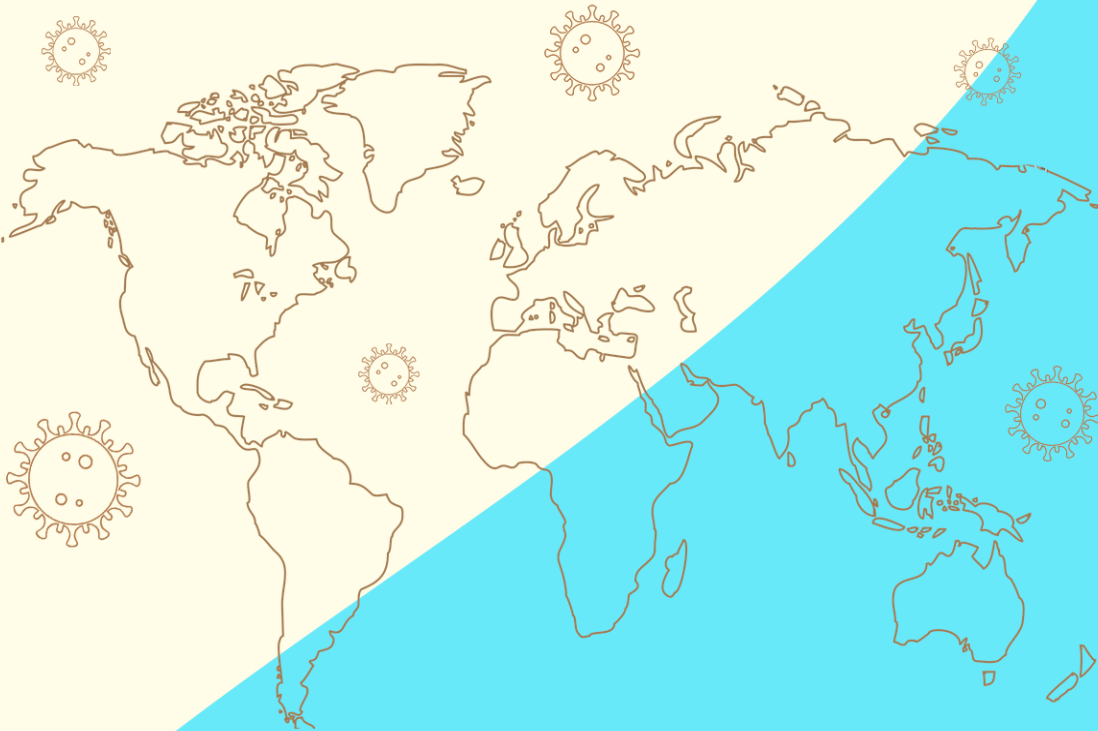




TURISMO E COVID-19

CENÁRIOS, ESTRATÉGIAS E
PROTOCOLOS DE BIOSSEGURANÇA



ORGANIZADORES

**Sidclely D'sordi Alves Alegrini da Silva
Ana Angélica Fonseca Costa
Marcos José de Souza Cipriano**

TURISMO E COVID-19

CENÁRIOS, ESTRATÉGIAS E
PROTOCOLOS DE BIOSSEGURANÇA

ORGANIZADORES

**Sidcley D'sordi Alves Alegrini da Silva
Ana Angélica Fonseca Costa
Marcos José de Souza Cipriano**

**Sidcley D'sordi Alves Alegrini da Silva
Ana Angélica Fonseca Costa
Marcos José de Souza Cipriano**

**TURISMO E COVID-19: CENÁRIOS, ESTRATÉGIAS E
PROTOCOLOS DE BIOSSEGURANÇA**



Os textos assinados, no que diz respeito à linguagem quanto ao conteúdo, não refletem necessariamente a opinião da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.
As informações contidas na obra são de inteira responsabilidade dos seus autores.

**Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.**

Turismo e Covid-19: cenários, estratégias e protocolos de biossegurança. / Sidcley D'sordi Alves Alegrini da Silva, Ana Angélica Fonseca Costa, Marcos José de Souza Cipriano (Orgs.) – Mossoró – RN: EDUERN, 2020.

121p.

ISBN: 978-65-88660-17-1 (E-book)

1. Turismo. 2. Covid-19. 3. Biossegurança. I. Silva, Sidcley D'sordi Alves Alegrini da. II. Costa, Ana Angélica Fonseca. III. Cipriano, Marcos José de Souza. IV. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. V. Título.

UERN/BC

CDD 338.4791

Bibliotecário: Petronio Pereira Diniz Junior CRB 15 / 782

**Reitor**

Pedro Fernandes Ribeiro Neto

Vice-Reitor

Fátima Raquel Rosado Morais

Diretora de Sistema Integrado de Bibliotecas

Jocelânia Marinho Maia de Oliveira

Chefe da Editora Universitária – EDUERN

Anairam de Medeiros e Silva

**Conselho Editorial das Edições UERN**

Diego Nathan do Nascimento Souza

Ellany Gurgel Cosme do Nascimento

Emanoel Márcio Nunes

Isabela Pinheiro Cavalcante Lima

Jean Henrique Costa

José Cezinaldo Rocha Bessa

José Elesbão de Almeida

Wellington Vieira Mendes

Capa e Diagramação:

André Duarte da Silva

Endereço:

Campus Universitário Central, Rua Professor Antônio Campos, s/n,
BR 110, km 48, Bairro Costa e Silva, CEP: 59600-000, Mossoró/RN

Contato:

Fone: (84) 3312-0518

E-mail: edicoes.uern@uern.br

PREFÁCIO

Apresentar este livro é uma grande honra. Este projeto de organização de uma obra literária começou na graduação e manteve-se latente durante os estudos, a nível de mestrado e doutorado em turismo na *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria* – ULPGC, na Espanha. Durante o decurso desta travessia foram muitos desafios enfrentados, além de experiências e conquistas memoráveis, vivenciadas pela trajetória na praxis da docência, norteadas pelo ensino, pesquisa e extensão do curso de turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN.

Costumo afirmar que o turismo me escolheu e mediado pela imersão de aprendizagens e ensinamentos, de saberes e conhecimentos internalizados pela prática frequente de estudos, desta importante atividade econômica e social, posso inferir que aprendi, desaprendi e reaprendi, porém sempre com o pensamento de que possamos construir uma sociedade mais igualitária e sustentável.

Esta obra apresenta as adversidades defrontadas pelo turismo em tempos pandêmicos, são pesquisas que visam orientar gestores públicos, privados e a sociedade com relação a retomada do setor durante e no pós-pandemia da Covid-19. Com uma leitura agradável e orientadora, possibilitando assim trazer, uma série de sugestões para uma retomada segura do turismo em suas diferentes esferas.

No primeiro capítulo apresentamos as estratégias, as ações e os protocolos de biossegurança que devem ser seguidos pelos meios de hospedagem. Na sequência, no segundo capítulo, são expostos os cenários e as perspectivas dos transportes turísticos, incluindo as orientações de segurança biosanitária para as atividades de receptivo no turismo.

Já no terceiro capítulo, os autores, trazem uma série de considerações sobre o segmento de alimentos e bebidas, tanto para os visitantes dos destinos turísticos, como para a população autóctone que visita estes equipamentos.

O quarto capítulo faz uma compilação dos protocolos sugeridos, pelas principais autoridades governamentais brasileiras, com vista, ao uso racional dos espaços de realização de eventos e como deverá ser o comportamento dos consumidores neste “novo normal”.

Para finalizar esta obra é apresentada no quinto capítulo, uma pesquisa que versa a respeito do turismo potiguar, seus desafios e dinamicidades diante da pandemia do *Sars-Cov-2*.

A inspiração para esta obra foi impulsionada pelo momento pandêmico que estamos experienciando, especialmente no turismo, sem perder de vista que a academia está dando uma valiosa contribuição para que este setor possa voltar a ser desenvolvido a luz de protocolos e normas que garantam o seu resgate social e econômico.

Sendo assim, desejamos uma boa leitura e que os conhecimentos compartilhados possam garantir um turismo de melhor nível para turistas de todos os níveis.

Prof. Dr. Sidley D’sordi Alves Alegrini da Silva

Professor do departamento de turismo do Campus de Natal da UERN

SUMÁRIO

AÇÕES E ESTRATÉGIAS NA HOTELARIA PARA A RETOMADA DO SETOR NO PÓS-PANDEMIA

Sidley D'sordi Alves Alegrini da Silva

Fabio de Sousa Teixeira

Jucielio Domingos de Araújo Lima

09

CENÁRIOS E PERSPECTIVAS DO SETOR DE TRANSPORTES TURÍSTICOS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Ana Angélica Fonseca Costa

Fernanda Rocha Barros e Silva

Joelma Bezerra Sousa

27

COMPILAÇÕES DE PROTOCOLOS SANITÁRIOS PARA UTILIZAÇÃO DE NOVAS PRÁXIS DO TURISMO PÓS COVID-19 NO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Marcos José de Souza Cipriano

Maria Francisca Hosana Rodrigues da Silva

Samuel Jordan de Souza França

54

O SETOR DE EVENTOS NO BRASIL FRENTE À NOVA ORDEM MUNDIAL E O ENFRENTAMENTO À CRISE SANITÁRIA DE 2020

Ricardo Lanzarini

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros

Gildygleide Cruz de Brito Rêgo

78

O TURISMO POTIGUAR EM PERSPECTIVA: A DINÂMICA DA ATIVIDADE NO CONTEXTO DA COVID-19

Michele de Sousa

Rosa Maria Rodrigues Lopes

Salete Gonçalves

Tatiana Gehlen Marodin

100

AÇÕES E ESTRATÉGIAS NA HOTELARIA PARA A RETOMADA DO SETOR NO PÓS-PANDEMIA

Sidclely D'sordi Alves Alegriani da Silva¹

Fabio de Sousa Teixeira²

Jucielio Domingos de Araújo Lima³

1 INTRODUÇÃO

Em todo seu processo histórico de formação, o sistema hoteleiro sofreu diversas modificações, sejam elas de maneira estrutural ou na prestação de serviços, acontecimentos globais como: catástrofes naturais, terrorismo ou até mesmo através de pandemias que afetam diretamente o turismo e conseqüentemente o setor hoteleiro, diminuindo o fluxo de clientes e/ou levando a inércia da ocupação desses locais.

Neste contexto, a EMBRATUR (2008, p. 32) define hotel como:

Edificação com localização preferencialmente urbana; normalmente com vários pavimentos (partido arquitetônico vertical). Oferece hospedagem e alguma estrutura para lazer e negócios. Unidades Habitacionais com banheiro privativo (ou em no mínimo 60% das UH's, para os que já operam).

¹ Doutor, mestre e bacharel em turismo. Professor do departamento de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Coordenador do Observatório de Turismo do RN.

² Bacharelado em turismo pela Universidade Estadual do Piauí – UESPI, bolsista do Núcleo de Estudos, Pesquisas e Projetos em Turismo – NETUR.

³ Bacharelado em turismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Bolsista voluntário do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC.

Em consoante com Castelli (2007, p. 46), o hotel é definido como: “uma edificação que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada”. Por mais que tenha direcionamento de público, os hotéis são capazes de abranger várias camadas sociais desde que os indivíduos tenham condições financeiras de adentrar as instalações.

Sendo assim, os hotéis e empreendimentos similares tornam-se atividades dependentes de hóspedes e das ocupações dos seus espaços, levando a intangibilidade da prestação dos serviços e só podendo ser oferecido nas devidas instalações hoteleiras.

Dias (2005) ressalta que existe uma limitação de remanejamento das instalações de hotéis para outros locais, devido a sua ligação com as atividades turísticas da localidade. Apesar de Beni (2006) considerar o desaparecimento da cultura local como um dos impactos ambientais/culturais provocados pelo fenômeno turístico, entende-se que o hotel ainda faz parte do complemento e reforço da cultura regional, desde que esse abrace os traços culturais locais, ou sejam, idealizados pelos próprios moradores, enriquecendo o sistema turístico, que consiste no conjunto de atividades econômicas interligadas que compõem a atividade turística (BENI, 2006) e a cadeia da prestação de serviços.

No que compete a tangibilidade dos serviços em hotéis e equivalendo esses os principais tipos de serviços oferecidos, os mesmos, ficam comprometidos ao ser instituído estado de epidemia ou calamidade pública, por exemplo, serviços de alimentação, lazer, entretenimento, convivência e acomodações que sofrem várias restrições quanto a sua execução, pois dependem diretamente de seus clientes (hóspedes) deixando claro que a normalidade desses serviços gera aglomerações de pessoas em torno da

atividade realizada. Neste viés, os hotéis já enfrentam a sazonalidade e rotatividade de consumidores, a diminuição do fluxo em determinados períodos do ano e ainda são reforçados com acontecimentos de casos fortuitos ou forças maiores (eventos decorrentes de grandes acontecimentos da natureza, atos governamentais e ações extraordinárias ligadas a uma decisão coletiva, tal como furacões, tornados, terremotos, guerras e atualmente, a pandemia do novo coronavírus).

De acordo com Dias (2005), existem fatores de sazonalidade como: férias, feriados de dias “enforcados” com pontos facultativos, finais de semana, realização de eventos dentre outros. Esses fatores interferem diretamente na taxa de ocupação do hotel, essas implicações podem levar, ainda, a construção de ações para uma maior ocupação desses locais em épocas de baixa estação.

A sazonalidade alinhada à pandemia é capaz de alterar as perspectivas de crescimento do setor hoteleiro ou até mesmo anular os estudos estatísticos de retorno econômico da atividade.

Ademais, considerando a relevância desse tema, o referido estudo tem como objetivo geral analisar as ações estratégicas que visem a retomada do setor hoteleiro pós-pandemia da COVID-19. E no que se refere aos caminhos para atingir o objetivo geral desta pesquisa, elaborou-se os objetivos de natureza específica, que são, a saber:

- Identificar os métodos de sanitização para o retorno da atividade hoteleira;
- Analisar a normatização existente para o funcionamento da rede hoteleira na COVID19;
- Relatar as medidas de prevenção adotadas por hotéis, pousadas, *resorts* e similares.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 O histórico de ocupação das redes hoteleiras e as projeções de crescimento do setor antes da Covid-19.

Em meio ao enfrentamento da crise econômica que o Brasil passava e ainda passa e as incertezas políticas, o país pós eleições (2017) teve um crescimento moderado no produto interno bruto – PIB, em alguns setores da economia, mais especificamente o hoteleiro, apresentando um crescimento inexpressivo, com percentagem abaixo de 1%.

O Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil - FOHB (2019) alega que, após três anos consecutivos de queda, a performance dos hotéis do país no ano de 2018 apresentou um crescimento da Receita por Quarto Disponível – RevPAR, na ordem de 4,7%. A pequena recuperação da economia e o resultado das eleições presidenciais (2017) fomentaram uma elevação de 4,1% da taxa de ocupação média, passando de 56,5% em 2017, para 58,9% em 2018. No entanto, o valor da diária média ainda apresentou um tímido crescimento de 0,8%.

Diante das categorias hoteleiras reconhecidas pelo Ministério do Turismo - MTUR, sendo elas: hotel, hotel fazenda, cama e café, hotel histórico, pousada, *flat/apart-hotel* e *resorts*, a que não obteve crescimento econômico expressivo foi o setor de *resorts*, apesar da baixa taxa de crescimento do setor, em geral, esse tipo de empreendimento teve uma queda na faturação em relação ao ano anterior (2018), talvez relacionado ao início da crise econômica nacional e dos países circunvizinhos, principais emissores de turistas para o Brasil.

Segundo os dados da FOHB (2019), no mercado de *Resorts*, a taxa de ocupação desse segmento caiu pela primeira vez em quatro anos para um nível abaixo dos 56%, atingindo em 2018 uma média de 53%. A Copa do Mundo na Rússia em 2018 e a crise econômica na Argentina em 2019 foram os principais fatores que afetaram negativamente esse segmento.

As perspectivas de crescimento do setor hoteleiro, ainda foram alimentadas em meio as promessas dos pacotes de reformas que concernem questões previdenciárias, tributárias e sociais da República Federativa do Brasil desde 2019, alavancando mais ainda as projeções negativas quanto a recuperação econômica da hotelaria.

No que tudo indica a FOHB (2019) ainda prevê que a queda das taxas de juros, acompanhada da profícua aprovação da Reforma da Previdência e da esperada Reforma Tributária, tornarão os ambientes de negócios e investimentos mais favoráveis para os anos vindouros, motivando ainda mais os investidores a assumirem riscos em seus empreendimentos turísticos, com foco na qualidade dos serviços ofertados.

Ainda com relação aos dados apresentados pela pesquisa realizada pela FOHB (2018), a diária média praticada na hotelaria nacional é de R\$ 229,50, já o RevPAR que consiste em uma unidade de medida calculada a partir do desempenho entre a receita total, o número de quartos, e os dias ocupados, estimou o valor médio de R\$ 135,00 da diária.

Em meio às taxas de ocupação dos apartamentos, o setor hoteleiro conseguiu melhorar seus indicadores econômicos nos semestres seguintes de 2019, sem déficits orçamentários significativos.

Entretanto, com o surgimento da pandemia do novo coronavírus todo o cenário prospectado mudou e com ele exigiu-se a criação de um

conjunto de protocolos de sanitização para a retomada da hotelaria, em um cenário de incertezas econômicas e sociais no Brasil.

2.2 A era covid-19: os protocolos de saúde, as normas de funcionamento e as novas projeções do mercado hoteleiro.

A atual pandemia provocada pelo vírus da Covid-19, acarretou mudanças sociais em um curto período de tempo, o maior desafio desde a segunda guerra mundial, desse modo, a crise na saúde nacional estabeleceu novas normas de funcionamento dos estabelecimentos e dos serviços, compreendido como um "novo normal".

Várias medidas de restrições foram dispostas em protocolos a nível nacional, estadual e municipal como deixa evidente os parâmetros a serem adotados tanto pelos estabelecimentos e seus empregados, quanto pelo público utilitário do espaço hoteleiro.

Os critérios básicos descritos pelo Ministério do Turismo – MTUR (2020), durante o período pandêmico são: assegurar a limpeza e desinfecção de superfícies utilizadas por colaboradores e consumidores, medição da temperatura corporal de todos os utilitários do ambiente, limpeza de objetos de uso comum, arejamento dos espaços e circulação de ar nos espaços, disponibilização de álcool com concentração de 70% em diferentes formas (líquida, gel, *spray* e etc.) em locais estratégicos dos meios de hospedagem, distanciamento de segurança entre as pessoas, além de uma boa sinalização e da divulgação de materiais educativos quanto aos métodos de prevenção (sanitização).

A priori, as orientações básicas levam a um funcionamento otimizado da hotelaria em face do atual estado de pandemia, possibilitando a segurança necessária para a execução dos serviços hoteleiros.

A portaria nº 1.565, de 18 de junho de 2020, reforça em seu parágrafo único, a responsabilidade de cada gestor e órgão competente desta nação a respeito da retomada das atividades de convívio social em observância do estado epidemiológico que a localidade se encontra.

Tal portaria em seu Parágrafo Único sugere: “cabe às autoridades locais e aos órgãos de saúde local decidir, após avaliação do cenário epidemiológico e capacidade de resposta da rede de atenção à saúde, quanto à retomada das atividades.” (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2020, p. 64)

Das recomendações do Ministério do Turismo até a normatização das ações de sanitização e do manejo das atividades econômicas, nota-se a consequente redução gradual ou total do fluxo de pessoas nos ambientes comerciais, além do fechamento provisório das atividades comerciais consideradas como não essenciais em decorrência da Covid-19, ocasionando a redução de maneira projetada e calculada da capacidade de carga (quantidade de pessoas que um ambiente suporta sem perder a sua qualidade e sua segurança) objetivando o bem-estar das pessoas.

A referida portaria ainda dispõe de ações de combate, em casos de infecções, no ambiente de trabalho por parte de colaboradores e clientes, seguindo a triagem e recomendações necessárias de higiene, recomendando a mediação entre o hóspede e o sistema de saúde, objetivando o controle viral *in loco*.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa constitui-se de uma produção acadêmica e caracteriza-se de acordo com a sua natureza, como exploratório e descritivo. De acordo com Gil (2010), tais estudos objetivam desenvolver e esclarecer conceitos, além de permitir trabalhar questões que não podem ser traduzidas facilmente, tais como: valores, atitudes, comportamentos, dentre outras.

Ademais a abordagem exploratória, corrobora com a busca de informações sobre as ações estratégicas para a retomada do setor pós-pandemia. Já a abordagem descritiva, de acordo com Gil (2010), permite a descrição das características de determinada população ou fenômeno.

A pesquisa também se configura por ser bibliográfica, onde foram analisados materiais já publicados, e buscou-se investigar em que perspectivas a relação social de poder no plano discursivo se construiu. Assim, foi possível aferir algumas considerações a respeito da análise do conteúdo investigado, pois, segundo Rocha e Deusdara (2005, p. 307), “a análise de conteúdo objetiva alcançar uma pretensa significação, um sentido estável, conferido pelo locutor no próprio ato de produção do texto”.

Gil (2010) discorre que através da análise de conteúdo é possível identificar as teorias produzidas e disponíveis na área de estudo, contribuindo-se, assim, para que o trabalho desenvolvido seja guarnecido de fundamentação teórica.

A análise bibliográfica foi realizada através de dados secundários, dos materiais colhidos para o embasamento teórico, e desta forma, foram consultados artigos científicos, dissertações, teses e documentos provenientes do poder público e acadêmico, impressos ou disponibilizados

na internet, usando como critério, materiais já publicados que pudessem atender às necessidades da pesquisa empreendida.

Após a leitura integral do material, foi realizada a análise qualitativa da literatura levantada para a interpretação dos resultados, que de acordo com Vergara (2013), esse tipo de análise, almeja a obtenção de informações, a partir da discussão dos resultados com a temática da pesquisa.

Para que se tenha um embasamento teórico de qualidade é preciso ter um respaldo científico, segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 272), “para haver conteúdo válido é necessário muita leitura e reflexão sobre obras selecionadas, que tratam de teoria e de conhecimentos já existentes, relativos ao problema da investigação”.

Os dados obtidos com a pesquisa foram tratados de maneira qualitativa e descritiva, de acordo com Marconi e Lakatos (2010, p.273) “a pesquisa qualitativa pode empregar vários métodos e técnicas. A escolha depende do tipo de investigação”. Já Richardson (2011), relata que esse tipo de pesquisa consegue penetrar nos fenômenos sociais e caracteriza-se como uma tentativa de compreensão detalhada dos significados e características situacionais.

A partir desse momento foi de fundamental importância, estabelecer uma relação aberta com os textos, criando-se, assim, um corpo de literatura compreensível ao tema abordado.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nos quadros abaixo são apresentados os protocolos e as leis para o devido funcionamento das atividades econômicas direcionados aos meios de hospedagens, onde estão listadas as principais medidas sugeridas que devem ser tomadas por todos os empreendimentos hoteleiros.

Quadro 1 *Orientações para a retomada da hotelaria no Pós-Covid-19*

ORIENTAÇÕES DE APOIO A RETOMADA SEGURA DAS ATIVIDADES, RESPEITANDO AS ESPECIFICIDADES E CARACTERÍSTICAS DE CADA SETOR OU RAMO DE ATIVIDADE HOTELEIRA DE ACORDO COM AS NORMAS PRÉ-ESTABELECIDAS

PORTARIA Nº 1.565, DE 18 DE JUNHO DE 2020.

1. Lavar frequentemente as mãos com água e sabão ou, higienizar as mãos com álcool a 70%;
2. Uso obrigatório de máscaras em todos os ambientes, incluindo lugares públicos e de convívio social;
3. Evitar tocar na máscara, nos olhos, no nariz e na boca;
4. Não compartilhar objetos de uso pessoal, como aparelhos telefones celulares, máscaras, copos e talheres, entre outros;
5. Evitar situações de aglomeração;
6. Manter distância mínima de 2 (dois) metros entre pessoas em lugares públicos e de convívio social;
7. Manter os ambientes limpos e ventilados;
8. Se estiver doente, com sintomas da Covid-19, tais como febre, tosse, dor de garganta, coriza, ou com falta de ar, evitar contato físico com outras pessoas;
9. Buscar orientação dos serviços de saúde e permanecer em isolamento domiciliar por 14 dias, em caso de suspeita de contaminação pela Covid-19.

Cuidados gerais e medidas de higiene a serem adotadas por todos os setores da hotelaria.

