



Efeitos da Covid-19 nos negócios do Turismo Receptivo na cidade de Barreirinhas (MA)

Effects of Covid-19 on the business in Receptive Tourism from the city of Barreirinhas (MA, Brazil)

Marcelo Aragão Saldanha, Leonardo Augusto Lobato Bello,
Sílvia Helena Ribeiro Cruz, Fernanda Carvalho Brito

ABSTRACT: O trabalho objetiva mapear os efeitos, especialmente, aqueles de ordem econômica da Covid-19 sobre os negócios já estabelecidos no segmento do Turismo Receptivo (agências/operadoras de viagens) na cidade de Barreirinhas - porta de entrada do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, uma das belezas naturais mais singulares do mundo. Para tanto, no que concerne à busca das informações inerentes, é proposta (visto a pesquisa de campo acontecida junto a 10 equipamentos, todos devidamente providos do CADASTUR, bem como em operação mínima de um ano antes da pandemia decretada no país) a metodologia quantitativa/qualitativa, na qual foi aplicado um questionário estruturado, fundamentando assim, a macro investigação. A partir dos resultados obtidos nota-se que os dados claramente apontam para significativas (pois, também acumuladas) perdas da atividade com necessárias revisões da oferta dos seus produtos.

KEYWORDS: Efeitos; Covid-19; Negócios; Turismo Receptivo; Barreirinhas.

RESUMO: The work aims to map the effects especially those of an economic order of Covid-19 on businesses already established in the Receptive Tourism segment (travel agencies/operators) from the city of Barreirinhas - gateway to the National Park of Lençóis Maranhenses one of the nature beauties most unique in the world. For this with regard to the search for inherent informations it is proposed (since the field research carried out with 10 equipment all duly provided by CADASTUR and in operation for at least one year before the pandemic decreed in the country) the methodology quantitative/qualitative applying for that a structured questionnaire that supports the macro investigation. From the results obtained it is noted that these clearly point to significant (since also accumulated) losses in the activity with necessary revisions to the offer of its products.

PALAVRAS CHAVE: Effects; Covid-19; Business; Receptive Tourism; Barreirinhas.

Introdução

O artigo trata de identificar os efeitos econômicos da pandemia Covid-19 sobre os mais variados negócios, já estabelecidos no segmento do Turismo Receptivo - notadamente, as agências e as operadoras de viagens (todos devidamente providos do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, o CADASTUR, bem como em operação mínima de um ano antes da situação pandêmica decretada no país) situados na cidade de Barreirinhas.

O município é porta de entrada do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, com os seus 150 mil hectares de dunas de areias alvas e finas que se movem ao sabor dos ventos e lagoas cristalinas e profundas, uma das belezas naturais mais singulares do mundo.

É próprio desta obra, portanto, uma fundamentação mais acertada, essencialmente tomada de um encaminhamento prático, dadas as discussões sequenciais ainda pouco existentes, visto a brevidade desse súbito acontecido (a atividade turística não estava preparada para tal) - que em muito tempo culmina com o fecho integral dos labores inerentes, comprometendo assim, toda uma dinâmica de ganhos setoriais desenhada naquele instante da “interrupção” para um estágio de crescimentos mais notados, logo, de conseqüente maturidade.

Em muitos estudos é sublinhada toda a escassez da pesquisa científica sobre os fenômenos de crises/desastres, a exemplo das pandemias que em muito afetam as viagens e os deslocamentos. (FAULKNER, 2001)

Dando ênfase ao que tem sido exaustivamente pontuado (em lamentos) por todos os profissionais da área no mundo, os quais perderam negócios milionários, uma vez que o Turismo foi um segmento/alvo de pronto abalo em sua natureza e em suas características mais específicas. Logo, não tendo sido diferente neste território vocacionado, reforça-se que as ansiedades naturais da retomada se caracterizam como um processo lento, gradual e muito delicado, haja visto que, o ato de deslocar-se para consumir as viagens alongadas ou até mesmo os passeios fugazes implica nas necessárias relações entre as pessoas, momentaneamente afetadas.

Portanto, o que é objetivo realçar nessas tratativas são os difusos entraves enfrentados em um instante histórico adverso pelos empresários do setor, em sua grande maioria, pequenos - desprovidos de quaisquer capital de giro e permeando uma disposição de mitigar os muitos impactos inerentes aos dispêndios/prejuízos, todos relacionados as receitas insustentáveis de uma situação improdutiva, percebendo também, eventuais medidas externas da parte dos governos (em instâncias diversas), junto a aportes financeiros; viabilidade de créditos diversos; protocolos mais flexíveis; reduções tributárias e vendas mais focadas (quando da retomada).

