UEMS). E-mail: crisfernandes@uems.br  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/4876813626245051>

### **Mozart Fazito**

Bacharel em Turismo pela União de Negócios e Administração, em Belo Horizonte, especialista em Turismo e Desenvolvimento Sustentável, pelo Instituto de Geociências da UFMG, mestre em Planejamento e Gestão do Desenvolvimento Regional e Urbano em um programa sanduíche entre a Universidade de Dortmund, na Alemanha, e a Universidade de Dar es Salaam, na Tanzânia. Doutor em Geografia, Planejamento e Política Ambiental pela Universidade Nacional da Irlanda (University College Dublin), bolsista de pós-doutorado da CAPES no Programa de Pós-graduação em Geografia da UFRN (2013) e CAPES/Print no Instituto de Pesquisa em Crime e Segurança da Universidade de Cardiff, Reino Unido (2020). Experiência como professor e pesquisador nas áreas de planejamento e políticas públicas de turismo, geografia do desenvolvimento, estudos de lazer e violência urbana. Coordenou/coordena projetos de pesquisa financiados pela FAPDF, CNPq e Academia Britânica (Newton Advanced Fellowships) nos temas: conflitos socioambientais em reservas de biosfera, medo e criminalidade, desenvolvimento urbano e lazer. Atualmente é professor adjunto do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e coordenador da Rede Observatório da Violência - OBVIO-UFRN. E-mail: mozart.fazito@gmail.com  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/1500119299281914>

**Nayara Rodrigues Marques**

Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável no Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB), mestra e bacharela em Turismo pelo Centro de Excelência em Turismo (CET/UnB), e especialista em Gestão Ambiental (Universidade Paulista). Pesquisadora do LETS/UnB. Trabalha com políticas públicas, sustentabilidade, produtos turísticos e inteligência de mercado no turismo, com atuação em órgãos federais por mais de dez anos. E-mail: [nayararmarques@gmail.com](mailto:nayararmarques@gmail.com)

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/0249421325300168>

**Pedro Nassar**

Mestre em Gestão de Áreas Protegidas na Amazônia (MPGAP) pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA), graduado em Ciências Biológicas pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Atua no Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (IDSMA) como coordenador do Programa de Turismo de Base Comunitária. É membro da Rede de Estudo e Pesquisas em Turismo na Amazônia. Interesses de pesquisa: turismo pedagógico, ecoturismo e turismo de base comunitária. E-mail: [pedro.nassar@mamiraua.org.br](mailto:pedro.nassar@mamiraua.org.br)

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/5720650566817677>

**Ronaldo Pilati**

Doutor em Psicologia Social pela Universidade de Brasília (UnB). É professor associado do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho e do Programa de Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da UnB. Foi editor associado e editor-chefe da revista Psicologia Teoria e Pesquisa (Teoria e Pesquisa da Psicologia) entre 2008 e 2013. Foi diretor da Sociedade Brasileira de Psicologia (SBP) por dois mandatos: 2014-2015 e 2016-2017. Foi um membro eleito do Conselho da SBP no mandato 2018-2019, sendo presidente durante o mandato 2020-2021. É autor do livro “Ciência e Pseudociência: Por que acreditamos apenas no que queremos acreditar”. E-mail: [rpilati@unb.br](mailto:rpilati@unb.br)

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/3025261458644097>

**Susy Rodrigues Simonetti**

Doutora em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Bacharel em Turismo, membro do Fórum de Turismo de Base Comunitária do Rio Negro, líder da Rede de Estudos e Pesquisas em Turismo na Amazônia e membro do LETS/UnB. Professora adjunta do Bacharelado em Turismo e do Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH) da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), e do Mestrado Profissional em Gestão de Áreas Protegidas (MPGAP/INPA). Interesses de pesquisa: uso público, áreas protegidas, turismo de base comunitária e sustentabilidade. E-mail: [ssimonetti@uea.edu.br](mailto:ssimonetti@uea.edu.br)

Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/3413430472638905>

**Vinicius Lages**

Doutor em Socioeconomia do Desenvolvimento pela Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais (EHESS, Paris). Mestre em Gestão Ambiental pela Universidade de Salford (Inglaterra). Engenheiro agrônomo pela Universidade Federal de Alagoas. Foi Ministro do Turismo do Brasil (2014-15). Foi Chefe de Gabinete da Presidência do Senado Federal (2015-16). Desde 2020, é Diretor Técnico do Sebrae Alagoas. No Sebrae Nacional, exerceu as funções de Diretor Técnico (2019) e Diretor de Administração e Finanças (2016-18). É Pesquisador do LETS/UnB. Email: [viniciusnobrelages@gmail.com](mailto:viniciusnobrelages@gmail.com)  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/0525380988317234>

**Wilmara Aparecida Silva Figueiredo**

Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Antropologia pela Universidade Federal do Pará (2021), mestra em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense (2007) e bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (2004). Experiência na elaboração e gestão de projetos de intervenção em comunidades tradicionais ou hipossuficientes com vista ao desenvolvimento sociocultural e econômico de caráter sustentável. Consultora/assessora de instituições e pessoas públicas com interesse no fomento do turismo étnico, de experiência e de base comunitária, e de projetos voltados à valorização de artesanato, museus e patrimônios culturais para o desenvolvimento local. E-mail: [wilmara.figueiredo@gmail.com](mailto:wilmara.figueiredo@gmail.com)  
Currículo completo: <http://lattes.cnpq.br/9507812413057738>

# Sobre o LETS

O Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB) foi fundado em 2007 no Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília.

É uma rede interdisciplinar de pesquisadores em turismo e sustentabilidade dedicada a estudos, publicações, ensino e consultoria, reconhecida pela capacidade de articular, nacional e internacionalmente, pesquisadores com projetos e trabalhos junto aos governos, organismos multilaterais, agências de cooperação e empresas.

## Selo Editorial LETS

Em 2022, o LETS cria seu Selo Editorial para incrementar a publicação de materiais digitais, independentes, de alta qualidade e de livre acesso.

Nosso objetivo é ampliar o debate acerca de turismo e sustentabilidade com a academia e com a sociedade de modo mais amplo. Para isso, o Selo conta com duas Coleções:

- Coleção Travessias: apresenta obras dedicadas a divulgar pesquisas científicas, mais voltadas para o público acadêmico.
- Coleção Mirante: oferece obras com caráter de extensão e ensino, dedicadas a observar uma temática emergente e/ou simplificar conceitos para um público ampliado.

O Selo Editorial LETS tem seu Conselho Editorial composto por um Comitê Editorial e um Conselho Científico, ambos com a finalidade de aportar ainda mais qualidade e credibilidade para os materiais publicados. Os conselheiros, nacionais e internacionais, agregam suas múltiplas especialidades, experiências e robustas trajetórias profissionais nas temáticas centrais a que nos dedicamos. Para conhecer mais sobre nossos conselheiros, visite nosso site.

### Contatos

Site: <https://lets.etc.br>

Instagram: @lets.unb

Youtube: Canal Centro de Desenvolvimento Sustentável da UnB > Playlist LETS. Nossos Encontros Abertos (2020 a 2022) estão disponíveis no link: <https://lets.etc.br/eventos/>