1. Elaborar um plano de ação para a retomada gradual das atividades;
2. Estabelecer e divulgar orientações para a prevenção, o controle e a mitigação da transmissão da Covid-19;
3. Disponibilizar estrutura adequada para a higienização das mãos incluindo lavatório, sabão líquido, álcool a 70%, ou outro produto aprovado pela ANVISA;
4. Adotar procedimentos que permitam a manutenção da distância mínima de dois metros entre pessoas em todos os ambientes, internos e externos, exceto para os profissionais que em razão da especificidade da atividade dependam de acompanhamento ou cuidados especiais;
5. Demarcar e reorganizar os locais e espaços para filas e esperas, respeitando o distanciamento de segurança;
6. Implementar barreiras físicas, como divisórias, quando a distância mínima necessária entre pessoas não possa ser mantida;
7. Limitar a ocupação de elevadores, escadas e ambientes restritos;
8. Adotar sempre que possível, a reorganização dos processos de trabalho, incluindo o trabalho remoto. Especialmente para os que fazem parte do grupo de risco;
9. Implantar medidas de higiene, ventilação, limpeza e desinfecção a serem adotadas individualmente e por todos os setores do empreendimento hoteleiro;
10. Privilegiar a ventilação natural ou adotar medidas para aumentar ao máximo, o número de trocas de ar dos recintos nos meios de hospedagem;
11. Implementar medidas de triagem antes da entrada nos estabelecimentos, como aferição de temperatura corporal e aplicação de questionários, de forma a recomendar que pessoas, com aumento da temperatura e outros sintomas gripais, não adentrem no local e busquem atendimento nos serviços de saúde;

12. Definir procedimentos para comunicação eficiente com o público e os órgãos competentes sobre informações, medidas e ações desenvolvidas para garantir a segurança dos clientes e trabalhadores;
13. Ficar atento às medidas adicionais de prevenção e novas orientações sobre o controle da Covid-19;
14. Adotar rigorosamente os procedimentos de uso, higienização, acondicionamento e descarte dos Equipamentos de Proteção Individual – EPI’S e outros equipamentos de proteção, de acordo com cada atividade, além do não compartilhamento dos equipamentos individuais;
15. Seguir rigorosamente o plano de retomada das atividades de cada município com suas normas e orientações estabelecidas.

Fonte: PORTARIA Nº 1.565, DE 18 DE JUNHO DE 2020.

Diante do exposto, é notória a autonomia na elaboração de protocolos de retomada e funcionamento por cada setor, empresa ou prestadora de serviços na hotelaria. Para tanto, os protocolos de biossegurança apresentados devem seguir as leis, decretos ou portarias já existentes que regulam a reabertura das atividades econômicas, a fim de normatizar e regular o setor hoteleiro, levando a um padrão de funcionamento e segurança aos usuários.

Tais protocolos devem ser compatíveis com as normas positivadas (escrita com validade e efeito disposta no ordenamento jurídico, desde uma emenda à constituição até uma portaria) e pré-estabelecidas, dando uma maior segurança na execução das atividades de saúde da sociedade. Sendo assim, a possível emissão de selos ou certificação sobre a sanitização seria capaz de gerar o dito resguardo social.

Para a rede hoteleira, o hotel ou outro tipo de empreendimento hoteleiro recomenda-se seguir os protocolos vigentes pelas autoridades públicas, tornando exequível a sua aplicabilidade de acordo com os seus espaços e os equipamentos dispostos ao público, devidamente apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 Normas positivadas sugeridas a todos os setores da hotelaria

PROTOCOLOS DE SEGURANÇA SANITÁRIA DA HOTELARIA (Covid-19)

Das medidas básicas a serem adotadas

1. Limpeza (lavagem e desinfecção das superfícies de uso comum por colaboradores e clientela);
2. Averiguação de temperatura corporal de colaboradores e clientes;
3. Manter a limpeza frequente dos espaços e objetos de uso comum;
4. Garantir a circulação e a qualidade do ar;
5. Disponibilizar materiais de higiene com soluções de álcool a 70% devidamente reconhecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA;
6. Franquear banheiros com papel toalha e sabão apropriados para higienização das mãos;
7. Incentivar campanhas de prevenção e informação da Covid-19 no ambiente de trabalho;
8. Promover sinalização sanitária e o controle do fluxo de pessoas.

Das medidas específicas a serem adotadas pelos setores hoteleiros

1. Front office

- 1.1 Estabelecer o balcão para manter a distância correta de 2 metros entre o recepcionista e o hóspede;
- 1.2 Uso de máscara obrigatório a todos;
- 1.3 Não realizar cumprimentos que exijam contato físico;
- 1.4 Dar prioridade ao atendimento de pessoas do grupo de risco para que permaneçam o mínimo de tempo possível na recepção;
- 1.5 Redução no número de móveis e objetos de usos coletivos nas dependências do hotel;
- 1.6 Priorizar a reserva das unidades habitacionais de maneira *online*, do mesmo modo, sugere-se que o *check-in* e *check-out* sejam através do meio virtual;
- 1.7 Totens de autosserviços de hóspedes quanto as bagagens e estacionamento.

2. Governança

- 2.1 Aumentar a frequência de higienização das superfícies que são tocadas com frequência, tais como: portas, maçanetas, botões e barras, além de objetos e aparelhos usados nos serviços prestados;
- 2.2 Promover o recolhimento do lixo de forma segura, assim como o uso de lixeiras com tampas e pedais que evitam o contato direto do lixo. Remover o lixo antes de atingir a capacidade total de armazenamento;
- 2.3 Distribuir álcool em gel a 70% em locais estratégicos dentro da hotelaria;
- 2.4 Uso de equipamentos de proteção individual;
- 2.5 Uso constante de produtos de limpeza eficazes ao combate no novo coronavírus;
- 2.6 Priorizar a ventilação natural do ambiente;

3. Unidades Habitacionais

- 3.1 Promover a limpeza total a cada final de estada, aguardando o prazo de 48h para a entrada de outro visitante;
- 3.2 Embalar todos os itens a serem lavados e realizar a sanitização do ambiente de maneira ventilada;
- 3.3 Recolher e separar todos os resíduos;

- 3.4 Repor e desinfetar o frigobar, caso exista;
- 3.5 Uso de equipamentos de proteção individual completos destinados as atividades de sanitização, como: máscaras, óculos, tocas, luvas, botas, etc;
- 3.6 Lavagem separada dos uniformes da governança e do enxoval de cada apartamento.

4. Alimentos e Bebidas

- 4.1 Manter a distância de segurança entre mesas e cadeiras de 2 metros;
- 4.2 Organização e marcação de horários de alimentação para evitar tumultos;
- 4.3 Dar preferência a pratos individuais montados e serviços de quarto no café da manhã e refeições;
- 4.4 Montagem e disposição de alimentos e bebidas para cada pessoa ou grupo familiar;
- 4.5 Evitar o uso de toalhas e jogos de mesa;
- 4.6 Manusear os alimentos com os EPI's necessários e usar cobertores nos alimentos levados as unidades habitacionais.

5. Áreas de lazer

- 5.1 Utilizar os espaços de lazer e entretenimento por horários agendados, proporcionando em cada uso a assepsia do local;
- 5.2 Estimular o uso individual do local ou por grupo familiar;
- 5.3 Indicar o não compartilhamento de objetos da área de lazer;
- 5.4 Aumentar e orientar o distanciamento entre as pessoas devido o nível de contágio nessas áreas ser maior.

6. Eventos

- 6.1 A distância entre as pessoas deve ser medida em metros quadrados, sendo indicado 2 metros quadrados para cada pessoa;
- 6.2 Priorizar a ventilação natural do ambiente;
- 6.3 Utilizar a metade da capacidade de acomodação do ambiente;
- 6.4 A realização de eventos deverá obedecer aos decretos vigentes em cada território, que tratam a respeito da quantidade de pessoas permitida para concretização do acontecimento programado.

Das medidas em caso de infecção pela Covid-19

1. Hóspedes

- 1.1 Isolamento da área ou ambiente em que o hóspede se encontra em caso de contaminação pelo Sars-CoV-2;
- 1.2 Fica impedido a sua saída ou circulação no prédio;
- 1.3 Deve ser comunicado ao sistema de saúde público ou privado, por intermédio da gerência do hotel, sobre seu quadro de saúde, objetivando a averiguação do estado viral do hóspede;
- 1.4 Aguardar os dados médicos para tomadas de decisões quanto a permanência ou não do cliente no meio de hospedagem, devidamente definidas pela autoridade local da saúde.

2. Colaboradores

- 2.1 Afastamento em caso de confirmação por infecção do Sars-CoV-2, por um período de 14 dias para cumprimento da quarentena;

2.2 Em casos de confirmação de infecção pelo novo coronavírus de alguma pessoa do grupo familiar onde o trabalhador reside, o afastamento pode se dá através de confirmação por laudo médico, existindo a possibilidade de realizar o teletrabalho.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020), com base nos protocolos lançados em 2020 por: MTUR, FOHB, SESI, MS, ANVISA.

Ao observar as normas aqui expostas e medidas a serem adotadas nota-se um comprometimento das normas de sanitização no momento da alimentação dos utilitários, devido a impossibilidade do uso de máscara durante as refeições, que poderá promover o contágio e propagação nestes ambientes, assim, sugere-se a redução da ocupação nos refeitórios com vistas a uma maior seguridade.

É de extrema importância a utilização de materiais de limpeza devidamente aprovados pela ANVISA, assim como a fiscalização dos estabelecimentos, seus espaços e seus respectivos produtos de limpeza, cabe ao PROCON, atestar e fiscalizar e a origem destes materiais de desinfecção, assim como do álcool em gel disponibilizado, para evitar adulteração ou fracionamento indevido.

Diante do que foi apresentado nos quadros acima fica evidente a responsabilidade de cada município, Estado ou nação e de cada segmento hoteleiro, quanto a atualização das medidas de prevenção e combate da Covid-19, devendo os meios de hospedagem estarem atentos as revisões protocolares de biossegurança sugeridas pelas autoridades competentes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela observação dos aspectos analisados é possível afirmar que tanto os protocolos como as leis vigentes, visam a saúde coletiva da sociedade,

sendo necessária a adoção de ações assertivas quanto a retomada das atividades do setor hoteleiro.

Sendo assim, a segurança na prestação desse serviço irá depender tanto do esforço conjunto dos estabelecimentos de hospedagem, quanto dos seus usuários, uma vez que os mesmos são responsáveis por seguir as recomendações da Organização Mundial de Saúde e do Ministério do Turismo, lembrando que os protocolos de biossegurança devem estar alinhados as determinações legais de cada local (Estados e municípios).

Os estabelecimentos hoteleiros precisam assegurar que todos os protocolos de segurança básicos, específicos e transversais de distanciamento social e de limpeza e sanitização dos ambientes estejam disponíveis aos colaboradores, usuários e a população em geral. Ademais, os meios de hospedagem devem dispor de instrumentos de sanitização, com vistas a conter o avanço da contaminação pela Covid-19, tais como: kits de higiene pessoal, como máscaras e frascos de álcool em gel a 70%. Do ponto de vista de marketing as embalagens podem serem criados e disponibilizadas de maneira padronizada e customizada.

Além de todos os cuidados com a higiene já apresentados, a consciência social deve ser desenvolvida para esta nova realidade, uma vez que as atividades hoteleiras deverão retomar com bastante responsabilidade por seus diversos atores, com adaptações, inovações e acima de tudo, com respeito a vida. Nota-se, ainda, a necessidade de se realizar treinamentos da equipe que irá trabalhar nos empreendimentos hoteleiros para enfrentar a nova realidade na prestação de serviços ofertados.

Perante a atual realidade pandêmica e mesmo diante de todas as medidas aqui apresentadas, nenhuma tem a mesma eficiência de uma vacina,

a retomada das atividades deverá ser de maneira cautelosa afim de contribuir para a economia local e não para propagação da Covid-19.

REFERÊNCIAS

ANVISA. **Protocolos e planos de contingência:** Coronavírus. Disponível em: <http://portal.do.gov.br/coronavirus/protocolos>. Acesso em: 20 jul. 2020.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Senac, 1998.

BRASIL. Ministério da Saúde. Gabinete do Ministro. Portaria nº 1.565, de 18 de junho de 2020. **Estabelece orientações gerais visando à prevenção, ao controle e à mitigação da transmissão da COVID-19, e à promoção da saúde física e mental da população brasileira, de forma a contribuir com as ações para a retomada segura das atividades e o convívio social seguro.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 16 jun. 2020. p. 64. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-1.565-de-18-de-junho-de-2020-262408151>. Acesso em: 20 jul. 2020.

_____. **MEIOS DE HOSPEDAGEM:** protocolo. Protocolo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/segmento/meios-de-hospedagem.php>. Acesso em: 20 jul. 2020.

_____. **Ministério da Saúde lança orientações para padronização do atendimento à Covid-19.** Silvia Pacheco, Brasília, 17, de junho de 2020. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/47068-ministerio-da-saude-lanca-orientacoes-para-padronizacao-do-atendimento-a-covid-19>. Acesso em: 20 jul. 2020.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hotelaria.** 9. ed. Caxias do Sul: Educs, 2003.

_____. **Excelência em Hotelaria.** São Paulo: Qualitymark, 1994.

DIAS, R. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

EMBRATUR. **Anuário de 2008**. Brasília. 2009. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/informacao_estudos/index.html>. Acesso em: 17 jun. 2020.

ESTADO DO MATO GROSSO DO SUL - Município de Bonito. Orientações de prevenção da Covid-19: **Serviços de Hospedagem**. SESI: Bonito/MS, 2020.

FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL - FOHB. **PROTOCOLO FOHB**: operação segura e confiança do hóspede. OPERAÇÃO SEGURA E CONFIANÇA DO HÓSPEDE. Disponível em: <http://fohb.com.br/protocolos/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

_____. **Hotelaria em Números - Brasil**, 2019. Disponível em: <http://fohb.com.br/>. Acesso em: 15 mai. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 5. ed. 4. Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2010.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BONITO. **Prefeitura aprova Protocolo de Biossegurança da ABH. Assessoria de comunicação da Prefeitura Municipal de Bonito**, Bonito, 26, de maio de 2020. Disponível em: <http://www.bonito.ms.gov.br/secretaria-de-industria-turismo-e-comercio/prefeitura-aprova-protocolo-de-biosseguranca-confira-aqui-o-documento-na-integra->. Acesso em: 20 jul. 2020.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. 12. reimp. (Revista e ampliada). São Paulo: Atlas, 2011.

ROCHA, Décio; DEUSDARÁ, Bruno. **Análise de Conteúdo e Análise do Discurso**: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. *Alea*, v. 7, n. 2, p.: 305-322, jul./dez. Rio de Janeiro. 2005. Disponível em:https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-106X2005000200010. Acesso em: 22 jun. 2020.

VEGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

CENÁRIOS E PERSPECTIVAS DO SETOR DE TRANSPORTES TURÍSTICOS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Ana Angélica Fonseca Costa¹

Fernanda Rocha Barros e Silva²

Joelma Bezerra Sousa³

1 INTRODUÇÃO

No início de 2020, a pandemia da COVID-19 afetou o mundo turístico significativamente por causa da sua alta taxa de contágio. Para conter sua propagação, várias medidas foram sendo adotadas, inclusive, o isolamento social, que resultou na suspensão das atividades turísticas mundialmente.

Com isso, hotéis e restaurantes foram fechados, passeios e *tours* foram cancelados, rotas rodoviárias foram suspensas e houve uma diminuição em grande escala dos voos internacionais e, também, nos voos nacionais e regionais, o que impactou diretamente no desenvolvimento da atividade, causando uma crise no setor, fazendo com que as empresas adotassem redução de custos e tendo uma queda de 90% das rotas, sendo o Brasil um dos países mais afetados: dos 336 voos disponibilizados no espaço aéreo

¹ Professora do Curso de Turismo da Universidade Estadual do Piauí – UESPI. Coordenadora do Núcleo de Estudos, Pesquisas e Projetos em Turismo – NETUR.

² Bacharelanda em Turismo da UERN.

³ Bacharelanda em Turismo da UESPI.

brasileiro, em abril de 2020, houve uma queda para apenas 33 voos. FLIGHRADAR24, 2020 *apud* (BBC NEWS, 2020)

Toda esta repercussão no setor do turismo afeta significativamente na sua cadeia produtiva como um todo. A atividade turística também atua em diversas dimensões da vida social, responsável por 319 milhões de empregos, tornando-se protagonista da abertura de 1 em cada 10 postos de trabalho no mundo, considerado como um sistema turístico, cuja principal engrenagem movimenta a economia do mundo todo. “Em 2018, gerou uma participação de US\$ 8,8 trilhões ao PIB mundial (10,4%), uma alta de 3,9%, superior à expansão da economia global (3,2%).” CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO - WTTC, 2018, *apud* (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019)

Compreender o panorama da atual situação do turismo mundial instigou a produção deste artigo que tem como objetivo entender como o cenário mundial, brasileiro e regional está lidando com a pandemia e quais os protocolos sanitários que estão sendo elaborados para dimensão dos transportes turísticos, em destaque o aéreo e o terrestre por representarem os mais relevantes e de impactos econômicos negativos visíveis no setor, especialmente no Brasil.

Para satisfazer esse objetivo, a metodologia adotada nesta pesquisa é de cunho quantitativo e qualitativo, baseado em dados oficiais dos principais órgãos de pesquisas, ligados direto ao turismo, bem como as instituições vem monitorando os impactos do turismo na economia mundial e nacional.

O principal método utilizado para a análise e verificação dos dados foi o de análise de conteúdo. Segundo Olabuenaga e Ispizúa (1989), (*apud* MORAES, 1999), “a análise de conteúdo é uma técnica para ler e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, que analisados adequadamente

nos abrem as portas ao conhecimento de aspectos e fenômenos da vida social de outro modo inacessíveis.”

Além do levantamento de dados técnicos e científicos sobre a relação do transporte com o turismo, antes e no decorrer da pandemia da Covid-19, sendo auxiliado pelas leituras de notícias, pareceres e protocolos gerados pelos órgãos oficiais de saúde e turismo, voltados para o setor de transportes turísticos.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Repercussão da Covid-19 no Setor do Turismo no Mundo.

A Organização Mundial de Saúde, OMS (2020), esclarece que “a Covid-19 é uma doença infecciosa, que afeta o sistema respiratório de forma grave ou não, por causa do Corona vírus”, um vírus que teve seu primeiro caso registrado na província de Hubei, na China, em dezembro de 2019, alastrando-se para o mundo todo e chegando-se, até 23 de agosto de 2020, ao patamar de 23.175.561 casos, sendo registradas 804.534 mortes. (UNIVERSIDADE JOHNS HOPKINS, *apud* BBC NEWS, 2020)

A Organização Pan-Americana da Saúde (2020) expõe, de uma forma direta, que para preservar a saúde e minimizar um risco maior de contaminação, a dinâmica social entre as pessoas precisou ser mudada completamente. Sendo necessário ter o mínimo de contato pessoal, o uso de hábitos higiênicos, como a utilização de álcool em gel e máscaras, se intensificou no período de quarentena.

De acordo com a *Oxford Economics* a World Travel & Tourism Council (2020), pesquisas relacionadas neste momento caótico são capazes de medir a dimensão dessa situação dentro das viagens e do turismo. Mesmo em uma

época tão delicada, torna-se importante refletir a respeito dos impactos ocasionados pela Covid-19. Para aquecer esse exercício reflexivo e compreender melhor o que está acontecendo, foram estudados dados quantitativos que mostram três cenários possíveis para recuperação dessas atividades: o cenário base, o pior cenário e melhor cenário. Além disso, expõem os impactos econômicos no turismo e nas viagens de forma global. Os infográficos disponibilizados, por conta desse trabalho, são objetivos e ajudaram na análise das informações nestes aspectos.

De início, é essencial ressaltar o quanto 2019 foi importante no setor, para assim ser mais clara a comparação entre os cenários que foram interpretados em seguida. Naquele ano foi possível ter um crescimento econômico relevante, que, por sua vez, enriqueceu intensamente a geração de empregos e fortaleceu todo o significado das atividades realizadas. Contribuindo com 10,3% na economia global, cerca de 8,9 trilhões movimentou significativamente o mundo no ano de 2019, gerando um aumento de 3,5% no PIB em viagens e turismo, e, 2,5% no PIB da economia total. No geral, esses números representam o elo forte entre essas atividades com a economia, reforçando toda sua contribuição (WTTC, 2020).

Nesse sentido, o primeiro modelo, a ser examinado, descrevendo um possível cenário de recuperação em 2020 é o cenário base. Nele, segundo a WTTC (2020), cerca de 39% no PIB do setor irá diminuir, resultando em 2,686 bilhões em perdas econômicas, ou seja, já representa um grave retrocesso com relação ao ano anterior, sendo apenas a média entre o melhor e pior cenário.

As consequências são inevitáveis, contudo, elas podem ser maiores ou não. O segundo e pior cenário estudado dentro dessa perspectiva, prevê que caia 62% do PIB das viagens e turismo, retirando mais de 5,5 bilhões da

participação do setor na economia global. Contudo, no melhor cenário, a queda capital pode se tornar bem menor e, por consequência, seu impacto também. A previsão é que a diminuição seja apenas de 30% no PIB do setor, cortando basicamente na metade os estragos do pior cenário (WTTC, 2020).

Tanto Barreto (2014) quanto Beni (2003) apontam que o turismo e as viagens são grandes colaboradores na geração de renda, por causa da constante movimentação de diversos setores econômicos decorrente deles, o que implica na geração de muitos empregos. Na visão da *International Air Transport Association* (2020), a pandemia da covid-19 resultou no cancelamento de 7,5 milhões de voos entre os meses de junho e julho de 2020. Além de menos 60% dos empregos nas viagens e turismo, caso o pior cenário aconteça (WTTC, 2020).

Para o resultado positivo, de modo que o mercado venha se reerguer é importante ter adaptações, e assim sempre melhorar diante de outras empresas ou serviços. O diferencial de uma empresa consiste em conseguir mantê-la mesmo em situações de contínuas mudanças, através do planejamento estratégico que resulte em vantagens competitivas dentro do mercado (BENI, 2003).

Nesse contexto de tantas perdas, a adoção de protocolos e medidas sanitárias são importantes para ser menor a propagação da doença, tornando-se, assim, mais rápida a volta à normalidade (MS, 2020). Os protocolos clínicos são criados para enfrentar questões de saúde, através da aplicação de métodos atuais que agem com bom resultado, diante de dados e estudos científicos (WERNECK; FARIA; CAMPOS, 2009).

Tal sistema requer mudanças, baseando-se dessa maneira, na adaptação das pessoas para o momento. Por isso, a Organização Mundial do Turismo (2020), elaborou um arquivo com medidas e recomendações para

recuperação do turismo pós-pandemia, evidenciando ações para uma viagem segura. Além do mais, aponta que a reabertura das atividades está ligada com utilização adequada dos cuidados, que por sua vez vai se adaptando conforme as distintas realidades.

2.2 Panorama Brasileiro dos Impactos da Covid-19 no Setor do Turismo

No âmbito brasileiro, a quantidade de vítimas pela Covid-19 é assustadora. De acordo com o monitoramento diário realizado pela Universidade Johns Hopkins em 23 de agosto de 2020, o país registrou um número de 3.582.362 casos de pessoas contaminadas e 114.250 mortes, dados estes que se atualizam todos os dias e demonstram que o país ainda está na fase do crescimento de vítimas.

É evidente que a pandemia gerou diferentes danos econômicos, entre eles, o choque na oferta de trabalho e a queda nas atividades setoriais (PORSSE; SOUZA; CARVALHO; VALE, 2020). Por isso, o turismo, como um grande vetor econômico, precisa enfrentar de forma estratégica as consequências trazidas por essa doença dentro da realidade, especialmente sociais e culturais do Brasil e que afetam diretamente o turismo, fazendo com que o país perca em competitividade no setor.

Em 2019, o Fórum Econômico Mundial registrou, através do Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo (TTCR), que o Brasil, dentre os 40 países analisados (pontos fortes relativos ao turismo e viagens globais) atingiu o 32º lugar no ranking do nível de competitividade turística. Apesar de ter caído cinco posições abaixo em comparação ao último estudo, o país esteve com a maior pontuação em

relação aos outros países da América do Sul, destacando-se em recursos naturais e culturais. (PANROTAS, 2019)

É notório que os efeitos da pandemia da Covid-19 no Brasil afetarão significativamente a imagem do setor, devido às grandes dificuldades enfrentadas pela infraestrutura do Sistema de Saúde no país, infraestrutura básica esta que também deve estar disponível ao turista.

Exemplificando este aspecto que envolve a infraestrutura básica de saúde de um destino turístico, Matos e Barcellos (2010), concluíram a partir de uma pesquisa sobre a relação do turista com doenças transmitidas por insetos, pessoas e por via respiratória que:

Pode-se dizer que a saúde do turista é vista sob dois aspectos, primeiro quanto à preocupação com a saúde individual do turista e segundo sob o ponto de vista de impactos na saúde pública resultantes da intensificação do fluxo de turistas e da interação do turista com o ambiente. (MATOS; BARCELLOS, 2010, p.132)

O estudo ainda afirma que é primordial estabelecer princípios de saúde voltados para o turista, destacando, dessa maneira, doenças infecciosas que exijam rapidez na identificação para com isso resolvê-las da melhor forma possível, como é caso da Covid-19. Além do mais, destaca a importância de uma organização de comunicação específica, capacitando associações de saúde para responder ao público com um sistema de notificação, voltado para o viajante.

A Fundação Getúlio Vargas Projetos (2020) de forma análoga diz que adotar medidas são essenciais para o cenário de recuperação do turismo no Brasil. Já que diante do momento enfrentado com a Covid-19, a atividade turística é impraticável, justamente por conta do possível aumento da onda de contágio.