Também é posto calendarizar as expectativas temporais desses gestores, quanto ao restabelecimento pleno dos seus negócios, assim como figurar em detalhamento, este tal cliente “pandêmico” (suas necessidades e receios de agora) - naquilo que o seu perfil fora alterado.

Este trabalho de pesquisa é didaticamente segmentado em três substratos distintos e complementares, a saber:

No primeiro deles, em modo síntese, caracteriza-se a cidade objeto da pesquisa, a partir de um entendimento meramente econômico; na sequência, se

aproxima Turismo à Economia, reconhecendo-se, portanto, a geração do emprego, do trabalho e da renda consequente, como uma das suas mais notadas contribuições; já num terceiro viés da discussão, brevemente pontua-se o súbito estabelecimento da COVID-19, num contraponto a tudo o que fora posto, sendo que, por fim, apresenta-se os resultados da pesquisa de campo, realizada em 10 equipamentos, apontando os preliminares dados deste trabalho científico para as significativas (pois, também acumuladas) perdas da atividade, providas das necessárias revisões de oferta dos seus produtos.

Fundamentação teórica

Figuração econômica da cidade turística de Barreirinhas.

A cidade de Barreirinhas detém uma área territorial de aproximadamente 3048 quilômetros quadrados e se localiza no nordeste do estado do Maranhão, na mesorregião do Norte, na microrregião da Baixada Oriental ou dos Lençóis Maranhenses, distando cerca de 270 quilômetros a leste, da capital São Luís (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2018).



Figura 1: O estado do Maranhão mapeado com a cidade de Barreirinhas em destaque. Em escala menor, o Brasil mapeado com o estado do Maranhão destacado.

Figure 1: The state of Maranhão mapped with the city of Barreirinhas highlighted. On a smaller scale, Brazil mapped with the state of Maranhão in bold

Fonte: Prefeitura de Barreirinhas (2020).

Source: Prefeitura de Barreirinhas (2020).

É uma região rica em plantações do buriti (*mauritia flexuosa*), muito usado pelos nativos para a cobertura das suas casas, na produção do artesanato e dos doces diversos.

Já a pesca, sobretudo na região das praias, ainda responde por um papel importante junto da economia do lugar, especialmente no que tange a subsistência das comunidades mais pobres - habitualmente, famílias inteiras são vistas comercializando os seus excedentes no cais da cidade à beira do rio (de água salobra) Preguiças, que já não é tão farto em pescados, mas ainda se constitui da principal via fluvial perene da região, com muitas embarcações de pequeno e médio portes navegando em seu leito.

Junto a essas práticas, os cidadãos também sobrevivem do cultivo da castanha do caju (*Anacardium occidentale*), visto a exportação *in natura* para o estado do Ceará, sendo ela, o mais importante produto agrícola permanente do lugar, assim como da fabricação artesanal da farinha de mandioca (*manihot*).

A pecuária detém pouca representatividade econômica se fazendo mais notada, desde a criação de caprinos (*Capra aegagrus hircus*) e suínos (*Sus scrofa domesticus*) nas áreas de várzea, junto às areias.

O comércio local é cada vez mais multifacetado, ainda existindo as antigas mercearias que se utilizam da caderneta para a tomada dos pedidos a serem pagos no mês seguinte, como também as grandes farmácias e as lojas grifadas de cosméticos, as operadoras de telefonia móvel e um supermercado pertencente a forte conglomerado. Alguns desses estabelecimentos ainda cultivam o hábito (provinciano) de fechar as suas portas depois do meio dia, dado ao descanso do almoço e ao forte calor que se instala nessas horas.

O então município de Barreirinhas foi “*emancipado como cidade em 1938 sendo parte da comarca de Araiões, só na década de 70 experimentou um notável crescimento econômico, quando a Petrobrás ensaiou a prospecção de petróleo e gás natural*” (RAMOS, 2019, p.48). Dessa forma, o pacato lugar tomado de otimismo, vislumbrou o término de todo o seu isolamento histórico.

Toda a sua inclinação para a atividade turística revelou-se no término da década iniciada em 1990, visto o interesse da então gestão pública estadual, materializada no polêmico Plano de Desenvolvimento Integral do Turismo - o Plano Maior de revelar para todo o mundo, o que comercialmente se constituía como um dos “Segredos do Maranhão”, portanto, o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, também nele incrustado. Assim, com esse slogan, “*o intento era apresentar o estado como um destino turístico privilegiado, que poderia se inserir na primeira linha dos destinos eco turísticos e culturais do país*” (RODRIGUES, 2013, p.68).