Salienta ainda sobre o cenário de recuperação e seu impacto econômico, já que são bem pertinentes e significativos. De acordo com o conteúdo abordado, haverá uma diminuição de 38,9% no PIB em 2020 com relação ao ano de 2019, contribuindo assim com apenas R\$ 165,5 bilhões nesse ano e, com R\$ 259,4 bilhões em 2021. Fazendo com que o dano econômico dos anos 2020-2021 seja de R\$ 116,7 bilhões, sendo possível sair dessa queda totalmente somente no ano de 2023, isso se as medidas forem utilizadas. (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS PROJETOS, 2020)

Destacando também que a recuperação não será fácil e precisará crescer 16,95% no PIB do setor turístico em 2022 e 2023 para restabelecer as atividades do ramo, ressaltando que:

Mesmo com o fim do período de maior isolamento social, com a queda de renda da população, os primeiros cenários indicam que a demanda pelos serviços de turismo e dos setores relacionados não será a mesma, já que a predisposição para gastos em viagens ainda estará condicionada a uma maior confiança na segurança sanitária do destino a ser visitado. Um agravante para o processo de retomada da economia nacional é que todo o resto do planeta também deve enfrentar as mesmas consequências econômicas, ou seja, haverá queda também do turismo internacional. (FGV PROJETOS, 2020, p.7)

Nesse sentido, o Ministério do Turismo (2020), desenvolveu o Selo do Turismo Responsável, que diz respeito a adoção de hábitos higiênicos para diferentes segmentos do âmbito turístico. Sendo essa, a primeira fase de recuperação para o cenário brasileiro retomar as atividades. Ao aderir o selo, os viajantes são assegurados que no decorrer da viagem ou na entrada de um determinado espaço há a recomendação de medidas cautelosas contra a pandemia da Covid-19. Estimulando que empresas possam oferecer um

ambiente mais seguro e que, o esforço do MTUR é fazer do Brasil um país seguro no qual se pode viajar e confiar.

Destaca e reserva também uma parte apenas para o turista, com alguns protocolos individuais de saúde, mostrados em dois itens específicos, a importância de se ter informações novas sobre os protocolos que estão sendo usados, além de orientá-los a observar se os estabelecimentos estão realmente cumprindo os cuidados propostos.

O Centro de Estudos em Regulação e Infraestrutura da Fundação Getúlio Vargas (2020, p. 7), direcionando para os transportes, complementa: “Para que essas medidas sejam colocadas em prática de forma efetiva, deve haver a coordenação e orientação de especialistas de saúde capazes de interpretar tais medidas e endereçar os desafios da sua implantação.” Percebe-se então a tendência do turismo em precisar melhorar sanitariamente devido ao período pandêmico, procurando sempre organizações do campo da saúde, como a Organização Mundial de Saúde (OMS) e o Ministério da Saúde (MS).

Com todo este cenário do período pandêmico, houve no Brasil uma queda na atuação dos transportes turísticos, como os aéreos, terrestres e aquaviários. Comparando com 2019, o primeiro trimestre de 2020 perdeu 9,12% no desembarque de passageiros referente aos voos domésticos. Já nos voos internacionais foi de menos 15,63% também com relação ao ano de 2019, resultando somente em 2,71 bilhões de passageiros e arrecadando cerca de 8,64 bilhões com o transporte aéreo (variação de 21,11% em relação à 2019). No contexto dos transportes terrestres e aquaviários, as variações foram, respectivamente, de 97,19% e 63,78% (MTUR; SIG, 2020).

O turismo implica de forma direta no deslocamento para outra localidade (BARRETO, 2014). Nesse sentido, a saúde do viajante torna-se

uma responsabilidade. Há uma necessidade explícita de interação entre o turista e a saúde, já que pode existir riscos relacionados com o ambiente visitado (SILVA; PAULA, 2007). O cenário de restabelecimento do turismo brasileiro é voltado para interação desses fatores, fortalecendo a necessidade de adesão á protocolos sanitários em seus segmentos.

2.3 Comportamento do setor de Transporte Turístico no Brasil durante a Pandemia da Covid-19

O avanço do Coronavírus (COVID -19) no cenário mundial e brasileiro afetou o turismo, em especial, as dimensões econômicas e os fluxos das viagens. Todas as áreas do turismo foram afetadas nesse período de pandemia, como, por exemplo, hotelaria e gastronomia, agência de viagens, mas uma área bastante afetada, principalmente por se transformar em foco de transmissão do vírus é a área de transportes: aéreos, terrestres e fluviais.

Portanto, é importante se discutir quais foram ou são os impactos e quais as perspectivas e tendências que norteiam as adaptações que devem ser realizadas no transporte público no Brasil devido a referida pandemia e o reflexo no Turismo. Essa discussão é relevante porque como coloca Fabio Silva (2008) é importante compreender que o desenvolvimento da atividade turística está ligado à qualidade tecnológica dos meios de deslocamentos, tornando-se elementos interdependentes.

Mas há que se levar em consideração que o aparato tecnológico por si só não será o suficiente para minimizar os impactos da pandemia, mas especialmente as atitudes de cada um, em função do grupo como um todo. Devido a estes fatos, os governos começaram a elaborar uma série de

documentos que tem a pretensão de orientar a conduta individual e coletiva da população.

Uma portaria de âmbito nacional que impactou no turismo brasileiro foi a Portaria interministerial de nº 255 de 22 de maio de 2020, que prevê o fechamento das fronteiras brasileiras para a entrada de estrangeiros no Brasil de qualquer país. Essa portaria foi prorrogada por mais 15 dias, a partir da data de promulgação da Portaria nº 319, que aconteceu no dia 20 de junho de 2020 e está de acordo com a Portaria nº 356 do Ministério da Saúde como resposta ao avanço da pandemia. Essas portarias instituídas pela ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) impactaram no transporte internacional, haja vista que o Brasil faz fronteiras com diversos países da América do Sul e recebe visitantes (que vem ao país com diferentes finalidades) de todos os países do mundo.

Segundo Fabio Silva (2008) o terminal é um ponto relevante que se deve estudar para compreender a realidade do transporte, porque são nos terminais que ocorrem os primeiros contatos entre o usuário e quem oferece o serviço. No caso da aviação civil brasileira, o Ministério da Infraestrutura, publicou no dia 19 de maio um protocolo com novas medidas sanitárias com orientações de como os serviços deveriam ser oferecidos nesse contexto de pandemia. São nove, o número de medidas que serão coordenadas pela ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) e que deveram ser seguidas pelas empresas aéreas e pelos aeroportos de todo o Brasil, que vai do momento do embarque até o desembarque do passageiro, como mostra o quadro a seguir:

Quadro 1 *Diretrizes para os Aeroportos Brasileiros (2020)*

PROTOCOLOS DE SEGURANÇA SANITÁRIA PARA TRANSPORTES TURÍSTICOS (COVID-19)
<p><i>Segurança de base</i></p>
<p>1. Nos estacionamentos: ajustar a mensagem eletrônica nas cancelas sobre a importância do cuidado e atenção às medidas de saúde para combater a Covid-19; evitar a operação de manobrista nesta fase; disponibilizar máscaras (e <i>Shields</i>, caso possível) e demais proteções para o atendente do caixa para pagamento de estacionamento e procurar manter somente um operador nesta função;</p>
<p><i>Adequação do ambiente</i></p>
<p>OS ESTABELECIMENTOS DEVEM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assegurar a lavagem e desinfecção das superfícies onde colaboradores e consumidores circulam; • Promover a medição da temperatura de todos os frequentadores na entrada do estabelecimento; • Realizar a limpeza, várias vezes ao dia, das superfícies e objetos de utilização comum (incluindo balcões, interruptores de luz e de elevadores, maçanetas, puxadores de armários, entre outros); • Promover a renovação de ar, regularmente, das salas e espaços fechados, abrindo as janelas e portas para passagem da correnteza aérea; • Disponibilizar álcool a 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, <i>spray</i>, espuma ou lenços umedecidos) em locais estratégicos como: entrada do estabelecimento, acesso aos elevadores, balcões de atendimentos, para uso de clientes e trabalhadores; • Utilizar lixeiras que não precisem ser abertas manualmente e esvaziá-las várias vezes ao dia; • Disponibilizar, nos banheiros, sabonete líquido e toalhas de papel descartáveis; • Disponibilizar cartazes com informações/orientações sobre a necessidade de higienização das mãos, uso do álcool 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, <i>spray</i>, espuma ou lenços umedecidos), uso de máscaras, distanciamento entre as pessoas, limpeza de superfícies, ventilação e limpeza dos ambientes; • Providenciar o controle de acesso, a marcação de lugares reservados aos clientes, o controle da área externa do estabelecimento e a organização das filas para que seja respeitada a distância mínima de 2,0 (dois) metros entre as pessoas. • O acesso do <i>hall</i> de entrada deverá incluir tapete contendo produto desinfetante devidamente registrado na Anvisa; • No interior das locadoras e no balcão de atendimento: disponibilizar equipamentos dispensadores de álcool 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, <i>spray</i>, espuma ou lenços umedecidos) em locais de fácil acesso e visualização para possibilitar a assepsia dos clientes e colaboradores; contar com sinalização reforçada com recomendação de cumprimentos e condições de higiene;

promover a desinfecção das superfícies onde os clientes e os funcionários tocam frequentemente como puxadores, maçanetas de portas, computadores, banco de espera, banheiros, etc;

- Manter, sempre que possível, portas e janelas abertas para melhorar a circulação do ar, auxiliando na ventilação natural do ambiente;

Distanciamento social

1. Organizar horários de clientes de forma a evitar aglomeração de pessoas e organizar as filas, criando condições de todas as pessoas se manterem 2 metros distantes uma das outras;
2. Os motoristas de vans, além de seguir as determinações anteriores, devem orientar que os passageiros mantenham distância de outros passageiros, deixando um assento livre entre si.

Higiene pessoal

1. Orientar todos os funcionários quanto à necessidade e importância do uso de máscaras. Fazer demonstração da correta utilização das mesmas;
2. Estabelecer a higienização das mãos com água e sabonete ou a utilização de álcool a 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, *spray*, espuma ou lenços umedecidos), após o contato com cada cliente;
3. Realizar a higienização, com pano e álcool etílico hidratado 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, *spray*, espuma ou lenços umedecidos), dos veículos e vans: volante, manopla do câmbio, cintos de segurança, botões do vidro elétrico, maçanetas, chaves e outras peças em que haja contato direto com o condutor e os passageiros. A higienização também deve ser feita em equipamentos adicionais como cadeirinha de bebê e outros. Esses equipamentos deverão contar, ainda, com capa protetora, preferencialmente na cor branca. Os profissionais responsáveis pela higienização deverão usar luvas e máscaras. Todo o material descartável deverá ser acondicionado em dois sacos plásticos sendo enviados para o aterro sanitário ou utilizar serviços de empresas de coleta de resíduos;

Comunicação

1. Nos estacionamentos: ajustar a mensagem eletrônica nas cancelas sobre a importância do cuidado e atenção às medidas de saúde para combater a Covid-19;
2. Orientar todos os funcionários quanto à necessidade e importância do uso de máscaras. Fazer demonstração da correta utilização das mesmas;
3. Contar com sinalização reforçada com recomendação de cumprimentos e condições de higiene
4. Os motoristas de vans devem orientar que os passageiros mantenham distância de outros passageiros, deixando um assento livre entre si;
5. Disponibilizar cartazes com informações/orientações sobre a necessidade de higienização das mãos, uso do álcool 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, *spray*, espuma ou lenços umedecidos), uso de máscaras, distanciamento entre as pessoas, limpeza de superfícies, ventilação e limpeza dos ambientes.

Monitoramento

1. Organizar horários de clientes de forma a evitar aglomeração de pessoas e organizar as filas, criando condições de todas as pessoas se manterem 2 metros distantes uma da outra;
2. Promover a medição da temperatura de todos os frequentadores na entrada do estabelecimento.

Fonte: Quadro adaptado pelos autores a partir das informações do Ministério da Infraestrutura, Jun-2020

Para além desse protocolo que restringirá a entrada de estrangeiros no país, outras diretrizes sanitárias restritivas e orientadoras de condutas foram elaboradas dentro dos cenários nacional, estaduais e municipais, especialmente, no que se refere ao transporte terrestre e fluvial. Essas portarias, planos, protocolos, etc. foram elaborados de distintas formas devido às especificidades do quadro pandêmico e do sistema de transporte de cada contexto, sendo que cada estado brasileiro se utilizou de medidas concernentes às suas realidades de infraestrutura de suporte ao atendimento aos casos registrados de contaminados pelo vírus, controlando-se assim o fluxo de usuários de transportes públicos municipais, intermunicipais, interestaduais e internacionais.

No Estado do Piauí, o Decreto nº 18.901 de 19 de março de 2020, assinado pelo Governador Wellington Dias (PT) determinou o controle de fluxo de pessoas na fronteira dos estados e limitou o transporte intermunicipal, principalmente terrestre. Essa medida também foi seguida pela Prefeitura Municipal de Teresina (PMT) que limitou o transporte público da cidade, que no primeiro momento funcionou apenas com 30% da capacidade, e em seguida, ficou restrito apenas para o deslocamento de trabalhadores dos serviços essenciais, que deveriam comprovar sua profissão e usar máscaras e álcool em gel nas viagens.

Em Florianópolis, por exemplo, onde o transporte coletivo urbano foi suspenso, a limpeza dos ônibus foi realizada diariamente e é apenas um dos fatores, porque segundo Stroisch (2020, p.1):

O retorno das atividades deve contar com mudanças. Mittmann informou que o atendimento à população não será igual ao anterior à suspensão do transporte público. As linhas de ônibus com menor taxa de ocupação serão suspensas para reforçar aquelas com potencialmente maior ocupação. Antes da proibição da circulação do transporte coletivo, o sistema da capital contava com oito mil horários. A programação segundo o secretário está em estudo e será vinculada à taxa de ocupação das linhas. O objetivo é a diminuição do fluxo de pessoas usando ônibus ao mesmo tempo.

Assim como ocorre no transporte público urbano terrestre, o transporte fluvial segue as especificidades de cada contexto, por exemplo, no Estado do Amazonas, Estado que possui a maior hidrografia no Brasil, o transporte fluvial sofreu restrições:

Em observância às recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS) e do Ministério da Saúde, o governo do Amazonas editou o Decreto 42.087/2020, determinando, dentre outras medidas, a suspensão do serviço de transporte fluvial de passageiros. (CONSULTOR JURÍDICO, 2020, p. 1)

Após essa medida foi elaborado o “Protocolo de Biossegurança nos Serviços de Turismo do Amazonas” (2020) o qual conta com uma série de recomendações para: identificação de casos suspeitos; procedimentos de embarque; orientações para passageiros e tripulação na viagem; limpeza e desinfecção de superfícies; retirada e lavagem de roupa e cama; retirada e manipulação de resíduos e; procedimentos para desembarque.

Esse é o novo quadro para a realização do transporte de passageiros e turistas. O Coronavírus, causador da COVID-19, tem uma alta taxa de

transmissão e uma relativa baixa taxa de letalidade e, por isso, os sistemas de transportes (aéreo, terrestre, fluvial), por causarem aglomerações, devem seguir as diretrizes orientadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS), pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e pelas Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde, para que possam oferecer um serviço de qualidade, que respeite o conforto e o estado de saúde de seus usuários, o que, reflete também, na contenção da perda econômica que o setor vinha sendo submetido.

2.4 Perspectivas para um ‘Novo Cenário’ e a Retomada do Setor de Transportes no Brasil

O mundo todo vem passando por mudanças comportamentais individuais e coletivas em todas as dimensões da vida social, que inclui as dimensões econômicas, culturais, religiosas, seguridade social, educação, etc. Os impactos causados pelo novo Coronavírus (Covid-19) são claros em todas essas dimensões e deixam como legado a incerteza de como todas essas dimensões da vida social devem agir para minimizar as perdas e para iniciar o processo de recuperação.

Como foi explanado ao longo do texto, o setor do turismo foi impactado de forma drástica em todas as suas especialidades e para que o turismo recupere sua força produtiva e, conseqüentemente, sua potencialidade econômica, o cenário depende exclusivamente de um tratamento eficiente e de cura da doença, em que especialistas enxergam um cenário de recuperação de forma segura apenas no mês de dezembro de 2023.

Barbara Ligeiro (2020) traz uma colocação que é pertinente para o diálogo desse tópico, em que demarca as perguntas mais frequentes sobre o

turismo pós-pandemia, que dizem a “quando, para onde, por que e como vamos viajar quando a pandemia acabar?” (LIGEIRO, 2020, s/p). Essas perguntas foram abordadas a série de setores, procurando previsões e:

O mercado de turismo, como não poderia deixar de ser, tem as suas previsões. E algumas empresas lançaram mão de pesquisas com o intuito de entender como está o ânimo e o desejo do consumidor por esses dias. Segundo uma pesquisa realizada no final de março pelo buscador de passagens aéreas Skyscanner, 53% dos entrevistados acredita que será seguro viajar para o exterior a partir de setembro. Já a pesquisa feita pelo Panrotas com os profissionais da área de turismo traz um otimismo maior: 80% dos trabalhadores do chamado trade de viagens têm esperanças de que a retomada aconteça a partir de maio e junho (LIGEIRO, 2020, s/p).

O Ministério do Turismo (MTUR), principal órgão responsável pela normatização e planejamento do Turismo, havia elaborado o “Plano Nacional do Turismo (2018-2022): Mais emprego e renda para o Brasil”, demonstra que, desde a criação do órgão em 2003, o principal foco do MTUR é a promoção do e fortalecimento da regionalização do turismo. Esse objetivo segue o marco legal promulgado pela Lei nº 11.771/2008 (Lei do Turismo) que orienta os estados, municípios e o Distrito Federal em conjunto com suas comunidades, o planejamento sustentável e seguro do Turismo em suas localidades, proporcionando maior competição entre todas as regiões do país, o que promove a descentralização e fortalece o turismo regional.

Segundo o “Glossário do Turismo” a regionalização do turismo é um:

Modelo de gestão de política pública, descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões. (MTUR, 2018, p. 27)

Esse modelo de gestão de política pública integrada proporciona que as várias regiões constituam seus atrativos turísticos a partir de suas peculiaridades contextuais, e que mesmo assim sejam aparadas pelos órgãos governamentais, no incentivo, apoio e fomento do turismo em todas as regiões. Todavia, o planejamento turístico deve ter como fio condutor para sua efetivação, a sustentabilidade, que segundo Mario Beni:

[...] pode ser entendida como o princípio estruturador de um processo de desenvolvimento centrado na equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente. Portanto, tem possibilidade de tornar-se um fator motivador e mobilizador das instituições, regulando padrões de comportamento e valores dominantes. (BENI, 2007, p. 127)

Essa regionalização do turismo é importante porque fortaleceu e deu visibilidade para atrativos turísticos que eram ofuscados pelos grandes centros. Muitos estudos, como o texto citado da Bárbara Ligeiro (2020) e, também, o estudo elaborado pelo NETUR (Núcleo Estudos em Turismo da Universidade Estadual do Piauí - 2020), demonstram que as demandas turísticas têm como foco, os atrativos turísticos nacionais.

Essa nova realidade, onde a segurança do turismo deve ser prioridade e que o turismo doméstico e regional serão os focos da demanda, também foram apresentadas em junho de 2020, na pesquisa realizada pelo Núcleo de Estudos, Pesquisas e Projetos em Turismo, da Universidade Estadual do Piauí (NETUR-UESPI) que identificou “a intenção de viagem do piauiense após o isolamento social”, cujo objetivo foi conhecer o interesse do piauiense em realizar viagens pelo estado, independente do destino, após o período de isolamento”. (NETUR, 2020, p. 3)

A pesquisa que, por meio de um questionário realizado com 352 pessoas de idades entre 18 a mais de 67 anos, verificou que os destinos das viagens de 65,3% dos piauienses após o isolamento social concentram-se em destinos dentro do Brasil e, 21,9% dos entrevistados querem visitar atrativos turísticos dentro do próprio Estado do Piauí. (NETUR, 2020, p. 3).

A maioria das viagens é de curta duração (87%) e tem como principais motivos: valorizar os atrativos da região; por ser um destino próximo; menos custo; visitar parentes, amigos e; para o lazer. O deslocamento e a estadia desses turistas concentram maior percentual em determinados setores, mas ressalta-se, que todos os setores do turismo são utilizados. Na hospedagem as maiores taxas percentuais indicaram as escolhas dos turistas pela estadia em hotéis (41,8%) e casa de parentes/amigos (27%), mas muitos, ainda preferiram o *camping* (2%), as pousadas domiciliares (12,2%) e os imóveis particulados alugados (9,1%). Para se locomover para seus destinos, os transportes mais escolhidos foram o carro próprio ou alugado (54,8%), ônibus (25,3%) e avião (15,9%). (NETUR, 2020, p. 4)

As entrevistas também apontam que as escolhas para a próxima viagem variam muito, principalmente, pela fonte de renda, motivo da viagem, dentre outros. Mas o que é relevante, é que se observa, que o setor turístico é um sistema que envolve várias outras áreas e é devido a essa característica que o planejamento para o retorno das atividades, nesse período de pandemia, deve ser meticulosamente realizado.

O MTUR elaborou algumas ações para todos os segmentos do turismo, como exemplo, o Manual e Cartilha explicativa sobre o Coronavírus; o Selo Turismo Responsável; a Medida Provisória de Crédito Extraordinário e a Promoção de Marketing explicativo denominada de “Não cancele, remarque!”. Essas ações visam orientar como as atividades dos diversos

setores devem ser realizadas para assegurar o bem estar e, acima de tudo, a saúde do turista no período pós-pandemia e para “auxiliar no setor, como a manutenção de empregos, a garantia de liquidez das empresas e a revisão de impostos e regulamentos” (MTUR, 2020, p. 2).

O Manual e a cartilha abordam de maneira geral sobre o Novo Coronavírus e dá algumas dicas de higiene para o turista e para as prestadoras de serviços. Já o “Protocolo Turismo Responsável Limpo e Seguro” (MTUR, 2020) elabora medidas específicas para cada um dos setores do turismo, como, por exemplo, para as agências de viagem; organizadoras de eventos; parques temáticos; restaurantes, cafeterias, bares e similares; casas de espetáculos, entre outros e, inclusive, para as áreas de transportes, tais como: transportadoras turísticas; marinas e empreendimento turismo náutico e; locadora de veículo para turista.

Todas essas medidas e orientações visam um “Novo Turismo” que dê preferência a um turismo doméstico e regional, que, seguindo todas as medidas sanitárias de distanciamento social e de higienização, tende a proporcionar ao turista o bem estar e assegurar sua saúde em um contexto pós-pandêmico.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se que a repercussão dos impactos da pandemia da Covid-19 no setor de turismo afetou, em cadeia, todos os setores que envolvem direta e indiretamente o turismo e, o setor dos transportes é o que está na linha de frente destes impactos, pois a atividade turística depende quase que exclusivamente do sistema de transporte para movimentar toda a demanda de passageiros que entram e saem de um território.

Observou-se que, tomar medidas que amenizem tais impactos não é considerar tais ações somente como estratégias mercadológicas que aumentariam a competitividade.

Repensar uma nova forma de executar melhores práticas de utilização do transporte que ofereça ao turista a segurança necessária para se evitar a contaminação da Covid-19, vai além de uma simples estratégia de mercado para reconquistar e atrair a atenção do consumidor final e, passa então a se tornar uma exigência e recomendação de adequação à nova realidade para o “novo normal”, em que o processo de implantação de medidas, protocolos e novas práticas deve primar pelo compromisso de se repensar e reinventar estratégias seguras que amenizem o risco de contaminação do vírus.

Portanto, significa refletir que, respeitar protocolos e adequar o sistema de transporte turístico passa por algo muito mais importante que é a preservação da saúde e da vida do usuário, independentemente do modal de transporte, e em qualquer destino turístico.

REFERÊNCIAS

BRASIL. AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA - ANVISA. **Protocolos e Planos de Contingência – Coronavírus**. ANVISA, Brasil, 2020. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/coronavirus/protocolos?fbclid=IwAR0YYAaAUrv-V4JKJ-Bx3Sd8aXNCtn7QWfVKsevostUX5z83zLFLATlaBjs>. Acesso em: 22 jul. 2020

BRASIL. MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA (MI). **Novas Medidas Sanitárias na aviação civil reforçam uso de máscara e proteção a passageiros e profissionais**. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <http://transportes.gov.br/ultimas-noticias/9807-novas-medidas-sanit%C3%A1rias-na-avia%C3%A7%C3%A3o-civil-refor%C3%A7am-uso-de-m%C3%A1scara-e-prote%C3%A7%C3%A3o-a-passageiros-e>

profissionais.html?fbclid=IwAR34cukUZQKOD-yKyF6eXIPQy1MSgAi5rD5VV94VTgxGAIOekiMZdw9s7LI. Acesso em: 21 jul. 2020

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE (MS). **Sobre a doença**. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#como-se-proteger>. Acesso em: 24 jun. 2020.

BRASIL. SECRETARIA DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE (SVS); Ministério da Saúde (MS). **Semana Epidemiológica 25 (14 a 20/06)**. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <http://saude.gov.br/images/pdf/2020/June/25/Boletim-epidemiologico-COVID-19-2.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Plano Nacional do Turismo (2018 – 2022): mais emprego e renda para o Brasil**. Brasília, DF, 2020.

_____. Subsecretaria de Inovação e Gestão e Conhecimento (SIG). **Boletim de Estatísticas Turísticas: 1º trimestre 2020**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins.html>. Acesso em: 27 jun. 2020

_____. **Turismo responsável, limpo e seguro: faça sua parte**. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>. Acesso em: 14 jun. 2020.

_____. **Manual sobre o Coronavírus**. Ed 4, Brasília, DF. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/manuais/Manual%20Coronav%C3%ADrus%20-%2001_05.pdf. Acesso em: 13 jun. 2020.

_____. **Glossário do Turismo**: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. Brasília: Mtur, 2020.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Papirus Editora, 2014.

BBC NEWS. **Coronavírus: o mapa que mostra o alcance mundial da doença**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51718755>. Acesso em: 22 mai. 2020.

BENI, M. **Análise Estrutural do Turismo**. Editora SENAC, 12 edições São Paulo, 2007.

BOLETIM DE NOTÍCIAS CONJUR. **Barroso mantém decreto estadual que proíbe transporte fluvial no Amazonas**. Revista Consultor Jurídico, 2020. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2020-abr-13/barroso-mantem-decreto-estadual-proibe-transporte-fluvial-amazonas?fbclid=IwAR11QU-RAofeA8T2rxBAU6RPXAmffe2kqa02WVHmqm2RVOCDWNdD_ihYiAo. Acesso em: 23 jun. 2020.

CAVALCANTE, P. **Governador decreta calamidade e suspensão de serviços para combater a Covid-19**. Piauí, 2020. Disponível em: <https://www.pi.gov.br/noticias/governador-decreta-calamidade-e-suspensao-de-servicos-para-combater-a-covid19?fbclid=IwAR0pzgCXs7knvf3LZq5RbvH3RnbwbTqRmh8Zzjv5PsUWCtUV5aQBDk>. Acesso em: 10 jun. 2020

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS PROJETOS (FGV Projetos). **Impacto Econômico do Covid-19 Propostas para o Turismo Brasileiro**. Abril/2020. Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf. Acesso em: 24 jun. 2020

FOLHA DE SÃO PAULO. **Coronavírus provoca redução de mais de 90% de redução de voos no Brasil, mais que média global**. (edição eletrônica de 20 de Abril de 2020) Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/04/coronavirus-provoca->

reducao-de-90-dos-voos-no-brasil-mais-que-media-global.shtml. Acesso em 29 jul. 2020.

INTERNATIONAL AIR TRANSPORTASSOCIATION (IATA). **More Financial Developments**. Disponível em: <https://www.iata.org/>. Acesso em: 24 jun 2020.

LIGEIRO, B. **Turismo pós-coronavírus: os cenários para quando tudo isso passar**. 2020. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/turismo-pos-coronavirus-quando-viajaremos-de-novo/>. Acesso em: 15 jul. 2020.

LIMA, G. C. L. S., SCHECHTMAN, R., BRIZON, L. C., FIGUEIREDO, Z. M. **Transporte público e COVID-19**. O que pode ser feito? Centro de Estudos em Regulação e Infraestrutura da Fundação Getúlio Vargas (FGV CERJ). Rio de Janeiro; 2020. Disponível em: https://ceri.fgv.br/sites/default/files/publicacoes/2020-04/covid_e_mobilidade_urbana_fgv_ceri.pdf. Acesso em: 25 jun. 2020.

MATOS V.; BARCELLOS C. **Relações entre turismo e saúde: abordagens metodológicas e propostas de ação**. Rev Panam Salud Publica. 2010; 28(2):128–34. Disponível em: <https://scielosp.org/pdf/rpsp/2010.v28n2/128-134/pt>. Acesso em: 24 jun. 2020.

NASCIMENTO, A; ROMERO, M. **Governador do Piauí assina novo decreto e mantém quarentena até 30 de Abril**. Piauí, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2020/03/30/governador-mantem-isolamento-social-ate-30-de-abril-e-libera-alguns-setores-da-economia.ghtml?fbclid=IwAR3iHhVOQqOtNRxToII0qOBB9VYRYvPziaQjOU-Dp8R58InszPf9C04fTDs>. Acesso em: 10 jun. 2020.

NÚCLEO ESTUDO SOBRE O TURISMO (NETUR_UESPI). **Intenção de Viagem do Piauiense após Isolamento Social**. NETUR, Teresina – PI, 2020.

MEDEIROS, R. **Protocolo de Biossegurança nos Serviços de Turismo do Amazonas**. Manaus, AM, 2020. Disponível em: http://www.amazonastur.am.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/07_TRANSPORTE_TERRESTRE_E_FLUVIAL.pdf?fbclid=IwAR1xHBqcIrFpq5z6K6BVK-nLG7Y0NsWbRHo3xxpvFeqgHdCpn04-PfeDp9M. Acesso em 20 jun. 2020.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Acessível em: http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html. Acesso em: 18 ago. 2020.

OLIVEIRA, A; SOUZA, C. **Análise dos estudos de demanda turística – caso dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional**. FITI, Foz do Iguaçu - PR, 2012.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE (OPAS). **Folha informativa – COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus)**. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acesso em: 24 jun. 2020.

PEARCE, B. **COVID-19 Travel impact of Quarantine**. International Air Transport Association (IATA). Disponível em: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/travel-impact-of-quarantine/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

PEARCE, B. **COVID-19 Outlook for their line industry 2020-2021**. International Air Transport Association (IATA) Disponível em: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance-june-2020-presentation/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

PORSSE, A. A.; SOUZA, K. B. de; CARVALHO, T. S.; VALE, V. A. **Impactos Econômicos do COVID-19 no Brasil**. Nota Técnica NEDUR-UFPR No 01-2020, Núcleo de Estudos em Desenvolvimento Urbano e Regional (NEDUR) da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Abril/2020.

SILVA, F. **Transportes Turísticos na Amazônia**: problemas e soluções dos principais pontos de acesso à região. Universidade Aveiro, 2008.

SILVA, V. H. M.; PAULA, N. M. **A Saúde do Viajante no Contexto do Turismo**. São Paulo, UAM, Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/4/164.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2020.

STROISCH, B. **Plano Sanitário define como será a retomada do transporte público em Florianópolis**. Ndmais, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/plano-sanitario-define-como-sera-retomada-do-transporte-publico-em-florianopolis/?fbclid=IwAR0R6VyM3DFGZI9VvrUL7kY4StRCDHi4LcykHDCXYjLMNAk7FqqIPeuEx30>. Acesso em: 20 jun. 2020.

PANROTAS. **Mercado e Natureza são destaques no Brasil**. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/09/brasil-e-o-32o-pais-mais-competitivo-no-turismo-veja-ranking_167371.html. Acesso em: 18 ago. 2020.

WERNECK, M. A. F; FARIA, H. P; CAMPOS, K.F.C. **Protocolos de cuidado à saúde e de organização do serviço**. Belo Horizonte: Editora Coopmed, 2009. Disponível em: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/1750.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2020.

THE WORLD TRAVEL&TOURISM COUNCIL (WTTC); Oxford Economics. **Economic Impact Reports**. Disponível em: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. Acesso em: 22 jun. 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Coronavírus**. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1. Acesso em: 22 jun. 2020.

_____. **Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard**. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

_____. **TRAVEL & TOURISM - RECOVERY SCENARIOS 2020 & ECONOMIC IMPACT FROM COVID-19**. Disponível em: [https://wttc.org/Research/Economic Impact/moduleId/1445/itemId/91/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload](https://wttc.org/Research/EconomicImpact/moduleId/1445/itemId/91/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload). Acesso em: 22 jun. 2020.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). **GLOBAL GUIDELINES TO RESTART TOURISM**. Madrid, Spain, 2020. Disponível em: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO-Global-Guidelines-to-Restart-Tourism.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2020.

COMPILAÇÕES DE PROTOCOLOS SANITÁRIOS PARA UTILIZAÇÃO DE NOVAS PRÁXIS DO TURISMO PÓS COVID-19 NO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Marcos José de Souza Cipriano¹

Maria Francisca Hosana Rodrigues da Silva²

Samuel Jordan de Souza França³

1 INTRODUÇÃO

É imprescindível entender diante da conjuntura atual, que o ano de 2020 foi significativamente impactado pela pandemia da Covid-19, que convém ressaltar que a divulgação foi declarada oficialmente pela Organização Mundial da Saúde (OMS), pois é válido também mencionar que até o momento ainda não há fabricação de vacina. A patologia é considerada infectocontagiosa, salientando-se que o vírus se propaga com rápida disseminação e com grande número de casos em que atinge diversos países, tendo graves consequências para a economia do Brasil e do mundo.

Diante disso, com a finalidade de impedir a propagação do novo coronavírus, o Brasil adotou as recomendações das autoridades sanitárias de medidas de prevenção, tais como, lavar as mãos adequadamente com frequência, a adoção do uso de álcool em gel e máscaras, aconselhando-se

¹ Bacharel em Comunicação Social (UFRN); Mestre em Letras (UERN). Graduando em Licenciatura em Letras, Língua Portuguesa.

² Bacharelanda em Turismo (UESPI).

³ Bacharelando em Turismo (UERN).

também evitar tocar nos olhos, boca e nariz, além de manter o distanciamento e o isolamento social. Estabeleceu-se também a promulgação de decretos, para manter as atividades econômicas consideradas não essenciais temporariamente fechadas. No entanto, mesmo com as medidas protetivas de segurança, o número de casos ainda cresce alarmante no Brasil.

Logo, constata-se nesse cenário de pandemia, que o setor de turismo foi um dos mais afetados, como também, a área de alimentos e bebidas (A&B) que será o foco desta pesquisa. É evidente que as atividades turísticas sofreram significativamente uma redução e em certo momento até foram interrompidas, já que se relaciona com o contato e deslocamento das pessoas, no qual se sucederam perdas de receitas, motivadas pelas restrições de viagens. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2020), em três meses, o turismo já acumulou perdas de quase R\$90 bilhões.

Com as viagens internacionais e nacionais restritas, considera-se uma adequada medida preventiva e protetiva para evitar aglomerações nos destinos por turistas/clientes. No entanto com os impactos da Covid-19, tornam-se necessárias e urgentes, a criação de alternativas para a sobrevivência e manutenção do setor de alimentos e bebidas, já que a pandemia mudou a rotina das pessoas que pararam de frequentar bares e restaurantes e outros estabelecimentos de A&B.

Percebe-se então, que os estabelecimentos de A&B para manterem as receitas, adotaram a estratégia e o uso de *drive thru e delivery*, já que o costume e hábito de consumo da população foram modificados a partir da quarentena, que foi recomendado pelos órgãos de saúde. Por exemplo, como as pessoas estão mantendo as atividades em casa, é perceptível o aumento de compras nos mercados de forma online. No entanto, há empreendimentos que não

conseguiram se reinventar e fecharam temporariamente, no qual aguardam o retorno da atividade de forma gradual e segura.

Assim diante da situação de tantos desafios no enfrentamento dos impactos da Covid-19, se faz necessário e relevante, organizar uma compilação de protocolos no setor de alimentos e bebidas para o segmento do turismo.

Para tanto, o presente artigo tem como objetivo geral: sistematizar os protocolos sanitários, no formato de compilações com vistas às novas práticas do turismo após a pandemia da Covid-19 com relação a alimentos e bebidas. Elencam-se ainda como objetivos específicos: apresentar os protocolos de higiene sanitária para o enfrentamento ao Covid-19 recomendados pela Organização Mundial de Saúde (OMS), Organização Mundial de Turismo (OMT), Ministério da Saúde (MS) e Ministério do Turismo (MTur) do Brasil, direcionados às empresas do setor turístico; enfatizar os procedimentos de sanitização e medidas de reabertura progressiva que estão sendo propostas para o serviço de A&B, e acompanhar ações de prevenção, controle e as responsabilidades para a retomada das operações com segurança na manipulação adequada de alimentos e bebidas.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Breve panorama e compreensão do Setor de alimentos e bebidas no Brasil

O setor de alimentos e bebidas (A&B) é classificado no Brasil pelo Ministério do Turismo (2011) utilizados nas categorias de restaurante, bar, lanchonete, cafeteria, quiosque, barraca de praia, sorveteria, confeitaria e padaria. Ou seja, é todo estabelecimento que fornece o serviço de refeições mediante o pagamento e podendo ser consumido ou não no local.

Com essa classificação feita pelo Ministério do Turismo (MTur) observa-se o aumento significativo de estabelecimentos desses serviços nas cidades, apresentando-se como relevante demanda e oferta no setor, contribuindo na movimentação do fluxo econômico e conseqüentemente gerando milhões de empregos, não só o surgimento de novos como também o desaparecimento do empreendimento com a falta de planejamento e profissionalismo.

O surgimento de novos estabelecimentos de A&B e principalmente de restaurantes, acompanha o processo de urbanização do país, como o tráfego intenso das cidades, longas jornadas de trabalho, como também é favorecido pelo aumento da população, pelo poder aquisitivo, situando-se ainda pelas novas tendências e principalmente ocasionado pelo uso de refeições fora de casa. Venturi (2010, p. 20) enfatiza que:

De fato, as razões que as levam a se alimentar fora de casa são desde o suprimento das simples necessidades biológicas até o atendimento de complexas variáveis sociais, como, por exemplo, comemorar alguma conquista pessoal ou profissional, começar ou fortalecer um relacionamento, esclarecer conflitos familiares e de amizade, e inúmeros outros motivos. Além disso, ainda há outros fatores que podem levar à busca desses estabelecimentos, tais como: ambiente; cardápio; chef; clima; curiosidade; horário de funcionamento; indicação; localização; porte; preço; público; qualidade; saúde e serviço.

Logo, percebe-se que o ato de comer e beber fora de casa é notado como uma ação social em que agrega pessoas em um mesmo estabelecimento, seja por necessidades biológicas ou devido ao trabalho, seja por lazer ou por status social. Importante salientar ainda, que de acordo com a pesquisa do IBGE (2019), comer fora de casa consome um terço das despesas das famílias com alimentação.

Diante dessa demanda, os restaurantes atualmente além de oferecer o serviço de alimentos e bebidas, passaram a ser uma opção de lazer, por exemplo, o prazer de degustar novos pratos e bebidas. Distinguindo-se dos restaurantes de antigamente que para Maricato (2005) a principal atração até a década 80 era a arquitetura e decoração do local, no qual representava status e atraía mais visitantes.

A cultura e a culinária, influencia na escolha do estabelecimento de A&B, trazendo a ideia da gastronomia. Como por exemplo, se faz oportuno citar os festivais gastronômicos, que possivelmente contribuem para proporcionar visibilidade ao município, atraindo os moradores e turistas, gerando conseqüentemente receitas ao município e também para a cadeia produtiva de alimentos e bebidas, fomentando o turismo da cidade.

2.2 Relevância do setor de Alimentos e Bebidas (A&B) para o turismo

O serviço de alimentos e bebidas na atividade turística é essencial para o desenvolvimento do turismo na região. Dessa forma, a gastronomia conquista espaço como forma de oferta turística, valorizando o aspecto cultural e proporcionando a atração e participação da população local, além da presença de turistas.

No Brasil, segundo o levantamento da Bookin.com (2018), aponta que 7 em cada 10 brasileiros escolhem o destino pelas ótimas comidas e bebidas. Ainda de acordo com outra pesquisa constatou-se que a gastronomia é o terceiro motivo que leva o turista a viajar, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2017). Para colaborar nessa mesma perspectiva, Oliveira (2013, p. 23) enfatiza que:

A gastronomia abrange o alimentar-se em toda a sua totalidade, a sua cultura, o seu modo de preparo, os seus ingredientes, o local servido, o prazer em saborear o alimento, enfim tudo está relacionado à culinária e sua arte.

Sendo assim, percebe-se que não somente se trata de alimentar-se e sim de degustar alimentos e bebidas regionais, com recomendações de um adequado e satisfatório estabelecimento de A&B. No qual possivelmente evidencia-se como isto, na atração de turistas, que buscam experiências gastronômicas, contribuindo necessariamente para impulsionar o mercado de alimentos e bebidas de um determinado destino.

Outro aspecto a ser mencionado, é que os turistas passaram a buscar novos hábitos, em se tratando de alimentos e bebidas saudáveis, mediados por proporcionar qualidade, conforto e bem-estar.

Ademais, verifica-se a necessidade e obrigatoriedade que os estabelecimentos de A&B responsabilizem-se com o padrão de qualidade e com o comprometimento da saúde alimentar, visando-se atender as exigências e expectativas do cliente/visitante.

2.3 Especificidades relacionadas à segurança alimentar e qualidade em Alimentos e bebidas (A&B) no Turismo

As discussões e reflexões sobre segurança e qualidade alimentar mediadas pelas universidades, pelo setor público e privado, vem se ampliando desde a década de 40, com o fim da segunda guerra mundial. O debate sobre a soberania nacional e autossuficiência alimentar traz consigo inúmeros postulados e teorias que não fazem parte do escopo do presente artigo. Serão abordados conceitos, leis, políticas e protocolos que buscam fundamentar, entender e esclarecer as diretrizes e norteamentos considerados relevantes

para uma compreensão da qualidade na segurança sanitária com inserção nos equipamentos de alimentos e bebidas (A&B) pela perspectiva do turismo.

Dessa forma, Castelli (2003) reforça que o setor de alimentos e bebidas (A&B) é estruturado por quatro ambientes: área do restaurante, que fornece alimentação mediante pagamento; cozinha, sendo um conjunto de equipamentos e instalações integrados para a produção de refeições; copa é uma área menor que o ambiente da cozinha; e o bar, que é um local onde vendem bebidas acompanhadas por vezes de petiscos.

Nesse sentido, diante dos acontecimentos e cenários de conflitos e desafios em decorrência da pandemia da Covid-19 em 2020, faz-se necessário uma contextualização sobre segurança alimentar. Para tanto, Guedes (2008, p. 05) descreve que,

A Segurança alimentar pode ser considerada como um conjunto de normas relacionadas à produção, transporte e armazenamento de alimentos visando características físico-químicas, microbiológicas e sensoriais padronizadas, segundo as quais os alimentos seriam adequados ao consumo. Muitas destas normas são internacionalizadas, de modo que as relações entre os povos possam atender as necessidades comerciais e sanitárias.

A desobediência das normas de vigilância e inspeção sanitária pode acarretar conseqüentemente em danos relacionados ao comprometimento da saúde ao indivíduo e a sociedade global. Além de corroborar na fragilidade ou enfraquecimento da atividade turística, e sucessivamente gerar prejuízos no sistema e cadeia que envolve os 52 setores da economia com impacto direto no turismo.

Nessa perspectiva evidencia-se que é de responsabilidade e incumbência dos operadores de equipamentos, prezarem pela saúde dos visitantes e da comunidade receptora durante o planejamento e a

manipulação no preparo dos produtos alimentícios para o consumo. Existe uma confusão em relação ao termo higiene e limpeza embora possam estar relacionados entre si. A higiene é bem mais abrangente e significa parte das ciências médicas que tem como objeto a conservação da saúde e a prevenção de doenças. A limpeza se refere à qualidade de limpo e consiste em retirar a sujeira de alguma coisa (OMT, 2003). A falta de higiene e inadequado ambiente sanitário nos cenários internos pode expor o consumidor a ter contato com doenças veiculadas por alimentos (DVA's), como Felix e Martins (2013, p. 359) também apontaram que,

Estudos evidenciam que a precariedade ou inexistência de certos cuidados no processo de preparação e produção de alimentos, pode aumentar significativamente a probabilidade de ocorrer uma intoxicação por microrganismos causadores de DVA's.

Já Figueiredo (2004), afirma que estudos apontam que aproximadamente 100 milhões de indivíduos, aferindo a população dos países industrializados, contraem doenças veiculadas por alimentos (DVA's), através do consumo de refeições e água contaminada. E ressalta que, estatisticamente, 85% dos casos poderiam ser evitados se as pessoas e ou organizações manipulassem corretamente os alimentos.

Vários podem ser os fatores que corroboram para o descontrole sanitário e proliferação de microrganismos dentro de um ambiente de A&B. Instituições internacionais desde já algum tempo, alertam sobre os perigos invisíveis que se escondem e se desenvolvem diante de alguns cenários. A OMS (2006) descreve que os cinco fatores de maior risco para o aparecimento de doenças de origem alimentar, são a confecção inadequada, a quebra da cadeia de frio, a limpeza e higienização desajustada, a contaminação cruzada e as matérias-primas inseguras.

Percebe-se além, mais do que responsabilidade dos operadores de equipamentos turísticos de A&B, também é de igual responsabilidade do Estado, em suas esferas municipais, estaduais e federais, o planejamento de ações que possam assegurar à comunidade local e aos turistas, um ambiente limpo de possíveis agentes contaminadores, através de leis, protocolos e resoluções. Assim, observa-se também que as autoridades da área de proteção dos alimentos classificam a contaminação de natureza biológica de origem microbiana como o perigo principal para a Saúde Pública (CÂMARA, 2002).

Ressalta-se ainda, que existem dois tipos de perigos biológicos que devemos considerar: os macrobiológicos e os microbiológicos. Dentre os perigos macrobiológicos, se incluem, por exemplo, as moscas, mosquitos e outros insetos que, mesmo ingeridos, não representa risco à saúde do consumidor, exceto alguns insetos venenosos. Porém, algumas partes destes insetos teoricamente inofensivos podem carregar outro tipo de perigo, que são os microrganismos (perigos microbiológicos) e, em alguns casos, existem aqueles que são patogênicos. Por isso, os insetos representam perigos, ao pousarem sobre alimentos prontos para consumo, podendo contaminá-los com *Salmonella sp.* ou *Escherichia colientero-hemorrágica*. No entanto, caso o inseto contamine o alimento antes deste ser tratado termicamente, não representará um perigo grave, já que este tratamento reduzirá o risco de dano à saúde (Chaves, 2004).

A Organização Mundial de Turismo destacou em 1997 que a segurança era um conceito fundamental para a qualidade dos serviços turísticos de modo geral. No resumo do documento intitulado “*Seguridad en turismo: Medidas prácticas para los destinos*”, ressaltou-se o que, *La seguridad es esencial para dar calidad al turismo. Más que cualquier otra actividad económica, élexito*

o el fracaso de un destino turístico dependen de su capacidad para proporcionar a los visitantes un entorno seguro (OMT, 1997).

Ainda de acordo com a OMT (2003), a qualidade e a inocuidade dos alimentos constituem uma das principais preocupações do consumidor em matéria de turismo, e são prioridades dos operadores turísticos e dos fornecedores de alimentos que abastecem o setor. Corroborando com a ideia de ambientes mais limpos e seguro

Além dos cuidados com a higiene dos alimentos, dos utensílios e equipamentos, faz-se necessária uma atenção especial para a higiene do espaço onde se preparam e distribuem as refeições, pois o resultado final do alimento depende dessa corrente ser segura e nunca rompida. Nem sempre é possível um local perfeito para o serviço de alimentação. Mas pode ser adaptado, tornando-se ideal para o desenvolvimento de um excelente trabalho, sem riscos para o alimento. (SESC, 2004; Resolução nº 275, 2002).

Após as exposições e explicitações em torno dos alimentos e bebidas, é válido ainda salientar alguns cuidados e recomendações referentes ao preparo e serviço dos alimentos dentro dos equipamentos. Logo, Castelli (2003) ressalta que se faz necessário a implantação de alguns métodos, dentre estes, o senso de limpeza. Para trazer benefícios ao estabelecimento, é preciso manter o ambiente organizado, os objetos e o local de trabalho em perfeito estado de higiene. Para isso, o preparo e fornecimento das refeições devem ser realizados obedecendo às normas sanitárias vigentes, tendo em vista à manutenção da saúde e conseqüentemente a satisfação do público consumidor. Portanto é preciso que todos tenham boas práticas durante todas as etapas de produção (MTUR, 2014).

Observa-se também que é imprescindível à ação de órgãos de regulamentação para o maior controle e fiscalização das leis vigentes. Nesse

sentido, a ANVISA disponibiliza regras que indicam como certos processos produtivos devem ser realizados e, com isso, garante que o alimento consumido em estabelecimentos alimentícios tenha um padrão mínimo de qualidade, preservando a saúde. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) é um órgão criado pelo governo federal que, de acordo com a Lei 9.782/99, art. 6, promove ações capazes de eliminar, diminuir ou prevenir riscos à saúde, intervindo nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção e da circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde, controlando processos produtivos transporte e armazenamento de alimentos, assim como normas de higiene (MAZALLA, 2007).

É pertinente ainda citar a RESOLUÇÃO-RDC Nº 216 DE 15 DE SETEMBRO DE 2004 da ANVISA, que dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Que segundo o documento, enfatiza as boas práticas para os serviços de alimentação, com foco na manutenção e a higienização dos instrumentos, instalações e utensílios, no abastecimento da água, na capacitação profissional e na supervisão da higiene e da saúde dos funcionários que estão manipulando os alimentos, o manejo correto dos lixos, favorecendo um controle da qualidade dos alimentos preparados.