Segundo Silva (2008, *apud* FIBRAS, 2012, p.11), “*entre os anos de 2000 a 2007, a oferta dos meios de hospedagem esteve aumentada em 330%*”, sendo eles em sua grande maioria da propriedade de migrantes que se viam atraídos pelo Turismo ali instalado.

Acerca desse cenário Yázigi, (2003, p.127) trata com bastante clareza:

A estradinha de terra ganha asfalto; surge uma pequena pousada, um posto de gasolina, os prestadores de serviços turísticos, um restaurante; os carros chegam e os loteamentos também. A pressa em ganhar dinheiro fácil, aliada à displicência administrativa, que interpreta todo início de empreendimento como fator de progresso.

No que se refere aos deslocamentos para o destino, até o início do ano de 2002, que antecede a construção da MA-402, a Translitorânea, estrada que interliga a cidade às rodovias BR 135 e 222, chegar a Barreirinhas por meio do acesso literal, por estrada de terra (popularmente conhecidas como piçarral), significava viajar desconfortavelmente e de maneira muito perigosa. Isso visto, sobretudo, por conta das travessias rudimentares dos igarapés e riachos, num tempo aproximado de nove horas, em meio ao calor e a poeira, então inerentes características do caminho. “[...] *Com a construção da Translitorânea, o trajeto foi encurtado em mais de 100 km e impulsionou consideravelmente o Turismo na região*” (RAMOS, 2019, p.194).

Em Janeiro de 2014, investimentos da ordem de quatro milhões de Reais, aportados pelo governo federal por meio do Ministério do Turismo culminam com a homologação da parte da Agência Nacional de Aviação Civil/ANAC, do aeroporto da cidade podendo, a partir de então, ser ele operado por rotas áreas regulares e voos *charters* fretados por grandes operadoras turísticas. Desse modo, reduzindo ainda mais as distâncias e maximizando a diversidade da demanda - o que até hoje, passados sete anos, nunca aconteceu de fato.

Em outra abordagem, de todo relacionada com a reconfiguração do seu território, e essencialmente, com a economia local (ainda mais dinamizada com o Turismo), observa-se que o fluxo dos habitantes da cidade de Barreirinhas é cada vez crescente, uma vez que muitos trocaram o campo e a vizinhança ribeirinha pela sede, para então trabalhar nesse setor, ocasionando assim, uma descaracterização rural do município.

A questão do emprego também impacta diretamente na espacialidade urbana, uma vez que a população evadida do seu inicial trabalho agrário torna a produção local dos alimentos diminuída, o que por fim incorre em outro efeito, igualmente econômico (e ali observado) - o considerável aumento dos preços.

Já aqueles que buscavam a capital, na disposição de ingressarem em uma atividade laboral diferente, permaneceram. Isso sem falar dos muitos “forasteiros” que chegaram ao lugar movidos pelo novo cenário de possibilidades estabelecido, se encarregando, inclusive, de elevar o valor dos imóveis consideravelmente, caracterizando assim, o maléfico entrave da especulação imobiliária - uma realidade observada, especialmente, na pequena localidade do Atins.

Figurando novas frentes de importância produtiva, o artesanato em Barreirinhas é uma realidade encaminhada pela mesma força laboral, que o (CASASOLA, 2003, p.64) postula existir em outros destinos, “[...] *mulheres, seus filhos e maridos, estes últimos em época de inatividade agrícola*”, sendo que na cidade, a maioria deles agora, permanecem mais organizados em associações e cooperativas, no intento de maximizar a gestão da atividade dando um sentido mais pleno de valor ao objeto do seu trabalho.

Em um catálogo de produtos do próprio SEBRAE, as gestoras do projeto Comércio Justo e Solidário do Artesanato Maranhense da Fibra do Buriti sublinham

que “a prática do trabalho artesanal assegura aos núcleos, a possibilidade concreta de inclusão social, geração de renda e desenvolvimento sustentável para cada um” (BURITI, 2010, p.5), considerando que, tudo isso se dá numa região que detém os mais baixos Índices de Desenvolvimento Humano/IDH do país.

O Turismo e toda a sua importância econômica.