A resolução aplica-se aos serviços de alimentação que realizam algumas das seguintes atividades: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo, tais como cantinas, bufês, comissarias, confeitarias, cozinhas industriais, cozinhas institucionais, lanchonetes, padarias, pastelarias, restaurantes, rotisserias e congêneres. As comissarias instaladas em Portos, Aeroportos, Fronteiras e Terminais Alfandegados

devem, ainda, obedecer aos regulamentos técnicos específicos (ANVISA 2004).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Como lembra Silva e Menezes (2005) à metodologia tem a função de mostrar como andar no “caminho das pedras” de uma determinada pesquisa, auxilia a refletir com um novo olhar curioso, indagador e criativo sobre o mundo. Nesse contexto, para alcançar os objetivos propostos a esta pesquisa e refletir o tema pesquisado foi utilizado um estudo bibliográfico, sendo que esse método é definido pelos autores Marconi e Lakatos (2007, p. 24) como:

[...] um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar duplicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações podendo até orientar as indagações.

Portanto, quanto ao seu delineamento, a pesquisa se caracteriza como bibliográfica, em que com o uso do método, buscou-se o entendimento do setor de alimentos e bebidas no contexto turístico e na contextualização da segurança alimentar e qualidade em A&B no turismo, por meio de artigos científicos, livros, internet e órgãos oficiais.

Já quanto à forma de abordagem é de natureza qualitativa, que segundo Godoy (1995) esse tipo de método permite que a criatividade conduza os pesquisadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques. Para Alves (2007, p. 58) essa abordagem tem as seguintes características:

Trata de levantar possíveis variáveis existentes e na sua interação, o verdadeiro significado da questão, daí a experiência do pesquisador ser fundamental. O pesquisador colhe informações, examina cada caso separadamente e tenta construir um quadro teórico geral.

Neste estudo foi utilizado esse método, para estabelecer uma investigação e filtragem das informações, proporcionando-nos uma acuidade e depuração em toda literatura consultada em relação aos protocolos sanitários de combate ao Covid-19, enfaticamente recomendados pelos órgãos oficiais e instituições direcionadas ao turismo, especificamente ao setor de alimentos e bebidas, que foram publicados durante o período de isolamento social, entre os meados de março.

Quanto à coleta de dados, houve a necessidade de organizar e sistematizar em formato de compilações, os principais protocolos de sanitização para o setor de A&B.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Diante dos acontecimentos e desafios em decorrência da Covid-19, fez-se de forma imprescindível adaptar-se para a retomada das atividades no setor de A&B, respeitando os decretos e protocolos oficiais que autorizam a reabertura de forma segura e gradual. Por essa razão, foi necessário delimitar como objetivo geral desse estudo, sistematizar medidas sanitárias e de segurança alimentar no formato de compilações, para auxiliar os estabelecimentos turísticos e os colaboradores que trabalham e fazem uso dos serviços desse setor.

Para isso, foi preciso compreender como se comportam os equipamentos de alimentos e bebidas, suas leis, diretrizes, recomendações e aplicabilidades. A complexidade desta atividade, corroborado juntamente à

sua importância econômica, exigiu que o embasamento teórico-filosófico fosse substancialmente agregado por informações e referências atuais sobre a atividade, para entender cada fase do funcionamento destes locais, tais como entrada de insumos, processos de armazenamento, qualidade no trato e manipulação com os alimentos, higiene dos postos de trabalho, fluxo de clientes e logística dos espaços internos e externos. Bem como, evidenciar a compreensão das medidas já existentes para prevenção contra a contaminação por doenças veiculadas por alimentos (DVA).

Nesse contexto, foram apreciados diversos artigos científicos, livros, relatos de autoridades, reportagens e afins, fazendo deste trabalho um estudo bibliográfico qualitativo. Com base no referencial, foi possível identificar uma gama de organizações nas quais os autores deste estudo focaram seus esforços para esmiuçar as especificidades da segurança alimentar, higiene e política sanitária em relação ao setor de A&B no turismo. Tendo isso exposto, a presente pesquisa respaldou-se em dados obtidos através de uma criteriosa investigação e análise, compilando os vários protocolos lançados por alguns dos principais órgãos de regulamentação e aplicação de diretrizes para a conseguinte retomada segura da atividade turística, obedecendo aos decretos e protocolos. Concluindo, assim, os objetivos específicos descritos no início deste estudo.

A seguinte tabela foi construída com base nos principais documentos do Ministério do Turismo (MTUR), Ministério da Saúde (MS), Organização Mundial do Turismo (OMT), Organização Mundial da Saúde (OMS), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Os protocolos foram organizados em cinco tópicos: Segurança e higiene, Distanciamento social,

Orientações para os colaboradores e clientes, Adequação do ambiente, Fornecedores e operações.

Ressalta-se, ainda, que para alguns setores dentro dos equipamentos, os protocolos de higiene e sanitização permaneceram praticamente os mesmos, acrescentando-se apenas o rigor dobrado com a higienização das mãos e o uso de álcool em gel durante cada manipulação. Por isso, para que os protocolos não se repetissem, os autores optaram por organizar da forma mais objetiva possível.

Quadro 01 *Protocolos de Segurança Sanitária para o Setor de A&B (COVID-19)*

Segurança e higiene

1. Para superfícies, produtos à base de álcool ou com princípios ativos diferentes podem ser usados para fins de desinfecção.
2. Todos os detergentes, desinfetantes e outros produtos usados devem possuir autorização do Ministério da Saúde, seguir a regulamentação da Anvisa e seu uso deve seguir as instruções do fabricante.
3. Todos os funcionários devem lavar bem as mãos durante 20 segundos com água e sabão após qualquer contato com alguém que não esteja bem ou com sintomas consistentes com infecção.
4. Luvas descartáveis não devem ser usadas no ambiente de trabalho como um substituto para a lavagem das mãos.
5. Os funcionários do setor de alimentos podem usar luvas, porém essas devem ser trocadas com frequência e as mãos devem ser lavadas entre a troca das luvas e quando as luvas são removidas.
6. A lavagem das mãos é uma barreira protetora maior contra infecções quando comparada ao uso de luvas descartáveis.
7. As empresas de alimentos devem garantir que as instalações sanitárias sejam fornecidas de forma adequada e que os funcionários lavem as mãos com toda a atenção e com frequência necessária.
8. O uso correto de máscaras é fundamental para evitar a propagação da covid-19.
9. A empresa deve disponibilizar máscaras para os manipuladores de alimentos para serem usadas conforme estabelecido pelo órgão competente.
10. A retirada das máscaras nos estabelecimentos ocorre somente no ato de se alimentar e que o descarte delas ocorra em lixeira exclusiva acionada por pedal e visível aos clientes
11. Protetor facial tipo visor (*faceshield*): Indicado como opção para uso tanto para manipuladores de alimentos quanto para colaboradores que tenham contato com

clientes e prestadores de serviço. É reutilizável, de alta durabilidade e de fácil limpeza. Alguns protocolos podem recomendar o uso da máscara e deste dispositivo juntos.

12. As máscaras são de uso individual e não podem ser compartilhadas. Mesmo de máscara, mantenha distância de mais de 1,5 m de outra pessoa.
13. É imprescindível respeitar todos os protocolos em relação ao uso, higienização, reutilização e descarte de máscaras propostos pelas autoridades nacionais e internacionais.
14. Reforçar os procedimentos de limpeza e desinfecção com produtos desinfetantes, devidamente aprovados pela ANVISA, em todos os ambientes, superfícies e equipamentos, minimamente no início e término das atividades.
15. Aumentar a frequência da limpeza e desinfecção com produtos desinfetantes, devidamente aprovados pela ANVISA, de áreas comuns e de grande circulação de pessoas durante o período de funcionamento, com controle do registro da efetivação nos horários pré-definidos.

Distanciamento social

1. As diretrizes da OMS indicam que se mantenha, pelo menos, 1 metro de distância entre colegas de trabalho.
2. Quando o ambiente de produção de alimentos dificulta o distanciamento, os empregadores devem considerar quais medidas tomar para proteger os funcionários.
3. Escalonar as estações de trabalho para que os trabalhadores de alimentos não tenham contato direto.
4. Fornecer EPIs como máscaras, redes de proteção para cabelos, luvas descartáveis, macacões limpos e sapatos de trabalho antiderrapantes para os funcionários.
5. Limitar o número de funcionários em uma área de preparação de alimentos a qualquer momento.
6. Organizar funcionários em grupos de trabalho ou equipes para facilitar a redução da interação entre grupos.
7. Promova o distanciamento de 1m entre pessoas nas filas na entrada ou para o pagamento. Você pode, por exemplo, fazer marcações no chão com essa distância. Estabelecer o distanciamento também vale para o pessoal da cozinha e, se possível, dividir em turnos.
8. Implementar barreiras físicas, como divisórias, quando a distância mínima entre as pessoas não puder ser mantida.
9. Evitar aglomeração na entrada, na saída e durante a utilização dos espaços de uso comum.
10. Adotar procedimentos que permitam a manutenção da distância mínima de 1 metro entre pessoas em todos os ambientes, internos e externos, ressalvadas as exceções em razão da especificidade da atividade ou para pessoas que dependam

de acompanhamento ou cuidados especiais, como crianças, idosos e pessoas com deficiência.

Orientações para os colaboradores e clientes

1. Demonstrar preocupação com a saúde dos colaboradores e clientes.
2. Todos colaboradores devem ser orientados sobre boas práticas, como manter o uniforme e materiais limpos e higienizados de maneira correta.
3. Implementar medidas de triagem antes da entrada, como aferição de temperatura corporal e aplicação de questionário.
4. Orientar os clientes a fazer o pagamento preferencialmente com cartões ou através do celular, evitando a manipulação de notas e moedas.
5. Orientar os funcionários para que evitem conversas desnecessárias, entre si e com os clientes.
6. Orientar a não tossir ou espirrar próximo de outras pessoas ou dos alimentos.
7. Disponibilize álcool em gel 70% para os clientes, na entrada e em pontos estratégicos do estabelecimento.
8. Recomenda-se que funcionários administrativos pratiquem teletrabalho ou trabalho remoto.
9. Os pratos, copos e talheres devem ser oferecidos ao cliente com proteção.
10. Orientar os funcionários e clientes para que evitem o contato entre uniformes e roupas limpas com uniformes e roupas usados, mantendo calçados longe das peças de vestuário, evitando a contaminação cruzada.
11. Planejar o controle de acesso aos vestiários e banheiros tanto para clientes como para colaboradores.
12. Deverá haver a presença de um colaborador orientando os clientes sobre a proibição do compartilhamento de objetos e contato físico com terceiros como abraços, beijos e apertos de mão.
13. Os colaboradores devem ser orientados a evitar conversas desnecessárias, entre si e com os clientes.

Adequação do ambiente

1. As cadeiras/mesas devem ter número suficiente para garantir que a distância de 1 metro de distância entre as pessoas seja respeitada.
2. Demarcar e reorganizar os locais e espaços para filas e esperas, respeitando o distanciamento social.
3. No ambiente deve ter orientações de combate ao Covid-19, como cartaz e panfletos e visível aos clientes e colaboradores.
4. Privilegiar a ventilação natural do ambiente, mantendo portas e janelas abertas.
5. No caso do uso de ar-condicionado ou outros sistemas de climatização, garantir a

- limpeza dos equipamentos e manutenção periodicamente.
6. Disponibilizar lixeiras exclusivas para o descarte de máscara acionada por pedal e visível aos clientes e colaboradores.
 7. Implementar barreiras físicas como divisórias de acrílico no caixa, quando a distância mínima entre as pessoas não puder ser mantida.
 8. Recomenda-se a disponibilização de tapetes sanitizantes em todos os acessos do estabelecimento, sendo periodicamente higienizados e trocados.
 9. Disponibilizar um cardápio alternativo, como menu físico (em uma lousa) ou plastificado, que possa ser higienizado após o uso. Ou usar cardápio digital com leitor de QR *code*.
 10. Dar preferência ao uso de talheres, copos e pratos descartáveis. Ou oferecer talheres higienizados em embalagens individuais, além de manter os pratos, copos e demais utensílios protegidos.
 11. Utilizar aplicativos de comunicação para reuniões, treinamentos e programas de capacitação com todos os funcionários.
 12. Proceda a limpeza da entrada e da calçada de seu estabelecimento frequentemente com os produtos sanitizantes adequados.
 13. Demarcar áreas que não deverão ser utilizadas e indicar visualmente a limitação máxima de pessoas nos ambientes.
 14. Demarcar e reorganizar os locais e espaços para filas e esperas, respeitando o distanciamento de segurança.
 15. Limitar a ocupação de elevadores, escadas e ambientes restritos.
 16. Assegurar a lavagem e desinfecção das superfícies onde colaboradores e consumidores circulam.
 17. Realizar a limpeza, várias vezes ao dia, das superfícies e objetos de utilização comum (incluindo balcões, interruptores de luz e de elevadores, maçanetas, puxadores de armários, entre outros).
 18. Priorizar o uso de toalhas de mesa de uso único. Caso isso não seja viável, evitar usar as mesmas toalhas de mesa com clientes diferentes, optando por materiais e soluções que facilitam sua alternância entre serviços.
 19. Limpar a superfície das mesas e cadeiras, sempre que um cliente deixar o local.
 20. Priorizar o uso de utensílios descartáveis (copos, talheres, pratos, entre outros).

Fornecedores e Operações

1. Todas as recomendações de higiene e saúde devem ser exigidas também de fornecedores e distribuidores.
2. Os equipamentos de *buffet* devem dispor de anteparo salivar de modo a prevenir a contaminação dos alimentos em decorrência da proximidade ou da ação do consumidor, dos trabalhadores e de outras fontes.
3. Deve ser mantido no início da fila de acesso ao *buffet* um funcionário para orientar os clientes sobre a conduta necessária.
4. Os talheres devem ser disponibilizados de forma descartável ou devem ser lavados e desinfetados a cada uso e colocados separados por pessoa em local que

- evite a contaminação.
5. Incentivar o pagamento por cartão ou outro meio eletrônico, de preferência sem contato (cartões e celulares) evitando, na medida do possível, o uso de dinheiro. Se não for possível, recomenda-se centralizar as cobranças de caixa em um único trabalhador e com algum tipo de suporte (bandeja, vidro ou similar) para evitar possível contaminação.
 6. Adequar à logística com fornecedores para recebimento de mercadorias em local e horário separado do atendimento ao seu público.
 7. Motoristas e outros funcionários que realizam entregas em estabelecimentos de alimentação não devem sair de seus veículos durante a entrega.
 8. Determinar o uso de máscaras pelos entregadores e funcionários.
 9. Disponibilizar álcool gel na entrada da área de recebimento de mercadorias.
 10. Colocar as mercadorias sobre estrado ou balcão para conferência e higiene.
 11. Nos momentos de manuseio de documentos, emissão de recibos ou assinatura de documentos de entrega, utilize luvas ou higienize as mãos ao finalizar os procedimentos.
 12. Motoristas devem receber um desinfetante para as mãos à base de álcool e toalhas de papel.
 13. Os motoristas devem garantir a limpeza e higienização dos transportes e carrinhos de entrega com frequência.
 14. Manter a atenção redobrada quando em casos de contato entre motoristas e funcionários durante o recebimento de mercadorias, bem como no contato com os entregadores no *delivery*. Garantindo o distanciamento e as boas práticas sanitárias.
 15. O entregador deve fazer a correta higienização das mãos antes e depois de cada entrega.
 16. O estabelecimento deve ter um espaço destinado para a entrega do pedido ao entregador (bar, mesa, etc.)
 17. Os alimentos deverão ser colocados em sacos fechados, de preferência selado. A bolsa usada para entrega será limpa e desinfetada por dentro e por fora após cada entrega.
 18. O responsável pela entrega deve usar máscara e luvas.
 19. Se o serviço for fornecido através de aplicativos, o estabelecimento deve supervisionar as atividades desenvolvidas.
 20. Deve conter um sistema para evitar aglomeração de entregadores.
 21. Adotar, sempre que possível reorganização dos processos de trabalho, incluindo o trabalho remoto, especialmente para quem faça parte ou conviva com pessoas do grupo de risco.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020), com base nos protocolos lançados em 2020 por: OMS, MTUR, ANVISA, MS, SEBRAE E ABRASEL.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Destacam-se nesse artigo que os objetivos escolhidos foram atingidos, como a apresentação dos protocolos de higiene sanitária e os procedimentos de sanitização, recomendados pelos órgãos oficiais para o setor de alimentos e bebidas no turismo, como também as medidas de reabertura segura. No qual, se organizou em formato de compilação as orientações em combate a Covid-19.

Com os dados coletados, é válido ressaltar que é imprescindível no combate da corona vírus, seguir os protocolos e recomendações apresentados nesta pesquisa, garantindo a segurança de todos no ambiente de A&B. Além de considerar também, a vigência e obediência aos decretos dos municípios que autorizam e regulamentam a reabertura da atividade de alimentação fora do lar.

Constatou-se nessa pesquisa que é de responsabilidade do estabelecimento de alimentos e bebidas, garantir o padrão de qualidade e a segurança alimentar, prezar pela saúde do cliente/turista durante a manipulação do alimento, evitando-se o descontrole sanitário.

Portanto, este trabalho vislumbra em contribuir com os dados levantados, para que os empreendedores de A&B e nos de serviços de turismo, aderem aos protocolos recomendados, para adaptar-se com a reabertura segura, que assegurem um serviço de alimentos e bebidas em condições adequadas de segurança em combate a Covid-19.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. **Como Retomar as Atividades**. Disponível em: <https://redeabrasel.abrasel.com.br/read->

blog/133_cartilha-como-retomar-as-atividades.html. Acesso em: 12 jul. 2020.

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**: um roteiro passo a passo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ANVISA. **Agência Nacional de Vigilância Sanitária**. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/219201/5923491/NT+48+2020+-+5-6-2020/d10339ca-0679-4abb-ab6d-431f96f41694>. Acesso em: 19 jul. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Sobre a Doença**. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em 13 jul. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Inventário da oferta turística**, 2011. Disponível em: <http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur>. Acesso em: 12 jun. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Gastronomia e Cultura**. Disponível em: www.capacitaçãoturismo.org. Acesso em: 21 jun. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Selo Responsável**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/segmento/restaurantes-cafeaterias-bares-e-similares.php>. Acesso em: 14 jul. 2020

BOOKING. **Pesquisa da Booking.com**, 2018. Disponível em: <https://news.booking.com/pesquisa-da-bookingcom-indica-que-7-em-cada-10-brasileiros-escolhem-o-destino-de-viagem-pela-gastronomia-do-lugar>. Acesso em: 21 jun. 2020.

CÂMARA, S. A. V. **Surtos de Toxinfecções Alimentares no Estado de Mato Grosso do Sul, no período de 1998-2001**. Mato Grosso do Sul, 2002, 79 páginas. Dissertação (Monografia em Gestão em Saúde). Escola de Saúde Pública, Campo Grande/MS.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

CHAVES J. B. P. **Controle de Qualidade**. Disponível em: <http://www.dta.ufv.br/artigos/appcc.htm>. Acesso: em 20 jun. 2020.

CNC. **Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo**. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/editorias/economia/noticias/turismo-acumula-perdas-de-quase-r-90-bilhoes-em-tres-meses>. Acesso: em 28 jun. 2020.

FELIX, F. G; MARTINS, M. L. A. **Turismo e segurança alimentar**: um estudo de caso na Costa Verde do Rio de Janeiro. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 13, n. 3., p.354-371, dez. 2013.

FIGUEIREDO, R. M. **Higiene dos alimentos**. Como não comer fungos, bactérias e outros bichos que fazem mal. Disponível em: <http://www.higienedosalimentos.com.br>. Acesso em: 20 jun. 2020.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Disponível em: bibliotecadigital.fgv.br. Acesso em: 10 jul. 2020.

GUEDES, G. J. P. B. **Segurança Alimentar e Controle de Qualidade**: Um estudo da implantação do Programa Alimento Seguro em supermercados de bairro. 2008. 96f. Dissertação (Mestre em Ciência e Engenharia de Produção) -Centro de Tecnologia, \programa de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Censo 2020, 2019. Disponível em: <https://censo2020.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/25607-comer-fora-de-casa-consome-um-terco-das-despesas-das-familias-com-alimentacao>. Acesso em: 14 jun. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARICATO, Percival. **Marketing para Bares e Restaurantes**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

MAZALLA, Warsten. **Análise dos estabelecimentos alimentícios de Primavera** (SP) 2007. s.i., 2007.

OLIVEIRA, Bianca Rafaella de. **A gastronomia como produto turístico: uma análise do potencial gastronômico da cidade de Natal/RN**. Disponível em arquivos.info.ufrn.br. Acesso em: 21 de jun. 2020.

OMS. Organização Mundial de Saúde. **Conselhos sobre a doença de coronavírus (COVID-19) ao público**. Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>. Acesso em 13 jul. 2020.

_____. **Cinco chaves para uma alimentação mais segura: manual**. Genebra: OMS, 2006.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Second Global Report on Gastronomy Tourism**. Madri, 2017. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418701>. Acesso em: 21 jun. 2020.

_____. **Seguridad en turismo: medidas prácticas para los destinos**. Madrid: OMT, 1997.

_____. **Manual de qualidade, higiene e inocuidade dos alimentos no setor de turismo: guia de consulta para funcionários, planejadores, empresários e operadores de turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em:

https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/retomada/empresario/ebook/ebook_Bares-Lanchonetes-e-Restaurantes.pdf. Acesso em: 13 jul. 2020.

SESC. Serviço Social do Comércio. **Higiene e Apresentação Pessoal dos Manipuladores de Alimentos**. São Paulo: SESC, 2004.

VENTURI, James Luiz. **Gerenciamento de bares e restaurantes**. Porto Alegre: Boolman, 2010.

O SETOR DE EVENTOS NO BRASIL FRENTE À NOVA ORDEM MUNDIAL E O ENFRENTAMENTO À CRISE SANITÁRIA DE 2020

Ricardo Lanzarini¹

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros²

Gildygleide Cruz de Brito Rêgo³

1 APRESENTAÇÃO

A pandemia provocada pela doença respiratória COVID-19 levou o planeta a uma crise sanitária em meados de março de 2020. O surgimento da doença foi registrado em dezembro de 2019 na Ásia e, posteriormente, alastrou-se por todos os continentes, caracterizando-se com alto risco de contágio e, por consequência, tendo o isolamento social como principal forma de prevenção e combate, fato que implica em severas restrições de mobilidade, aglomeração de pessoas e fechamento de fronteiras de cidades, estados e países.

Com todas as restrições sanitárias que se sobrepuseram urgentes no enfrentamento à doença, o mercado financeiro mundial apresentou quedas

¹ Bacharel em Turismo (UFMS) e Doutor em Ciências Humanas (UFSC) com Pós-doutorado em Lazer e Turismo (USP). Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN.

² Bacharel em Turismo (UFRN) e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. Docente do Departamento de Turismo e Hotelaria UFPB.

³ Bacharel em Turismo (UFRN) e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN.

vertiginosas de produção em praticamente todos os setores da economia e, em especial, no turismo. Diversos setores mudaram sua forma de produção para *home office*, muitas indústrias tiveram suas operações congeladas, houve o aumento do desemprego, da pobreza e da violência, mercados alimentícios foram temporariamente desabastecidos, os sistemas de saúde entraram em colapso e as pessoas foram impedidas de viajar ou participar de aglomerações de qualquer ordem, congelando, também o mercado de eventos em nível de acontecimentos presenciais em contraposição ao dinamismo de uma nova ordem digital.

Considerando-se a conjuntura organizacional e restritiva imposta pela pandemia de 2020, o mercado de eventos global sofreu vertiginosa queda de produção, impactando diretamente o PIB mundial, a geração de empregos diretos e indiretos, bem como as dinâmicas de fluxos turísticos em todo o mundo. A nível de Brasil, o Portal Brasileiro de Turismo (2020) publicou que o mercado de eventos correspondia, até março de 2020, a 13% do PIB nacional, com maior impacto econômico no menor espaço de tempo, convertendo três vezes em receita cada real investido, fato que coloca o turismo de eventos como um dos principais meios de arrecadação nos destinos turísticos, sendo amplamente adotado como uma atividade dinâmica capaz de gerar desenvolvimento local e subsidiar a atividade turística.

O turismo de eventos, que compreende as viagens motivadas para a participação em feiras, congressos, negócios, eventos esportivos, shows, entre outros, teve seu contexto de mobilidade (que é próprio da condição do turista) e de aglomeração de pessoas (próprio da condição dos eventos) interdito pelo risco sanitário global, afetando a todos. Inúmeros eventos foram cancelados, adiados sem data definida ou reagendados para o próximo ano, fato que gerou um conglomerado de incertezas, tanto para empresas

quanto para profissionais autônomos, bem como para os participantes que precisaram reorganizar suas agendas, reavaliar as condições financeiras e considerar um novo fator de risco (sanitário) em seus deslocamentos.