Se desconsiderarmos o momento adverso vivido desde o fevereiro de 2020, junto da pandemia Covid-19, subitamente instalada em todo o mundo, o Turismo é uma das atividades contemporâneas que mais vinha apresentando elevação nas suas taxas de crescimento, dado especialmente o aumento do tempo livre - agora entendido como um tempo social e da renda *per capita* da população dos países desenvolvidos (e em desenvolvimento). Além da facilidade dos deslocamentos, visto que com a globalização, o mundo ficou menor e de acesso substancialmente favorável.

São compilados dados da Organização Mundial de Turismo/OMT, concluindo que no primeiro semestre de 2019, o crescimento do número de turistas internacionais comparado ao mesmo período de 2018 foi de 4%. (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2019)

Isso, sem falar da tecnologia - cada vez mais notada nos meios de transportes, bem como da mídia, que sistematicamente desperta no consumidor, o desejo de conhecer destinos novos a preços tangíveis e condições de pagamento elásticas.

É desde o fim da década de 1990, quando a atividade deixa de ser tão somente um “luxo dos mais endinheirados” e passa a compor o orçamento familiar de muitos outros (ao lado da prestação do carro e da reforma do apartamento) constituindo-se de um bem mais acessível, que o Turismo ganha *status* de importância ainda maior. Levando-se em consideração, a essência dos seus propósitos e a sua relação dialética com a sociedade, visto que ilumina uma gama de processos sociais mais amplos, justificando assim, a sua inclusão junto às discussões da política econômica mundial.

Dessa maneira, conclui Beni (2001, p.62-65):

No Turismo, imagina-se que tanto a área estatal, como aquela empresarial têm como objetivo, o lucro. O Estado espera da atividade, o superávit no balanço de pagamentos na conta específica, em razão do ingresso de divisas e as empresas que atuam no setor, igualmente dimensionam a prestação dos seus serviços, em razão da lucratividade dos investimentos necessários.

Uma engrenagem mais complexa de produtos/serviços próprios (sem falar daqueles transversais), a tal “[...] *cadeia da interdependência, provida de um olhar mais sistêmico* [...]” (SEBRAE, 2016, p.7) surge como uma consequência da motivação profissionalmente tratada, a exemplo da geração de novas frentes produtivas de emprego, bem como do trabalho temporário, muito comum nesta atividade.

Ao escreverem o artigo científico intitulado Impactos Socioambientais Globais do Turismo, Lage e Milone (2000, p.118) afirmam que “a geração de empregos em um quantitativo significativo é o mais notado dos resultados do fenômeno turístico, uma vez que ele envolve serviços”. “[...] Esta expressividade numérica também se dá, em função da tendência a automação ser muito menor neste setor [...]” complementa (ARENDIT, 2002, p.94).

Ressaltando Fernandes e Coelho (2002, p.32), “aproximadamente 10% da população economicamente ativa do mundo trabalha em atividades do Turismo, muito deste percentual indo ao encontro, sobretudo, dos trabalhadores mais jovens e das mulheres”, possibilitando assim, maior independência para esses grupos sociais minoritários, todos preferencialmente alocados no próprio destino - aproveitamento da mão de obra local.

Uma série de outros efeitos é também notada, como a renda provida de altos fatores de multiplicação e redistribuição, o que minimiza os desequilíbrios regionais; os tributos inúmeros; as divisas injetadas que culminam com a melhora da balança orçamentária e as maiores perspectivas de ganhos - os tais “desdobramentos sociais” dos tipos educação básica, moradia digna, saneamento, saúde, segurança pública e urbanização. Todos, primeiramente destinados aos habitantes do lugar, que se constituem como os maiores beneficiados da iniciativa, e que, portanto, reforçam o interesse permanente da acolhida.

Destaca-se ainda, a valorização dos imóveis edificados e do acentuado crescimento da construção civil, de todo percebida com a chegada de novos investimentos, especialmente, daqueles hoteleiros de bandeiras internacionais. Ademais, ocorre o incremento do parque fabril associado (indústrias de ônibus de turismo, maquinário para restaurantes, por exemplo) e da urbanização mais acentuada, observada na abertura das estradas de acesso. “[...] Tudo podendo ser sensivelmente mais visto, em locais que permeiam o desenvolvimento - os mais pobres, uma vez serem preponderantemente receptores” (RABAHY, 2003, p.75), sendo esta, a particularidade de transferência dos benefícios de uma região mais rica, para outra munida de muitas carências; portanto, a notória figuração da renda repartida.

Wahab (1997, p.93) enriquece essas discussões permeando acerca da saudável redistribuição das divisas:

O Turismo é um dos fatores redistributivos mais acertados nas relações econômicas internacionais [...] uma parte substancial das viagens ao exterior é dirigida a regiões em desenvolvimento, que normalmente são mais atrativas, talvez por não terem sido ainda estragadas pela industrialização. Portanto, o Turismo realoca a renda entre países desenvolvidos e aqueles em vias de.

Um fenômeno que segundo Aguiar e Dias (2002, p.13) “[...] supera setores tradicionais da economia, a exemplo das indústrias automobilística, eletrônica, petrolífera e têxtil” e, que desde as estatísticas da Organização Mundial do Turismo/OMT apontam para cerca de dois bilhões de viagens internacionais, realizadas até o início do 2020 - quando a atividade, forçosamente se retrai.

Índices que com o cessar das adversidades momentâneas estabelecidas, dado o instante pandêmico mundial devem voltar a crescer, visto a geração de novos fluxos (especialmente aqueles domésticos) que se encarregarão de prover dinâmica sequencial ao incremento da atividade, “[...] *tratando desta forma, das fragilidades econômicas que ficaram ainda mais notadas, especialmente em destinos providos de potencial turístico em vias de maturação*” (SEBRAE, 2019, p.05)

Outrossim, constata-se que o desenvolvimento da atividade, todo acontecido na internalidade territorial de um dado país, precisamente na instância da cidade, normalmente o coloca em uma vitrine de mundo, a partir de uma imagem construída, figurando assim, o efeito propagador das viagens realizadas, aquilo que Fernandes e Coelho (2002, p.8), entendem como “[...] *característica inerente da exportação invisível*”.

O súbito estabelecimento da pandemia Covid-19 no Brasil - contraponto ao desenvolvimento da atividade turística, também na cidade de Barreirinhas, junto ao produto Lençóis Maranhenses.

Originária da China (região de Wuhan, na província Hubei) e já instalada na Itália, a pandemia Covid-19 chega ao Brasil, imediatamente após os dias momescos do ano de 2020, quando o Turismo celebrava (como de costume) os seus bons números fechando literalmente o país, como todo o mundo, em suas próprias casas. Por conseguinte, impondo a toda a sua gente - em defesa da própria existência individual, bem como coletiva, o que se passa a entender como “quarentena” - o recolhimento e o uso obrigatório de máscaras nas eventuais saídas às ruas, tentando garantir assim, o desconhecido (especialmente para nós, latinos), tão adverso, mas necessário “distanciamento social”.

Mucelin e Aquino (2020) discutem que o Novo Coronavírus é altamente contagioso e possui uma rápida propagação, o que fez com que a doença se espalhasse por todos os continentes em um curto intervalo de tempo.

Reaviva-se que o Brasil se enquadrava no contingente de inúmeros países que restringiram entradas por via aérea, tendo fechado as suas fronteiras, permitindo assim, apenas que os residentes (em um determinado período) se deslocassem internamente na sua territorialidade. (VERDÉLIO,2020)

Permeando um extremo e tendo vivido em meio ao medo, algumas das cidades brasileiras (a exemplo da capital maranhense, São Luís) sofreram deliberações administrativas e por tempos determinados, o completo fecho das suas atividades econômicas - o *lockdown*. Ações impostas na iminência de evitar a proliferação do vírus instalado (altamente patogênico) e o crescimento da doença (naquele instante, ainda muito envolta em desconhecimento científico) desde sintomas distintos como cansaço extremo, cefaleia aguda, diarreia, dor de garganta, falta de ar, febre intermitente, tosse seca.

Estavam as ruas silenciosas, pois vazias, num cenário radicalmente adverso aquele dos hospitais (tanto públicos quanto privados) que viviam uma lotação intensa, onde em muitos casos culminavam em céleres óbitos, principalmente, acometidos dos imunodeprimidos e dos mais idosos, normalmente providos de comorbidades (figuração das primeiras vítimas). Muitos dos cemitérios, especialmente dos grandes conglomerados urbanos, a exemplo de Manaus e da Grande São Paulo passaram a funcionar 24 horas, gerando uma intensa comoção nacional, nunca experimentada antes.

Em seu artigo intitulado, *Vacina: um olhar de esperança* (MELLO, 2021), repete o historiador americano da conceituada Universidade de Harvard, Charles Rosenberg quando compara as pandemias com peças trágicas, visto que primeiro há um grande temor, seguido de uma tentativa de mistificá-la, e por fim, felizmente, uma certa aceitação, permeando incessantemente a solução.