Partindo do pressuposto que os grandes eventos culturais e de negócios compõem os alicerces do turismo em muitos países, toma-se como estudo de caso o cenário nacional brasileiro e seus aportes para a superação dessas adversidades. O Brasil é um país reconhecido internacionalmente como destino turístico por suas grandiosas festas de réveillon, carnaval, festas juninas, folclóricas e de comemorações religiosas que reúnem multidões, além das grandes feiras, eventos esportivos e de negócios, congressos e festivais que movimentam fluxos turísticos em todo território nacional.

A título de exemplo, o Carnaval de 2020 foi o último grande evento turístico realizado no Brasil, teve recorde de público, conforme informações veiculadas pelo Ministério do Turismo (2020a), com base nos dados da Confederação Nacional de Comércio, Bens, Serviços e Turismo (CNC). Neste ano, houve um crescimento exponencial de 30% em comparação ao ano anterior, gerando R\$ 8 bilhões em receitas e 25,4 mil empregos temporários, especialmente no setor de alimentação, além de beneficiar empresas de transporte, agências de viagem, setor de lazer e meios de hospedagem, tendo como principais destinos as cidades de Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Salvador, Recife e Olinda. Este caso é consideravelmente emblemático para o turismo brasileiro, que tem buscado respostas e alternativas para superar, de forma segura, as limitações impostas pela crise e minimizar as perdas desses acontecimentos cuja produção não pode ser estocada.

Com a explosão da pandemia, o mercado de eventos passou a buscar formas alternativas de se manter em funcionamento (parcial) e se reestruturar

para atender às novas demandas sanitárias. Protocolos e modelos foram apresentados ao mercado por associações e representantes governamentais em todo o mundo, com o intuito de minimizar os prejuízos e orientar a retomada das atividades. De modo geral, desenham-se três perspectivas distintas e concomitantes: 1) *eventos online*, em que não há aglomerações e deslocamentos, sendo prioritários durante o período de pandemia e limitados em termos de atividades e tecnologias disponíveis; 2) *eventos híbridos*, que envolvem atividades remotas e presenciais, de modo que seja possível potencializar o público consumidor e diminuir ou controlar o aglomerado de pessoas; e 3) *eventos presenciais*, que envolvem um novo comportamento social e protocolos de segurança sanitária.

Embora nenhuma dessas alternativas seja realmente nova, visto que já acontecem desde o início do século XXI, os eventos digitais ganharam destaque e se despontaram como uma alternativa segura, em termos sanitários, para este período de crise, além de modificar a cultura e o comportamento de consumidores e empresários do setor. Contudo, deve-se ponderar que, embora os eventos digitais sejam uma saída parcial e/ou temporária, estão limitados tanto pela carência de acesso dos participantes à tecnologia quanto pela baixa produção de receita que gera para a localidade turística. Além disso, o que se produz em nível de experiência é completamente adverso ao cenário presencial, não sendo, portanto, viável a todos os tipos de eventos e para a sustentação do mercado turístico.

O uso das tecnologias de comunicação, em seus mais variados escopos, corresponde a uma tendência em eventos que deve ser revertida em vantagens para o destino e seus participantes, da forma mais colaborativa possível, de modo a agregar valor ao produto turístico e proporcionar as

melhores experiências aos participantes, além de bons ganhos para o mercado de eventos.

Nesse sentido, são apresentadas aqui, de forma analítica, as principais características do mercado de eventos brasileiro, considerando a transformação do cenário mundial que impacta diretamente o turismo de eventos e suas relações com a tendência digital que tem transformado os modos de produção desse mercado, além de uma análise qualitativa dos treze principais protocolos sanitários de retomada dos eventos presenciais lançados em nível nacional e internacional, compilados em um documento consultivo de caráter operacional por áreas de ação estratégica, a fim de proporcionar aos leitores uma orientação de base sobre os principais protocolos a serem adotados enquanto perdurar a pandemia de COVID-19.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 O novo mercado brasileiro de eventos

Os eventos, que se caracterizam um mercado de atuação extremamente amplo, por abranger as mais variadas formas de transporte, hospedagem, lazer, alimentação, comércio e demais serviços especializados, além de gerar uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade receptora e para a comunidade, vem sofrendo de forma intensificada, com a necessidade e a imposição do isolamento e distanciamento social provocados pela pandemia do COVID-19.

Este mercado vem acarretando, desde março de 2020, altos índices de desemprego e baixa arrecadação em todo território nacional, conforme aponta a pesquisa realizada com empresas de eventos durante o mês do abril de 2020 pelo SEBRAE Nacional em parceria com a União Brasileira dos

Promotores de Feira (UBRAFE) e Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC). Os dados apresentados atestam que 98% do setor de eventos foi afetado diretamente pela pandemia. Desse montante, 62,5% afirmaram que a queda será de 76% a 100% no faturamento em relação a abril de 2019, sendo que 64% das empresas tiveram necessidade de demitir seus colaboradores (SEBRAE, 2020).

Dada a relevância desse mercado, é consenso que as viagens para participação dos diversos tipos de eventos (feiras, congressos, reuniões de negócios, festivais, festas, shows, eventos religiosos, etc.) também devem ser contabilizadas como consumo turístico, já que o visitante de eventos utiliza a infraestrutura e consome produtos e serviços turísticos (GAYER, 2017).

O turismo de eventos também promove a interação entre as pessoas e ajuda na geração e no fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, aproximando o público participante da localidade sede do evento, especialmente porque durante a viagem motivada pelo evento, o turista tem a oportunidade de vivenciar e valorizar a cultura local, fato que contribui para elevar a autoestima da população e fortalecer a imagem do destino e sua promoção turística, ao mesmo tempo em que gera fluxos de deslocamento e visitação. Dessa forma, os eventos passam a ser impulsionados e impulsionadores da economia do local-sede, responsáveis pelo crescimento e desenvolvimento turístico de destinos em todo o mundo (FOCHEZATTO, SCHAIDHAUER, BOHNENBERGER, 2018).

Com a estagnação do turismo de eventos, devido ao problema sanitário global de COVID-19, todos os seus atores (organizadores, promotores, operadores, prestadores de serviços especializados e o público consumidor) têm sido diretamente afetados pela falta de alternativas viáveis de manutenção dos processos produtivos em eventos que possam ser seguros e

acessíveis a todos. Empresas e profissionais do setor têm se adaptado a uma nova ordem de produção mundial, repleta de incertezas, e a um outro perfil de consumidor, com novas exigências provenientes do atual cenário.

Embora os eventos sejam considerados atividades de risco (principalmente pela aglomeração de pessoas), também são uma ferramenta estratégica para a rápida recuperação da economia brasileira, pois são ações comerciais organizadas, com um público que se caracteriza como mais exigente e de maior poder aquisitivo, visto que gasta três vezes mais que um turista em viagem de lazer. Por isso, é de fundamental importância que o poder público e a iniciativa privada desenvolvam parcerias e compromissos de ajuda mútua em prol do mercado de eventos, a fim de que seja assegurada a dinamização dos eventos de forma segura, com a adesão de boas práticas de higiene.

Nesse contexto, formas alternativas de reestruturação do mercado de eventos, com protocolos e manuais de segurança sanitária elaborados por associações e entidades governamentais nacionais e internacionais, começam a ser apresentadas para orientar a retomada do setor. Um recente exemplo é a campanha #estamosprontospravoltar, lançada pela ABEOC (2020a) em 04 de junho, paralelamente ao lançamento do Selo Turismo Responsável do Ministério do Turismo (2020b), que abarca, além do setor de eventos, os ramos essenciais da atividade turística.

É nesse contexto de retomada das atividades presenciais que este texto objetiva adentrar, por meio da compilação dos principais protocolos nacionais e internacionais de modo orientar, de forma mais objetiva, a adoção de medidas operacionais que garantam, aos usuários, a segurança necessária. Portanto, para a reabertura das empresas organizadoras de eventos, de operacionalização dos eventos, de recursos humanos, dos locais de realização

dos eventos, dos estabelecimentos comerciais e dos serviços que atendem aos eventos em todo território nacional, além da escolha pelo tipo de evento mais viável para cada momento vivenciado na pandemia, é preciso reforçar as boas práticas e os procedimentos de higienização, bem como garantir as condutas adequadas de higiene pessoal e os procedimentos de saúde dos colaboradores, além de estabelecer medidas de atendimento seguro ao cliente/participante/turista, a fim de minimizar o risco de transmissão da COVID-19, a fim de buscar a sustentabilidade financeira de cada envolvido (MTUR, 2020b).

2.2 Protocolos sanitários para a retomada de eventos presenciais

A fim de orientar a retomada de produção de eventos presenciais durante o período de pandemia, desde que respeitadas as orientações dos órgãos competentes sobre a liberação ou não dessas atividades, bem como sobre a legislação em vigor, o Quadro 01 apresenta, de forma sistemática e qualitativa, os principais protocolos de segurança sanitária, divididos por setores de ação estratégica, como segue:

Quadro 01 *Protocolos Sanitários para Eventos*

PROTOCOLOS DE SEGURANÇA SANITÁRIA PARA EVENTOS (COVID-19)	
<i>Segurança de base</i>	
2.	Monitorar informações, orientações e dados disponibilizados pela OMS;
3.	Designar equipe especializada no gerenciamento de crises para a orientação e vistoria dos protocolos e procedimentos sanitários indicados;
4.	Desenvolver um plano estratégico de ação de controle sanitário por setor do evento;
5.	Estabelecer programas de treinamento em prevenção de epidemias junto à equipe;
6.	Obter a licença de reabertura/funcionamento conforme previsto na legislação local;

7. Adotar as políticas de segurança sanitárias municipais que venham a contribuir com a boa imagem do destino turístico e do setor de eventos em sentido amplo;
8. Manter uma documentação que forneça evidências sobre os esforços e ações de segurança aplicados ao evento e seus possíveis selos ou certificados de qualidade;
9. Utilizar-se da implementação de todas as estratégias preventivas como marketing positivo para o evento, sendo a divulgação das ações de acesso livre a todos;
10. Adotar tecnologias digitais em todo o processo de planejamento, organização, execução e controle para manter a segurança da equipe técnica;
11. Garantir a higienização completa do local a cada turno de evento.

Adequação do ambiente

1. Considerar a utilização de recursos digitais para minimizar o aglomerado de pessoas no mesmo espaço, de modo que sejam híbridos ou dividam o público para manter os espaços sanitariamente seguros;
2. Privilegiar a produção de eventos ao ar livre ou ambientes com ventilação natural ou com filtragem de ar condicionado;
3. Indicar fluxo de tráfego unidirecional nas vias, de modo a evitar que as pessoas se entrecruzem em fluxos opostos que dificultam o deslocamento e geram mais contato;
4. Desenvolver protocolos para espaços confinados, como elevadores e ambientes fechados, limitando a capacidade de carga conforme as recomendações sanitárias;
5. Garantir a limpeza e desinfecção completa dos locais do evento antes e após cada turno (matutino/vespertino/noturno);
6. Aumentar a frequência de retirada de resíduos sólidos e líquidos nas áreas de circulação de pessoas;
7. Adotar tapetes sanitizantes no hall de entrada dos eventos, bem como em todos os demais acessos;
8. Higienizar ventilador/ar condicionado frequentemente (a cada evento);
9. Indicar local apropriado para descarte de máscaras e EPI's, com recolhimento por empresas especializadas em coleta de produtos contaminados;
10. Em caso de necessidade de guarda-volumes, localizá-los nas áreas de entrada, no modelo de autosserviço, com profissional de limpeza apostos para desinfetá-lo a cada uso. Sugere-se, ainda, fornecer aos participantes do evento os produtos para desinfetar bolsas, malas e outros volumes ali expostos;
11. Proibição de oferta de alimentos e bebidas dentro de estandes, exceto quando lacrados e higienizados, sem consumo no local;
12. Nas praças de alimentação deve-se manter 2 metros entre as mesas, com uso de materiais descartáveis e organização de fila de espera fora da área das mesas;
13. Bebedouros devem ser desativados, sendo permitido somente consumo de água mineral em recipiente individual;
14. Carpetes devem ser aspirados diariamente utilizando-se de aspirador do tipo HEPA;
15. Elevadores e escadas rolantes devem ser verificados e desinfetados a cada duas horas;
16. Sala de primeiros socorros e para isolamento, com profissional devidamente treinado, deve ser disponibilizada no local do evento para participantes que venham a

apresentar sintomas de COVID-19, além de espaço reservado para quarentena provisória;

17. Elaborar um “mapa de limpeza” de todas as áreas do local com o registro das atividades e responsável pelo setor.

Distanciamento social

3. Reduzir a capacidade de carga dos locais, considerando: a) para eventos com pessoas em pé e circulação livre, comportar 01 pessoa por metro quadrado; b) para uso de assentos fixos, intercalar fileiras e assentos ocupados; e c) para uso de assentos móveis, manter distância de 1.5 metros entre cadeiras e maior número de corredores, indicando circulação unilateral;
4. Registrar antecipadamente o credenciamento de participantes para reduzir e agilizar o fluxo de pessoas no hall de entrada, com voucher eletrônico (por meio de código de barras ou código QR) ou impressão antecipada da credencial (em casa);
5. Sinalizar o piso de áreas livres para indicar as medidas de distanciamento;
6. Adicionar uma divisão ou barreira transparente (do tipo plexiglás) em locais de atendimento ao público, protegendo os colaboradores;
7. A distribuição de credenciais, materiais e brindes deve ser feita com antecedência e individualmente, de modo que apenas casos extraordinários sejam atendidos na recepção central;
8. O pagamento antecipado de taxas deve ser incentivado, evitando interações presenciais e em dinheiro;
9. Manter parte da equipe de trabalho em home office, levando ao local de trabalho somente aqueles que desempenham funções indispensáveis, fornecendo a estes os EPIs e treinamentos acerca dos protocolos de segurança. Pode-se, também, adotar o rodízio de equipes para reduzir o tempo de exposição de cada colaborador;
10. Não oferecer serviços que possam retardar a saída dos participantes e causar aglomerações como cafeterias, bares e *lounges* de espera;
11. Reduzir o número de vagas nos estacionamentos de 30% a 50%, utilizando apenas de um operador de caixa e, se possível, com pagamento via aplicativo.

Higiene pessoal

4. Garantir a disponibilidade de instalações de lavagem das mãos com água, sabão, álcool gel 70% e/ou ácido hipocloroso, papel toalha e lixeira de pedal, estimulando os participantes a lavarem as mãos pelo menos a cada duas horas;
5. Exigir o uso de máscaras nas dependências do evento e disponibilizar máscaras em tecidos descartáveis;
6. Desligar/desinstalar secadores de ar a jato e de mãos tipo "soprador" de ar quente;
7. Microfones, fones de ouvido e demais equipamentos não devem ser compartilhados e necessitam de higienização a cada troca de usuário;
8. Reduzir a oferta de refeições e criar medidas que limitem o manuseio de alimentos pelos participantes nos buffets, como o serviço do tipo “empratado”;
9. Fornecer itens alimentícios em embalagens únicas e seladas;

10. Limpar regularmente máquinas e equipamentos manuseados pelos participantes ou colaboradores;
11. Impedir que itens de exposição sejam tocados/manuseados;
12. Limpar e desinfetar mesas e cadeiras imediatamente após a saída do participante;
13. Utilizar somente sistemas aprovados de desinfecção, como pulverizadores eletrostáticos, sprays ou outros sistemas adequados a cada ambiente e normatizados pelos órgãos competentes;
14. Estimular a prática de etiqueta respiratória;
15. Expositores também devem disponibilizar álcool em gel dentro dos estandes;
16. Dependendo do tipo de evento, pode-se distribuir kits para os participantes contendo os materiais de higiene descartáveis (lenços, sacos para descarte, máscara) e reutilizáveis (toalhas, termômetro, desinfetante para as mãos);
17. Para os profissionais de limpeza recomenda-se o uso de gorro (para procedimentos que geram aerossóis); óculos de proteção ou protetor facial; máscara; avental; luvas de borracha com cano longo; botas impermeáveis de cano longo.
18. Orientar os colaboradores a manterem os ambientes comuns (mesas, balcões, assentos) livres de objetos pessoais como celulares, equipamentos de proteção e comunicação.

Comunicação

1. Estabelecer um canal de comunicação eficiente com os órgãos sanitários e de saúde local para atendimento emergencial de casos identificados durante o evento;
2. Estabelecer a confiança dos participantes por meio de comunicação e marketing eficazes, com a utilização de selos/certificados sanitários;
3. Expor ao público de forma clara as medidas e regimes de limpeza aplicados durante evento;
4. Disseminar mensagens-chave de acordo com as políticas nacionais de saúde;
5. Aplicar lembretes visuais sobre medidas preventivas básicas, como o uso necessário de máscaras faciais e outros equipamentos de proteção individual, assim como, ações e etapas a serem seguidas por pessoas que desenvolvem sintomas da COVID-19;
6. Aconselhar as pessoas sintomáticas e de grupo de risco a não comparecerem no evento;
7. Criar e distribuir manuais para expositores que contemplará componentes dos protocolos e diretrizes de segurança;
8. Implementar suporte para esclarecimentos de dúvidas e reclamações;
9. Desenvolver e disponibilizar comunicação interna e externa sobre as características clínicas da COVID-19 e medidas preventivas; uso de máscaras faciais e outros EPIs; assistência a pessoas que desenvolvem sintomas da COVID-19; sinalização de entrada e saída, pontos de desinfecção, serviço médico e número máximo de pessoas por ambiente;
10. Aconselha-se a incluir na ficha cadastral (inscrição) campo autorizando medir a temperatura corporal, sem prejuízo à imagem ou dolo de nenhuma natureza;

11. Criar um banco de dados dos participantes que inclua nome, endereço e contatos de telefone e e-mail para avisos imediatos;
12. Primar por atividades promocionais em formato digital.

Monitoramento

1. Manter vigilância sobre o distanciamento entre os participantes e seus comportamentos de higiene pessoal dentro do evento;
2. Adotar um questionário de avaliação de risco no cadastramento dos participantes (que deve ser feito antecipadamente) para identificar pessoas em grupo de risco e/ou sintomáticas;
3. Implementar sistemas de avaliação e exames de saúde durante o evento, tais como verificações de temperatura dos participantes por meio de termômetro infravermelho;
4. Monitorar o deslocamento de participantes no evento para evitar aglomerações;
5. Manter contato direto com autoridades de saúde para o compartilhamento de informações acerca de participantes que apresentaram sintomas durante o transevento ou pós-evento;
6. Considerar a aplicação de testes rápidos para COVID-19 no local do evento;
7. Estabelecer um processo de comunicação consulta e monitoramento com os parceiros e fornecedores envolvidos em suas atividades para assegurar que estes estejam engajados e adotando as medidas sanitárias cabíveis;
8. Após a realização do evento, manter os nomes e contatos dos participantes por pelo menos um mês. Caso algum participante precise ser isolado por testar positivo ou por suspeita de COVID-19, todos os demais participantes devem ser informados para que possam monitorar o desenvolvimento de sintomas por 14 dias.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020), com base nos protocolos lançados em 2020 por: ABEOC, UBRAFE, MTUR, WHOa/b, GO LIVE, ABETA, AIPC, ICCA, UFI, IAEE, WTTC.

Cabe destacar que a operacionalização desses protocolos em eventos depende de treinamento de pessoal, além de uma avaliação técnica responsável pela execução dessas atividades, de modo a garantir não apenas as questões internas, mas todos os fatores externos de risco, com uma rigorosa avaliação sobre a importância, a necessidade e os moldes do evento (que podem aumentar ou diminuir os riscos de contágio), bem como a capacidade de carga do sistema de saúde da cidade anfitriã, respeitando as orientações dos órgãos competentes e a garantia de atendimento emergencial aos participantes do evento. Novas medidas, ainda mais rígidas ou não,

deverão ser tomadas conforme a evolução e controle da doença, tanto em nível local quanto global.

2.3 Tendências Digitais para Eventos

A sociedade atual se encontra imersa, simultaneamente, nas eras da comunicação, informação, tecnologia e experiência, onde tudo acontece ao mesmo tempo, os dados são voláteis, as relações são efêmeras e a celeridade é sinônimo de eficiência. Tudo é desconstruído e reconstruído sem tempo hábil para a assimilação, novos valores emergem e saem de moda com a mesma velocidade, tudo é volátil, líquido. Eis que uma nova modernidade bate à porta, desconstruindo tudo que era considerado sólido, palpável, tais como os modelos tradicionais de famílias e a utopia da felicidade que se desfragmentam a cada ano ou acontecimento significativo (BAUMAN, 2001).

Dentro desse universo encontram-se indivíduos cada vez mais complexos e exigentes. Seres detentores de necessidades e desejos efêmeros que, diante dessa liquidez de relações, buscam elementos capazes de fazer o caminho inverso, criando vínculos que os tornam consumidores daquilo que lhes tocam emocionalmente, a fim de dar maior significado às experiências individuais e coletivas.

O mercado de eventos representa muito bem aquilo que Bauman (2001) denomina “modernidade líquida”, constituindo-se como um espaço de fuga que leva o seu usuário a experimentação de vivências memoráveis, mas momentâneas, e que estão, hoje, caracterizadas pelo elevado consumo de tecnologia, informação e comunicação para a construção da experiência,

àquilo que a literatura científica define como eventos 4.0 – E 4.0 (RYAN, FENTON, AHMED; SCARF, 2020).

No atual cenário, a presidente da ABEOC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos), Fátima Facuri, revela que, o adiamento e/ou cancelamento dos maiores eventos do tipo MICE no Brasil representam um prejuízo médio de R\$ 80 bilhões em um prazo de dois meses, havendo, para especialistas do setor, a urgência de uma readequação que possa garantir a manutenção do mercado nacional de eventos.

Ao contrário do turismo, atividade amplamente impactada pela pandemia, os eventos encontram no ciberespaço (termo utilizado por Pierry Lévi para especificar o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores) um local de efetivação de suas ações, promovendo interatividade, comunicação e engajamento. O que leva a entender que, dentro de um contexto em que a tecnologia vinha despontando gradativamente, a pandemia fez acelerar a transformação digital.

Criatividade e inovação se fazem imperativas neste cenário e novas estratégias são apontadas para a busca da ressignificação dos moldes tradicionais de produção de eventos (RYAN *et al.*, 2020). Surge, então, a ideia de um “novo normal” como um conceito cunhado pelo mercado brasileiro na busca de retomar seus processos produtivos, implementando, no cotidiano, novos hábitos de convivência social, modelos de trabalho e consumo de produtos e serviços.

Em eventos, esse “novo normal” engloba, principalmente, o elevado uso de tecnologias da informação e comunicação. O diferencial percebido é o aumento do envolvimento entre usuários e organizadores por meio da tecnologia digital, melhorando as capacidades de acesso e sociabilidade, refinando a personalização dos eventos e, assim, criando experiências

aprimoradas (KHAROUF, BUSCAIA, GARCIA-PEREZ; HICKMAN, 2020). Todavia, a experiência online disponibiliza sensações distintas da experiência presencial, exigindo assim melhor trato e maior investimento no *design* da experiência e, apesar do recurso digital ampliar o alcance do evento, tanto em número de pessoas quanto locais de realização, é preciso considerar que o índice de eventos desenvolvidos no ciberespaço é crescente, o que tem ampliado a concorrência e exigido estratégias mais elaboradas para a diferenciação do serviço oferecido. Mais além, deve-se considerar que existe uma grande parcela da população que não detém os subsídios tecnológicos suficientes para acompanhar a transmissão de um evento *online*.

Neste mundo digital, Ryan *et al.* (2020) apontam alguns elementos que passaram a vislumbrar o título de tendência do setor de eventos, dentre os quais, destacam-se: *wi-fi*; e-mail; aplicativos; sistemas de votação (enquetes); transmissão online; *QR Code*; videoconferência; reunião online; transmissão em tempo real; inteligência artificial; bots/chatbots; hashtag; geolocalização; e gamificação.

Todavia, deve-se considerar que, para além da tecnologia, o ser humano, aqui visto como usuário de eventos é um ser social, gregário por natureza. Alguém que anseia por contato, por partilha conjunta, por desenvolver relações interpessoais. E, em um momento crítico de isolamento social, os eventos digitais vêm cumprindo seu papel frente ao mercado e seus clientes, atendendo as expectativas. Mas, vale lembrar que, mais do que nunca, a humanização do setor deve ser valorizada para que haja o acolhimento necessário (hospitalidade humanizada) e o engajamento/envolvimento do usuário com as ações virtuais promovidas no evento, de modo que sua experiência, mesmo que diferente do convencional mantenha-se significativa.

Para tal, faz-se importante implementar ações que contemplem: a) gerar conteúdo por meio de um roteiro de qualidade para que seja possível equilibrar o racional, o emocional e o inspiracional; b) extrapolar o digital e integrar uma experiência material, pois, em pleno isolamento, as pessoas estão carentes de experiências físicas; c) promover conexões mediante as redes sociais, estimulando a cocriação e compartilhamento de conteúdos significativos; d) focar na interatividade e participação ativa do usuário; e) determinar a plataforma adequada, horário e duração.

Ademais, ressalta-se que o “novo normal”, por um lado, possibilita uma ampla atuação do mercado de eventos e, por tal motivo, preenche lacunas e beneficia usuários e empresários do setor, mas também, vislumbra uma quebra com o turismo, atividade que, alinhada aos eventos, resulta no incremento econômico a ambos. Nesse sentido, as empresas promotoras de eventos devem utilizar os eventos digitais como forma de diversificar sua oferta de serviços e sobreviver aos difíceis períodos de pandemia e recessão de mercado. Mas, também, devem prezar pela promoção da imagem dos destinos turísticos, tal qual uma ferramenta capaz de motivar o desejo de consumo das pessoas para que, quando possível, voltem a integrar os fluxos turísticos de eventos presenciais nos mais distintos destinos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A doença respiratória COVID-19 tem provocado uma pandemia nunca antes vivenciada pela humanidade, especialmente por apresentar uma alta e sustentada transmissibilidade e restringir a circulação e o contato entre as pessoas, características básicas tanto do convívio humano quanto da produção de bens e serviços, o que provocou uma queda vertiginosa do

mercado econômico e financeiro em âmbito planetário, incluindo os setores de turismo e eventos.

Diante do cenário de restrições, isolamento e distanciamento social, que impede a aglomeração de pessoas, as associações e entidades representativas do mercado turístico e, em particular, de eventos, publicaram diferentes manuais com protocolos de segurança sanitária para minimizar as perdas de produção e orientar a retomada das atividades presenciais de forma segura. Tais protocolos se apresentam compilados neste trabalho tanto para atender as recomendações das entidades internacionais, que sugerem a adaptação dos protocolos em nível local e para cada atividade específica, quanto para auxiliar os atores do mercado na organização e implementação de ações efetivas para a retomada das atividades. Ademais, o protocolo único de caráter consultivo aqui desenvolvido elimina as lacunas identificadas entre os treze documentos analisados, trazendo importantes orientações complementares e adaptadas ao contexto brasileiro.

Ressalta-se a pertinência de realização de uma análise prévia de adequação do documento ao tipo de evento que se pretende produzir, considerando sua natureza e especificidades como as aglomerações sem possibilidade de distanciamento seguro, a exemplo de festivais, shows, festas populares, micaretas e eventos similares em que haja aglomeração de pessoas em pé, com trânsito livre, devendo estes retomar suas produções presenciais somente em um contexto de controle da doença, com a liberação legal dos órgãos públicos responsáveis. Logo, a alternativa de eventos digitais ou híbridos deve prevalecer enquanto os índices de contágio e óbito estiverem em ascensão.

Considerando-se, ainda, as dimensões continentais do Brasil e as diferentes realidades sanitárias e de enfrentamento à COVID-19, a adaptação

local tanto à legislação vigente quanto para a capacidade de absorção de demanda e cumprimento de protocolos sanitários é primordial na construção de um planejamento estratégico de produção de eventos. Outro importante recurso que deve ser adotado pelo setor é a certificação de qualidade, a exemplo do selo “Turismo Responsável, Limpo e Seguro” desenvolvido pelo Ministério do Turismo (MTUR, 2020), que atesta aos estabelecimentos do trade turístico, bem como às empresas organizadoras de eventos, os requisitos de biossegurança contra a COVID-19, além de funcionar como uma estratégia de *marketing* integrado para os destinos turísticos, a fim de gerar e garantir uma sensação coletiva de segurança para a (re)atração dos fluxos turísticos.

O mercado de eventos tem passado por um momento de transição e evoluído para uma nova fase de produção técnica e de relações sociais e comerciais com seus clientes, com novas configurações de atividades presenciais e digitais que passam a criar outros comportamentos de consumo e a potencializar a humanização dos serviços como fator diferencial de concorrência, com foco no acolhimento e adaptação dos participantes às novas experiências.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS – ABEOC. **ABEOC Brasil lança campanha pela retomada consciente e debate assunto com o ministério do turismo**. 2020a. Disponível em: <<https://abeoc.org.br/2020/06/abeoc-brasil-lanca-campanha-pela-retomada-consciente-e-debate-assunto-com-o-ministerio-do-turismo/>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

FACURI, Fátima. **Mercado de eventos estima perda de R\$ 80 bi até maio: fomos do tudo ao nada.** 2020. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/mercado-de-eventos-estima-perda-de-r-80-bi-ate-maio-fomos-do-tudo-ao-nada/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

FOCHEZATTO, Adelar; SCHAIDHAUER, Maurício; BOHNENBERGER, Denis. Avaliação dos impactos econômicos do turismo de eventos em Porto Alegre/RS. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE.** Salvador, BA, ano XX, v. 2, n. 40, p. 116 – 133, ago. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.21452/rde.v2.i40.5485>. Acesso em: 08 jun. 2020.

GAYER, Priscila. Políticas públicas em turismo de eventos: instrumentos normativos de apoio ao desenvolvimento do setor. **Cenário**, Brasília, v.5, n.9, p. 11– 22, dez. 2017, p. 2. DOI 10.26512/revista.cenario.v5.i9.19425. Acesso em: 15 jun. 2020.

KHAROUF, Husni; BISCAIA, Rui; GARCIA-PEREZ, Alexeis& HICKMAN, Ellie. Understand online eventexperience: theimportance of communication, engagement andinteraction. **Journal of Business Research.** 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.037> Acesso em: 10 jun. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO - MTUR. **Carnaval 2020 é marcado por recordes.** 2020a. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13361-carnaval-2020-%C3%A9-marcado-por-records.html>> Acesso em: 15 jun. 2020.

PORTAL BRASILEIRO DO TURISMO. **Responsável por 13% do PIB, indústria de eventos pede políticas públicas.** 2020. Disponível em: <<https://www.mercadoeventos.com.br/feiras-e-eventos/responsavel-por-13-do-pib-industria-de-eventos-pede-politicas-publicas/>>. Acesso em: 15 jun. 2020.

RYAN, William Gerard.; FENTON, Alex; AHMED, Wasim; SCARF, Phillip. RecognizingEvents 4.0: the digital maturityofevents. **International Journal of Eventand Festival Management.** 2020. DOI: 10.1108/IJEFM-12-2019-0060. Acesso em: 10 jun. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE Nacional. **Impactos recentes do coronavírus no segmento de turismo de negócios e eventos**. 2020. Disponível em: <https://ubrafe.org.br/download/pesquisaimpactodocoronavirus.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2020.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES - Protocolos de Segurança em Eventos

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS – ABEOC. **Mercado de eventos no Brasil**. Atividades pós-pandemia. 2020b. Disponível em: https://abeoc.org.br/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO-DE-RETOMADA-DA-INDÚSTRIA-DE-EVENTOS-ABEOC-BRASIL_UBRAFE.pdf. Acesso em: 10 de jun.2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA – ABETA. **Manual de boas práticas**. Recomendações de procedimentos sanitários para a operação de atividades de turismo na natureza, 2020. Disponível em: <http://abeta.tur.br/download/manual-de-boas-praticas-sanitarias-turismo-de-natureza/>. Acesso em: 08 de jun. 2020.

EXCELENCE IN CONVENTION CENTRE MANAGEMENT - AIPC; INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION - ICCA & THE GLOBAL ASSOCIATION OF THE EXHIBITION INDUSTRY - UFI. **Good practice guidan ceaddressing COVID-19 requirements for re-opening business events**. Disponível em: https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/06/Good_Practice_Guidance_Reopening_Business_Events.pdf Acesso em: 09 jun. 2020.

GO LIVE Brasil - Juntos pelos eventos. **Plano de recomendações e sugestões para a retomada da indústria de eventos no Brasil**. Disponível em: https://documentos.promoview.com.br/GOLIVE_JUNTOS_PELOS_EVENTOS_POS_CORONAVIRUS.pdf. Acesso em: 09 jun. 2020.

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF EXHIBITIONS AND EVENTS - IAEE. **Essential considerations for safelyreopeningexhibitionsandevents**. 2020. Disponível em:

<https://portalradar.com.br/portal-radar/wp-content/uploads/2020/06/EssentialConsiderationsforSafelyReopeningExhibitionsandEvents.pdf> . Acesso em: 09 jun. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO – MTUR. Turismo responsável limpo e seguro. **Protocolo responsável para o turismo**. 2020b. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>. Acesso em: 09 jun. 2020.

THE GLOBAL ASSOCIATION OF THE EXHIBITION INDUSTRY - UFI. **Conventionandexhibition centre health&safety: Managing COVID-19 Challenges**. 2020. Disponível em: <https://www.ufi.org/archive-research/convention-and-exhibition-centre-health-safety-managing-covid-19-challenges/> Acesso em: 09 jun. 2020.

_____. **Guía de BuenasPrácticas: Abordando el COVID-19 Requerimientos para laReapertura de Eventos de Negocios**. Disponível em: <https://www.ufi.org/archive-research/guia-de-buenas-practic-as-abordando-el-covid-19-requerimientos-para-la-reapertura-de-eventos-de-negocios/>. Acesso em: 09 jun. 2020.

_____. **Recomendaciones a nivel global para lareapertura de ferias y eventos B2B traslaemergenciadel COVID-19**. Disponível em: <https://cocal.org/wp-content/uploads/2020/05/UFi-Guia-provisional.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2020.

UNIÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE FEIRA – UBRAFE. **Protocolo feiras comerciais e congressos**. Disponível em: <https://newtrade.com.br/wp-content/uploads/2020/06/UBRAFE-PROTOCOLO-RETOMADA-EXPOSICOES-FEIRAS-SP.pdf>. Acesso em: 10 jun.2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION – WHO. **Considerations for sportsfederations/sportseventorganizerswhenplanningmassgathering s in thecontextof COVID-19**. 2020a. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/considerations-for-sports-federations-sports-event-organizers-when-planning-mass-gatherings-in-the-context-of-covid-19-interim-guidance>. Acesso em: 10 jun. 2020.

_____. **Key planningrecommendations for massgatherings in thecontextofthecurrent COVID-19 outbreak**. 2020b. Disponível em:

<https://www.who.int/publications/i/item/key-planning-recommendations-for-mass-gatherings-in-the-context-of-the-current-covid-19-outbreak>. Acesso em: 09 jun. 2020.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL - WTTC. **LEADING GLOBAL PROTOCOLS FOR THE NEW NORMAL CONVENTION: CENTRES, MEETINGS & EVENTS**. 2020. Disponível em: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>. Acesso em: 10 jun. 2020.

O TURISMO POTIGUAR EM PERSPECTIVA: A DINÂMICA DA ATIVIDADE NO CONTEXTO DA COVID-19

Michele de Sousa¹

Rosa Maria Rodrigues Lopes²

Salette Gonçalves³

Tatiana Gehlen Marodin⁴

1 INTRODUÇÃO

O setor de viagens e turismo foi um dos primeiros a serem afetados pela pandemia da COVID-19, que se trata de uma doença causada pelo Coronavírus SARS-CoV-2, caracterizada por um quadro clínico variável, que abrange desde infecções assintomáticas até quadros respiratórios graves.

Para o turismo, as repercussões da pandemia foram imediatas, tendo em vista a alta capacidade de contágio e a orientação da OMS de evitar aglomerações, fato que justificou o bloqueio de fronteiras entre muitos países, conseqüentemente interrupção de voos; fechamentos de aeroportos, atrativos turísticos, agências de viagens, hotéis e restaurantes; cancelamentos de eventos e desemprego em massa no setor.

¹ Doutorado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - Presidente Prudente.

² Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

³ Doutorado em Lazer pela Universidade Federal de Minas Gerais.

⁴ Mestrado Profissional em Administração pela Universidade Potiguar.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo internacional teve uma diminuição de 22% no primeiro trimestre de 2020, ou seja, 67 milhões de turistas internacionais a menos em março e implicou em perda de aproximadamente US\$ 80 bilhões de dólares. A perspectiva é que a queda do fluxo turístico atinja entre 60% a 80% ao final do referente ano, onde os prejuízos poderão alcançar um volume entre UU\$ 910 bilhões a UU\$ 1,2 trilhão de dólares e cerca de 100 a 120 milhões de desempregos. Com essas estimativas, a OMT afirma se tratar da pior crise para o turismo internacional desde o início de suas atividades em 1950 (OMT, 2020).

Frente esse contexto, a presente investigação delimita uma análise circunscrita à dinâmica da atividade turística no estado do Rio Grande do Norte, situado no litoral oriental do Nordeste brasileiro, tendo em vista que se trata de uma atividade de importante representatividade para a economia local. De acordo com informação do Sistema FECOMÉRCIO RN, juntamente com o comércio e os serviços, o turismo movimentava 65% do PIB potiguar (FECOMÉRCIO, 2020).

O objetivo geral desta investigação é analisar os impactos da COVID-19 no turismo do Rio Grande do Norte (RN), na perspectiva do turismo emissor, levando em consideração o horizonte temporal de curto (jul-dez 2020), médio (jan-jun de 2021) e longo prazo (jul-dez 2021) delineado no Plano de Retomada do Turismo, proposto pela SETUR e EMPROTUR. E como objetivos específicos: (a) Especificar os impactos da pandemia no turismo do RN; (b) Apresentar a perspectiva do potencial turista potiguar em relação as suas próximas viagens.

A investigação se justifica por sua contribuição acerca da compreensão da atividade turística e o desenvolvimento de políticas públicas de turismo no Rio Grande do Norte no contexto da pandemia da COVID-19, pois essa

doença é um fenômeno social novo que trará profundas mudanças na sociedade em diversos aspectos, principalmente sociais e econômicos.

Dessa forma, a estrutura do artigo compreende uma discussão sobre a contextualização desta crise sanitária para o turismo e a relevância desta atividade para o Nordeste brasileiro; seguido pelo percurso metodológico da pesquisa; posteriormente a apresentação e discussão dos resultados, considerando o levantamento da atividade turística durante a pandemia no RN, ações para mitigar o declínio da atividade, bem como para a retomada da atividade; e, por fim, algumas considerações frente aos objetivos propostos e proposições para futuras pesquisas, uma vez que o cenário delineado no âmbito da pandemia é circunstancial.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 A DIMENSÃO DA PANDEMIA DA COVID-19 NO SETOR DO TURISMO

A história recente do turismo mundial é afetada frequentemente por várias crises econômicas ou sanitárias. Guerras, atentados, desastres naturais como inundações, furacões, incêndios e epidemias acabam afetando uma zona ou outra do planeta, onde acabam deixando por um tempo essa zona restrita ao acesso dos turistas. Pode-se citar que o atentado às Torres Gêmeas de 11/09/2001 mudou significativamente o modo de como as pessoas viajam e até hoje todos os aeroportos sofrem reflexo desse atentado nos procedimentos de embarque.

Em 2003 na reunião do Conselho Mundial do Turismo em Portugal, o tema geral do encontro era a saída da crise mundial do turismo que acumulava

prejuízos com os atentados de 11 de setembro de 2001, a retração econômica mundial decorrente daquele evento, as consequências da guerra do Iraque e da epidemia da SARS (RATTNER, 2003). Mal sabiam os envolvidos que ainda estava por vir o furacão Katrina ocorrido em 2005 nos Estados Unidos que devastou a cidade de Nova Orleans, a crise cambial de 2008, a gripe suína (H1N1) de 2009, a erupção do vulcão Eyjafjallajökul em 2010 na Islândia e a gripe aviária (H7N9) de 2013, apenas para citar alguns.

Segundo análise da Pew Research citado por FGV Projetos (2020) “93% da população mundial vive hoje em países que adotaram algum tipo de medida de restrição de viagem e 3 bilhões de pessoas ao redor do mundo vivem em países que fecharam totalmente as fronteiras para estrangeiros”. O Brasil está incluído entre os países que fecharam suas fronteiras terrestres e aéreas, com algumas exceções para residentes, cidadãos brasileiros entre outros.

Se por um lado a única estratégia para conter a pandemia é o isolamento social, e isso demonstrou bons resultados nos países que o adotaram, por outro para a economia teve um impacto devastador. A atividade turística como um todo, por não ser considerada de serviços essenciais, está entre aquelas que serão mais afetadas durante todo o tempo da pandemia.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) (WHO, 2020) definiu algumas recomendações antes de flexibilizar o isolamento social e a retomada das atividades, entre elas a turística: a) ter a transmissão do vírus sob controle; b) possuir sistemas de saúde com capacidade de detectar, testar, isolar e tratar todas as pessoas com a COVID-19 e os seus contatos mais próximos; c) Possuir controle de surtos em locais especiais, como instalações hospitalares; d) Adotar medidas preventivas de controle em ambientes de trabalho, escolas

e outros lugares onde as pessoas precisam ir; e) possuir manejo adequado de possíveis novos casos importados; f) estar à comunidade informada e engajada com as medidas de higiene e as novas normas.

2.2 Panorama do turismo no Nordeste/Rio Grande do Norte

O turismo é a atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil. Se for considerada apenas a contribuição direta os números produzidos pela atividade turística no país alcançam 3,4% do Produto Interno Bruto (PIB). O Banco do Nordeste afirma em estudo publicado, antes da pandemia da COVID-19, que as projeções até 2027 é de que a atividade turística chegue a 9,1% do PIB nacional e que empregue 8,91 milhões de pessoas no país (BANCO DO NORDESTE, 2019). Dentro desse contexto de previsão de crescimento e importância para o PIB, na região Nordeste do Brasil o turismo é considerado atividade-chave de desenvolvimento. As condições naturais e principalmente o litoral de toda a região apresenta-se como importantes atrativos turísticos.

O Rio Grande do Norte, inserido dentro desse contexto de desenvolvimento turístico do Nordeste, tem a atividade turística como uma de suas principais atividades. O PIB gerado, levando em conta apenas o resultado do produto de hospedagem, restaurantes, agências e operadoras, serviços culturais, serviços recreativos e transporte de passageiros, alcança a cifra de 8,1% do valor de toda a produção do RN (RIO GRANDE DO NORTE, 2016).

3 METODOLOGIA

O estudo em tela delinea-se sob uma perspectiva qualitativa de análise e em relação aos seus objetivos, é de natureza exploratória, tendo em vista que versa sobre uma problemática relacionada aos impactos da pandemia da COVID-19 na atividade turística do Rio Grande do Norte que se encontra, ainda, em processamento, o que indica a necessidade contínua de acompanhamento, sistematização e análise das informações. Conforme destaca Gil (2010), esse tipo de pesquisa tem o propósito de fomentar uma maior familiaridade com o problema, no sentido de explicitá-lo, de clarificá-lo. Sendo assim, permite uma certa flexibilidade por necessitar considerar a exploração dos variados aspectos relacionados ao fenômeno estudado.

Para compreender o processo investigado foi utilizada pesquisa documental e aplicação de questionários. Os resultados foram sistematizados, com base em informações primárias e secundárias. As informações primárias foram levantadas junto ao potencial turista residente no RN, com idade de 18 anos ou mais (população economicamente ativa). O levantamento foi realizado no período de 8 a 30 de junho de 2020, alcançando um número de 520 respondentes e contou com o uso de um questionário construído, hospedado e disponibilizado por meio da ferramenta “Forms” do Google. A pesquisa foi submetida, apreciada e aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa da UERN.

Por se tratar de uma pesquisa de amostragem não probabilística, a técnica de referência para o recrutamento das pessoas foi “bola de neve” (*snowballsampling*), onde os indivíduos iniciais selecionados foram convidados pela rede de proximidade das pesquisadoras, que foram solicitados a convidar outros participantes próximos e assim por diante (BABBIE, 2004;

VELASCO; DÍAZ DE RADA, 1997). Dessa forma, vale destacar que o *link* de acesso ao instrumento eletrônico de coleta de dados, foi disponibilizado livremente na rede de contato das pesquisadoras, bem como na página da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) por meio de publicação de notícia e nas redes sociais (*Instagram e Facebook*) do Curso de Turismo, da UERN, bem como de outras IES do RN, como a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e o Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN), da Secretaria de Turismo do RN (SETUR/RN) e da Empresa de Promoção Turística (EMPROTUR).

Algumas informações secundárias foram necessárias, haja vista a importância da contextualização dos impactos causados na dinâmica da atividade turística no Rio Grande do Norte, ao considerar não somente o histórico do número de casos confirmados e óbitos, mas também, como a atividade foi afetada conforme as recomendações oficiais do Governo do Estado foram oficializadas por meio de decretos. Ademais, do ponto de vista do levantamento secundário, foram observadas as medidas adotadas para o processo de retomada do turismo, com base na análise do Plano de Retomada do Turismo, proposto pela Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte (SETUR/RN) e Empresa Potiguar de Promoção Turística (EMPROTUR).

Essas informações secundárias foram levantadas desde o dia 19 de março quando o Governo do Estado do RN publicou decreto (n. 29.534, de 19 de março de 2020) reconhecendo o estado de calamidade pública no RN (RIO GRANDE DO NORTE, 2020). As fontes dessas informações foram: os sites e redes sociais oficiais da SETUR/RN, do Diário Oficial do Estado do RN e do jornal de maior circulação do RN, o Jornal Tribuna do Norte.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 O norte-rio-grandense e as viagens no contexto da COVID-19

O perfil socioeconômico da amostra (tabela 1) foi caracterizado por respondentes em sua maioria do sexo masculino (70%), com uma maior expressão entre jovens adultos que compreende a faixa etária entre os 25 a 39 anos (45,6%), apresentando nível de instrução pós-graduação completa (46,2%), faixa de renda familiar que vai de mais de um até quatro salários mínimos (31,5%) e tendo como ocupação mais citada, servidor público (33,5%).

Tabela 1 *Perfil socioeconômico dos respondentes da pesquisa*

Variável	Classificação	Porcentagem
Faixa Etária	18 a 24 anos	13,7%
	25 a 39 anos	45,6%
	40 a 59 anos	32,1%
	60 anos ou mais	8,6%
Sexo	Masculino	70%
	Feminino	30%
Nível de Escolaridade	Ensino Fundamental Completo	0,4%
	Ensino Médio Incompleto	0,4%
	Ensino Médio Completo	6,2%
	Ensino Superior Incompleto	15,0%
	Ensino Superior Completo	22,6%
	Pós-graduação Incompleto	9,2%
	Pós-graduação Completo	46,2%
Faixa de Renda Familiar	Sem Rendimento	2,1%
	Até 1 salário mínimo	7,5%
	Mais de 1 até 4 salários mínimos	31,5%
	Mais de 4 até 7 salários mínimos	21,9%
	Mais de 7 até 10 salários mínimos	14,7%
	Mais de 10 salários mínimos	22,3%
Ocupação	Empregado	10,9%
	Desempregado	7,3%

Autônomo	11,9%
Profissional Liberal	7,0%
Servidor Público	33,5%
Empresário	5,5%
<i>Freelancer</i>	1,6%
Estudante	15,5%
Aposentado	4,9%
Outros	1,9%

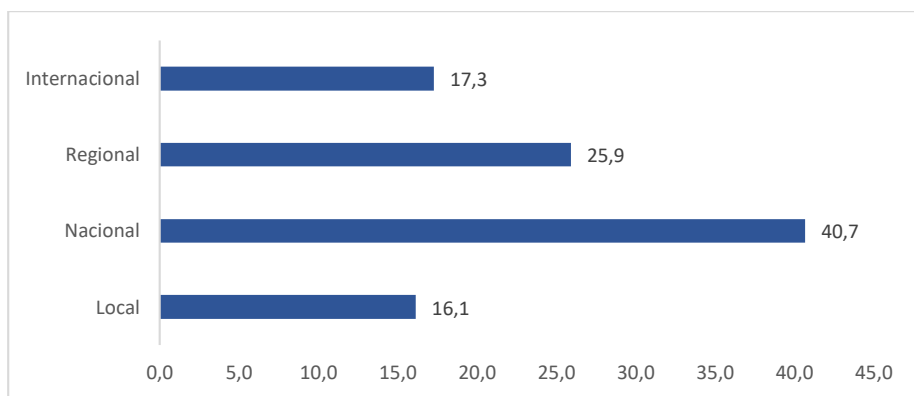
Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2016), os indicadores estruturais do mercado de trabalho para pessoas com 16 anos ou mais de idade apontam que a população ocupada no Brasil encontra maior proporção na faixa etária dos 25 aos 39 anos, seguido de acima de 50 anos e 40 a 49 anos em porcentagens muito próximas. Logo, infere-se que a amostra alcançada com esta pesquisa, em sua maioria, é de pessoas que possuem ocupação e que estão inseridas no mercado de trabalho, as quais podem ser, portanto, potenciais consumidores do mercado de viagens e lazer.

Segundo dados do Ministério do Turismo, as maiores porcentagens de pessoas que demonstram intenção de viajar tem o grau de escolaridade entre superior completo e pós-graduação, o que representa 78,0% da amostra desta pesquisa, o que revela que foi formada por turistas em potencial. Ainda de acordo com dados do MTur, os potenciais consumidores que mais manifestam desejo de viajar estão entre os que ganham de cinco a dez salários mínimos e aqueles que auferem acima de dez salários mínimos, o que pode representar nesta pesquisa um percentual acima da metade dos respondentes, que estão entre aqueles que recebem de 4 até mais de dez salários mínimos. (FGV PROJETOS; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2017).

A pesquisa procurou averiguar se, anterior a pandemia, os respondentes tinham planos de viagem para o ano de 2020. A maioria dos indivíduos respondeu que sim, 84,6% da amostra. Desses, 40,7% pretendiam visitar um destino nacional. Interessante observar no gráfico 1 a força que o turismo doméstico assume na intenção de viagens do residente do estado potiguar. Anterior a pandemia, entretanto, a menor expressão de respostas foi para destino local (16,1%), delimitação territorial que o poder público e entidades do setor acreditam que será o mais forte na retomada do turismo.

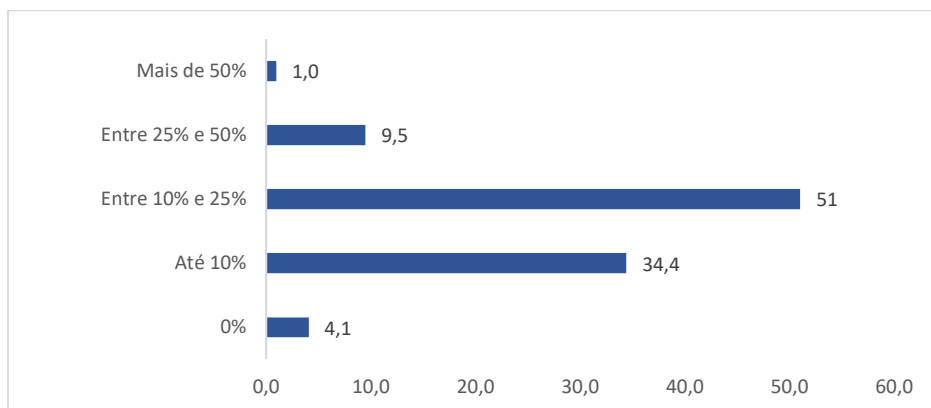
Gráfico 1 *Destino de viagem para 2020 (%)*



Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

Para compreender a expressão dos gastos com viagem na renda familiar, questionou-se o percentual anual destes proventos destinada para essa finalidade. Os resultados (gráfico 2) denotam que mais da metade dos indivíduos da amostra, 51,0%, reservava entre 10% a 25% das suas receitas para realizar viagens.

Gráfico 2 *Percentual anual da renda familiar destinada a gastos com viagens (%)*



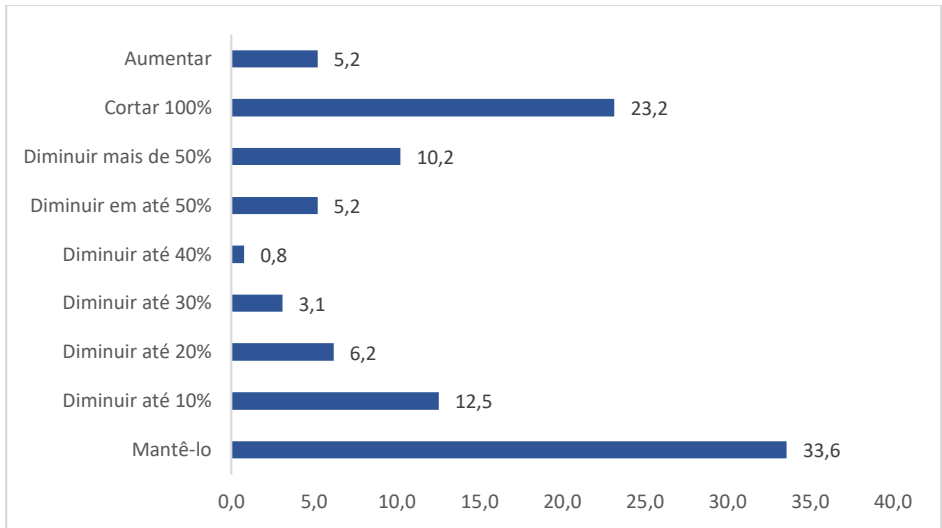
Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

A investigação averiguou o que os respondentes pretendiam fazer em relação ao investimento que faziam antes da pandemia em viagens, como procederiam nos próximos 12 meses, o que está representado no gráfico 3. A maioria, 33,6%, intenciona manter a mesma parcela do orçamento familiar para viagens. Como a maioria da amostra é composta por servidores públicos, pode-se inferir que a estabilidade no recebimento dos proventos pode ser fator que justifique a manutenção do padrão de consumo, inclusive relacionado ao turismo. Chama a atenção que 23,2% dos investigados afirmou que cortará 100% dos recursos destinados a viagens, além disso 38% pretende reduzir em alguma proporção os gastos com essa finalidade nos próximos 12 meses.

Apesar da intenção de retração no orçamento destinado a viagens sinalizada por 38% dos pesquisados, a maioria que compõem a amostra pretende continuar viajando, ainda que com menos dispêndio de recursos financeiros, com a manutenção ou até com acréscimo de recursos para esta

finalidade, caracterizando uma demanda turística em potencial, provavelmente para destinos mais próximos e menos onerosos.

Gráfico 3 *Orçamento destinado a gastos com viagens nos próximos 12 meses (%)*



Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

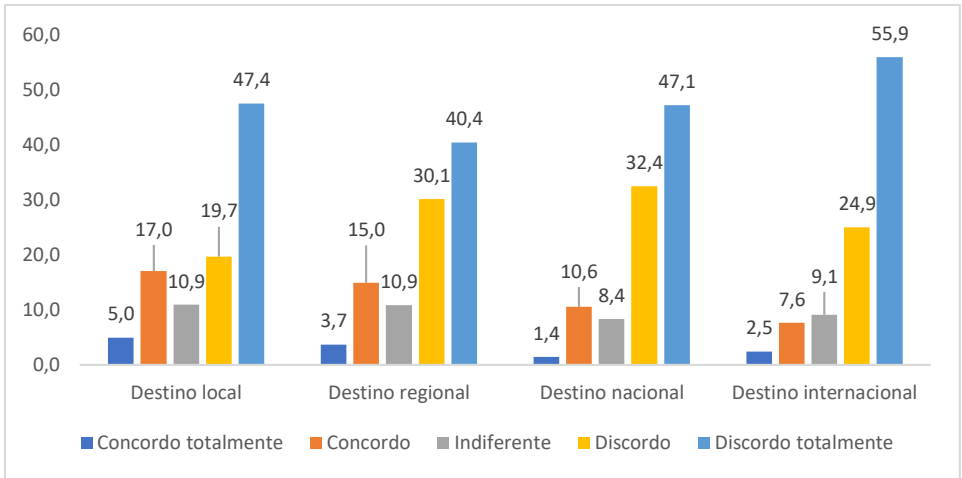
A pesquisa investigou quando os respondentes se sentiriam seguros novamente para viajar em um horizonte temporal de curto (jul-dez 2020), médio (jan-jun de 2021) e longo prazo (jul-dez 2021) ou se somente a partir de 2022, conforme entendimento do Plano de Retomada do Turismo, proposto pela SETUR e EMPROTUR.

A pesquisa revelou que parcela majoritária dos respondentes, discordam ou discordam totalmente em realizar algum tipo de viagem no segundo semestre de 2020 (gráfico 4). Alinhado ao que várias pesquisas já têm apontado, a discordância aumenta à medida que aumenta a distância do possível deslocamento. Nesse sentido, vale destacar que 67,1% dos entrevistados demonstraram discordar

ou discordar totalmente em viajar para destinos locais ainda em 2020. Esse percentual sobe para 70,5% quando se referem a destinos regionais, sobe para 79,5% quando o destino é nacional e 80,8% para destinos internacionais.

Seguindo a mesma lógica, o percentual de respondentes que indicaram concordância ou concordância total em realizar viagens em 2020 é maior quando se trata de destinos locais (22,0%). Destes somente 5,0% concordam totalmente em realizar viagens no próprio RN. O percentual dos que concordam totalmente, cai para 3,7% quando o destino é regional, para 1,4% quando mencionado o destino nacional e 2,5% para destinos internacionais.

Gráfico 4 *Segurança em realizar viagens de lazer no segundo semestre de 2020 (%)*



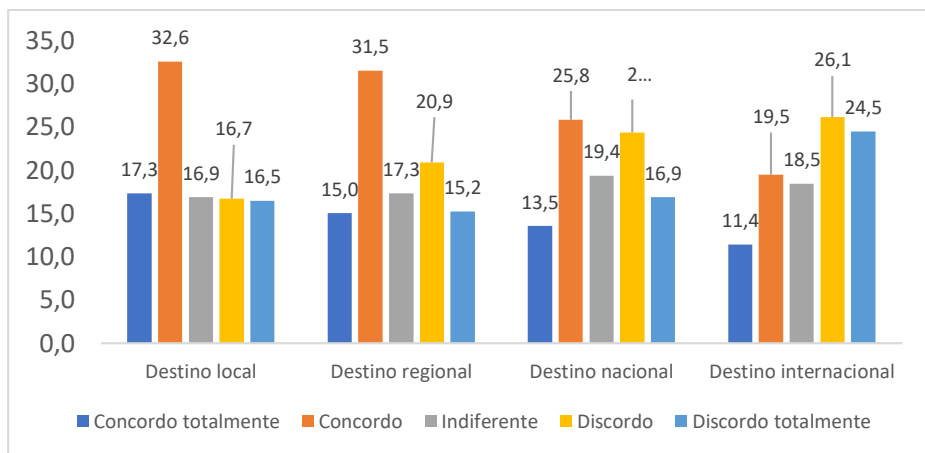
Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

O gráfico 5 evidencia que as pessoas demonstraram maior segurança em viajar no primeiro semestre de 2021, se comparado aos dados do segundo semestre de 2020. A esse respeito, os dados que

chamam a atenção estão relacionados ao percentual de 49,9% que concordam ou concordam totalmente em viajar para destinos locais, seguido de 46,5% para destino regionais, 39,3% para destinos nacionais e 30,9% para destinos internacionais.

A pesquisa revela que uma parte considerável dos respondentes ainda percebe com cautela a possibilidade de realizar viagens no primeiro semestre de 2021. Dos entrevistados, 33,2%, disseram que discordam ou discordam totalmente em viajar para destinos locais, aumentando para 36,1% quando a referência são os destinos regionais, para 41,3% (destinos nacionais) e para 50,6% (destinos internacionais).

Gráfico 5 *Segurança em realizar viagens de lazer no primeiro semestre de 2021 (%)*



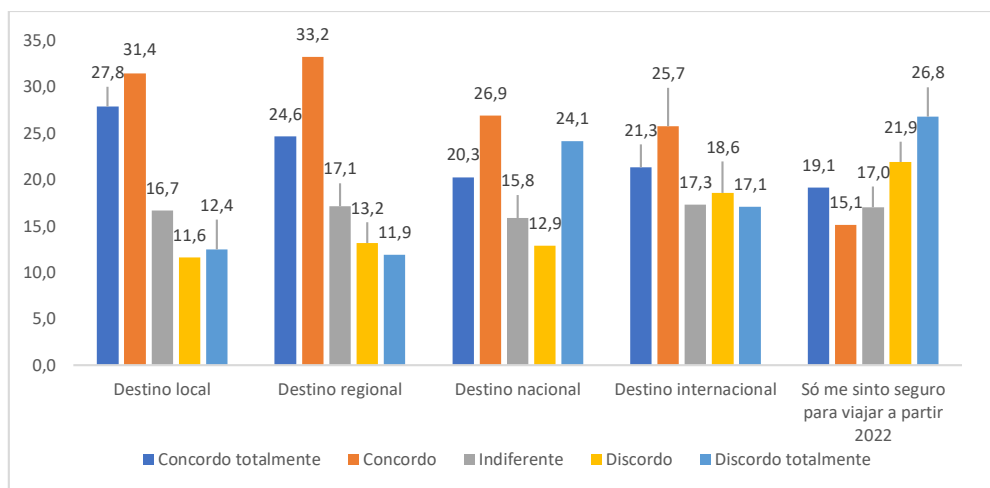
Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

No geral, as pessoas que responderam à pesquisa, apontaram o longo prazo (segundo semestre 2021) como o mais seguro para realizar viagens, especialmente para destinos locais e regionais (gráfico 6). Mais de 50% dos entrevistados disseram que concordam

ou concordam totalmente em realizar viagens locais (59,2%) e regionais (57,8%) no segundo semestre de 2021. Para os destinos nacionais, menos da metade dos entrevistados disseram concordar ou concordar totalmente em realizar viagens (47,2%) e internacionais, 47,0%. Nesse longo prazo, ainda é perceptível um percentual razoável de pessoas que indicaram discordar e discordar totalmente em viajar. Os percentuais são de 24,0% para destinos locais, 25,1% para destinos regionais, 37,0% para destinos nacionais e 35,7% para destinos internacionais.

Vale ressaltar, ainda, os percentuais de pessoas que indicaram se sentir seguras em realizar viagens apenas em 2022. São 19,15% que concordam totalmente, 15,11% que concordam, 17,02% que são indiferentes, 21,91% que discordam e 26,81% que discordam totalmente (gráfico 6).

Gráfico 6 *Segurança em realizar viagens de lazer no segundo semestre de 2021 (%)*



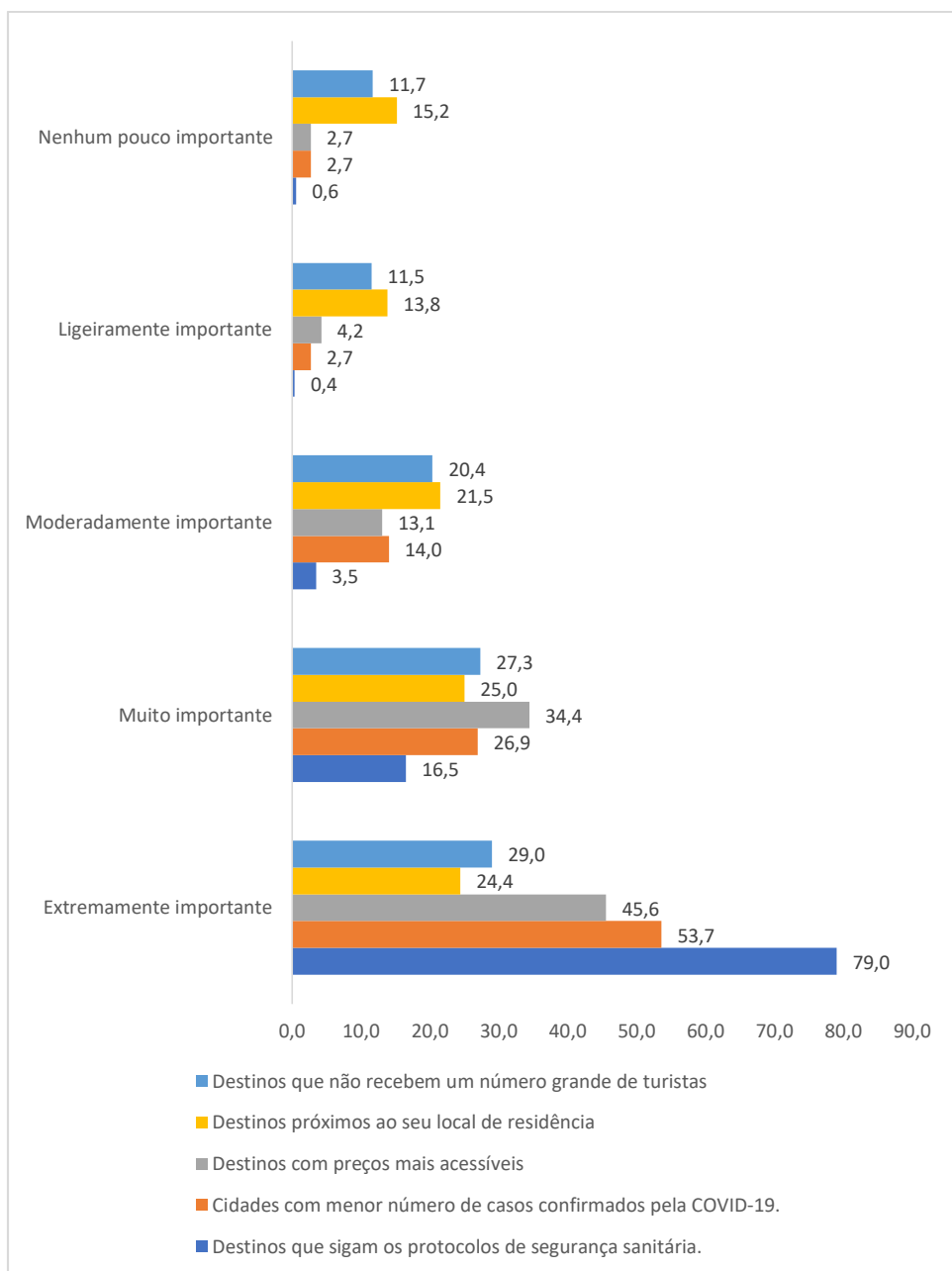
Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

Nesse contexto, a pesquisa considerou pertinente investigar quais seriam os critérios que teriam relevância para os pesquisados na escolha do próximo destino e apontou opções tais como: destinos que seguem protocolos de segurança sanitária, cidades com menor número de casos confirmados de COVID-19, destinos com preços mais acessíveis, destinos próximos ao local de residência e destinos que não recebem um número grande de turistas. A maioria dos respondentes indicou que esses critérios são extremamente importantes e muito importantes (gráfico 7).

O mais citado como extremamente importante foi o critério relacionado aos destinos que seguem protocolos de segurança sanitária (79,0%). Se somado aos que responderam que esse critério é muito importante, o percentual sobe para 95,5% o que denota a necessidade de se ampliar os cuidados com segurança sanitária, inclusive como estratégia diferencial para os estabelecimentos que trabalham com turismo.

As cidades com menor número de casos confirmados de COVID-19 foi o segundo critério mais votado como extremamente importante e muito importante, com 80,6%, seguido do critério “destino com preços mais acessíveis” com 80%, destinos menos massificados com 56,3% e destinos mais próximos da residência, com 49,4%.

Gráfico 7 Critérios para a escolha do próximo destino de viagem (%)



Fonte: Dados da pesquisa, jun. 2020.

Pode-se depreender dos últimos gráficos, de forma geral, que as pessoas indicam se sentirem mais seguras para viajar a partir do médio (jan-jun de 2021) e longo prazos (jul-dez 2021). É interessante observar que as porcentagens para destinos locais e regionais é muito próxima (gráficos 5 e 6), bem como a dos destinos nacionais e dos internacionais, no longo prazo (gráfico 6). Assim, como tem presumido os órgãos de turismo estaduais e o trade turístico do RN, deve haver uma demanda local para o estado do RN, porém a partir do primeiro semestre de 2021, ratificado pelas respostas de 49,4% dos respondentes (gráfico 7) que considera relevante o próximo destino ser próximo a seu local de residência e com preços acessíveis (56,3%), dado que corrobora com a redução do orçamento familiar para o consumo em viagens citado anteriormente.

A SETUR/RN e entidades do setor tem acertado na estratégia de empreender esforços para implementação dos protocolos para o setor e do Selo Turismo Mais Seguro bem como na capacitação dos colaboradores do trade para desenvolvimento dos procedimentos corretamente.

Ademais, o Plano de Retomada do Turismo do RN compreende a promoção do destino, que diante desse cenário deve contemplar para além dos atrativos turísticos, das belezas naturais, a promoção de um destino seguro para se visitar. Essa segurança perpassa pela iniciativa privada e, principalmente, pela governança do Estado e de municípios receptores, em como vem atuando e como irão atuar na gestão e controle da crise sanitária.

Além disso, o investimento de tempo para educação e informação nesse momento é fundamental, não apenas para o trade, mas também, para as pessoas como cidadãos, potenciais turistas. No contexto contemporâneo, em que as avaliações online podem influenciar o processo decisório de compra, esse poderá ser considerado um critério para as futuras avaliações

no que vem se denominando de “novo normal”, a nova realidade que vem se delineando e com a qual todos terão que se adaptar e se reinventar para atender as exigências e necessidades de seus consumidores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão suscitada no artigo trouxe um registro do cenário da pandemia da COVID-19 no Rio Grande do Norte, ratifica-se que é um estudo em construção, já que a pandemia ainda não está controlada, o vírus sofre mudanças e já pode-se constatar uma segunda onda da doença em alguns destinos internacionais como em Melbourne (Austrália), Wuhan (China) e Catalunha (Espanha). Ou seja, os resultados constados são situacionais e caso outros fatores surjam, as perspectivas podem ser ratificadas, refutadas ou alteradas.

Constatou-se uma perspectiva pela busca ao turismo doméstico e regional a partir do segundo semestre de 2021 e, posteriormente também o turismo nacional e internacional.

No tocante a retomada da atividade turística no Rio Grande do Norte, acredita-se que a mesma acontecerá de forma lenta e necessitará de diversas estratégias de planejamento e gestão que possam subsidiar sua promoção e dirimir ou amenizar as consequências vivenciadas pelo setor, por isso, a importância da governança no enfrentamento da pandemia, agindo em parceria com a iniciativa privada e o terceiro setor.

Isso revela, uma nova forma de fazer turismo com os protocolos de segurança, uso de máscaras, álcool em gel e distanciamento mínimo de 1,5m entre as pessoas em uma atividade que pressupõe interação social e cultural. Essas medidas de segurança suscitam alguns questionamentos e apontam

para pesquisas futuras, considerando que Harvey (2020) e Carlos (2020) enfatizam que a pandemia reforça as desigualdades, pode-se também questionar se a pandemia também evidencia as desigualdades dos destinos e empreendimentos, tais como: hotéis, agências e restaurantes.

Por fim, ressalta-se que o monitoramento da pandemia frente a atividade turística é fundamental para que haja uma maior reflexão sobre a realidade aqui discutida, uma vez que se trata de uma situação circunstancial, e a criação de uma vacina para a doença ou uma nova onda do vírus afetará diretamente na dinâmica turística.

REFERÊNCIAS

BABBIE, Earl. The logic of sampling. *In*: _____. **The Practice of Social Research**. 10. ed. Belmont: Wadsworth/Thompson Learning, 2004. p. 178-187.

BANCO DO NORDESTE. **Informe ETENE – MPE – Perspectivas para o setor de serviços 2018/2019**– janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/documents/80223/4079612/INFORME+MPE+Ano+II+-+01-JAN19.pdf/80ea8852-e540-7a98-0faf-9b7812c0972b>. Acesso em: 15 jul. 2020

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **As faces da desigualdade socioespacial iluminadas pela crise da COVID-19**. Grupo de estudos da teoria urbana crítica. Ensaios. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, 2020.

TRIBUNA DO NORTE. **COMÉRCIO, Serviços e Turismo movimentam 65% do PIB no RN**, Natal, mar. 2020. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/coma-rcio-servia-os-e-turismo-movimentam-65-do-pib-no-rn/475424>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FGV Projetos. **Impacto Econômico do COVID-19: propostas para o turismo brasileiro**– abril, 2020. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/1a-edicao-impacto-economico-do>

covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020. Acesso em: 30 jul. 2020.

FGV Projetos, Ministério do Turismo. **Sondagem do consumidor:** intenção de viagem. Ano 10, novembro, 2017. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2017. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/sondagens-conjunturais/sondagem-do-consumidor-intencao-de-viagem.html>. Acesso em: 30 jul. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HARVEY, David. Política anticapitalista em tempos de COVID-19. In: HARVEY, David et al. **Coronavírus e a luta de classes**. Brasil: Terra sem Amos, 2020.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de indicadores sociais:** uma análise das condições de vida da população brasileira. 2016. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98965.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2020.

OMT. Organización Mundial del Turismo. **Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020, informa la OMT**. 2020. Disponível em: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>. Acesso em: 30 jul. 2020.

RATTNER, Jair. Sars pode eliminar 8 milhões de empregos no turismo mundial. **BBCBrasil**, jul. 2003. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2003/030516_turismosarsms.shtml. Acesso em: 20 jul. 2020.

RIO GRANDE DO NORTE (Estado). **Decreto n. 29.534, de 19 de março de 2020**. Declara estado de calamidade pública, para os fins do art. 65 da Lei Complementar Federal nº 101, de 4 de maio de 2000, em razão da grave crise de saúde pública decorrente da pandemia da COVID-19 (novo coronavírus), e suas repercussões nas finanças públicas do Estado do Rio Grande do Norte, e dá outras providências. Disponível em:

http://diariooficial.rn.gov.br/dei/dorn3/docview.aspx?id_jor=00000001&data=20200320&id_doc=677886. Acesso em: 30 mar. 2020.

RIO GRANDE DO NORTE (Estado). Secretaria de Turismo. RN Sustentável. **Planejamento estratégico e Marketing para o turismo do Rio Grande do Norte**. 2016. Disponível em: www.rnsustentavel.rn.gov.br/smiv3/site/conteudos/midias/d31187dfcf9a806de13b725f2712e11c.pdf. Acesso em: 25 de jul. 2020.

VELASCO, H.; DÍAZ DE RADA, A. **La lógica de la investigación etnográfica**. Un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela. Madrid: Trotta, 1997.

WHO - World Health Organization. **Novel Coronavirus**. 2020. Disponível em: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>. Acesso em: 21 jul. 2020.