E na busca do abrandamento da taxa de contágio e do sequencial trato resolutivo, as primeiras discussões travadas entre cientistas e toda a indústria farmacêutica do mundo sucedem-se com a rapidez (poucos meses) que se faz necessidade.

Tudo culmina assim, após sucessivos testes, com a instituição das vacinas, sendo, inclusive, uma delas fabricada no Brasil com matéria prima advinda do exterior. No país, o processo da imunização iniciou-se de modo lento, em janeiro de 2021 (até meados de dezembro do mesmo ano, chegou-se ao índice de 75% da população vacinada em primeira dose e de 65% em segunda ou dose única - já tendo iniciado também, aquela de reforço), sob uma tratativa absolutamente controversa da imprensa nacional, visto as informações sucessivamente distorcidas, especialmente disponibilizadas nas mídias sociais, as tais, *fake news*.

A produção do medicamento vacinal tem sido um dos pilares no enfrentamento do vírus SARS-CoV-2, em razão de ser uma das mais eficazes formas para a natural geração de anticorpos protetores; devendo, desse modo, o ato do imunizar ser compreendido como um modificador no transcurso das doenças infecciosas evitáveis. Além disso, Martins, Santos e Álvares (2019) defendem toda a representatividade delas como o procedimento de maior efetividade, garantindo assim, a proteção da saúde em indivíduos imunes. É válido pontuar que no Brasil, a vacinação foi responsável pela erradicação da varíola e da poliomielite, em tempos mais remotos. (FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ, 2013)

Agora, transpondo este íterim de instalação/agravamento da doença com o desenvolvimento do trato terapêutico reconhecidamente mais seguro, lamentavelmente, o mundo perdeu incontáveis vidas e houve sérios danos à economia. Negócios milionários foram impactados, a exemplo das próprias Olimpíadas 2020 de Tóquio no Japão - um evento provido em custos estimados de algumas dezenas de bilhões de dólares, que teve de ser adiado para 2021, em uma outra concepção.

Estima-se que a Covid-19 custará a economia global cerca de dois trilhões de dólares. As companhias aéreas apresentarão perdas de 42% do seu faturamento, assim como os hotéis, restaurantes e similares com prejuízos de 21%. (UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, 2020)

É notado que no mundo atual, tais desajustes naturais ao se manifestarem fragilizam diretamente, os segmentos mais distintos da sociedade, a exemplo do Turismo - uma das atividades mais relevantes da contemporaneidade. (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2010)

Vareiro e Pinheiro (2017) sublinham em seu artigo científico - *A influência da crise na escolha pelo consumidor entre agências de viagens ou operadoras on-line* que as tais complicações de saúde pública, assim como as econômicas, têm uma influência significativa na condução das viagens.

Já Stankov, Filimonau e Vujinic (2020) completam tal raciocínio, quando defendem que outros desastres também detêm a força para abalar o setor, podendo ser citado, o ataque terrorista, de 11 de setembro, aos Estados Unidos da América.

A World Travel & Tourism Council estima que 190 milhões de empregos turísticos já foram afetados em todo o mundo, em decorrência da pandemia. (EMPRESA GOIANA DE TURISMO, 2020)

Em face a essa adversa realidade, desde alguns meses, o Turismo no Brasil está encarando uma necessária readequação a outras necessidades, as quais já são notadas, neste instante de gradativa retomada. Nesse sentido, tem-se a exemplo, as viagens corporativas diminuídas em fluxo (visto a nova proposta das reuniões virtuais, que já se constitui de uma rotina), contrapondo-se com aquelas de lazer doméstico (destinos mais regionais e verdes - montanhas, parques, praias e rios), agora realizadas em pequenos grupos familiares para lugares relativamente mais próximos, providas de hospedagens em hotéis amplos e já conhecidos.

Zenker e Kock (2020) defendem índices menores de viagens internacionais e em contrapartida, um mais considerável deslocamento aos destinos mais próximos às residências dos turistas, resultando na prevenção dos sítios superlotados, o *overtourism*, preocupante consequência do Turismo massificado - um comportamento de consumo mais consciente, portanto.

No estado do Maranhão, especialmente junto a um dos seus produtos turísticos mais comercializados - os Lençóis Maranhenses, inclusive em outros países distantes, como aqueles orientais (que antes do surto pandêmico já vivia o seu estágio de maturação), a alongada crise da atualidade, expôs inúmeras fragilidades do setor. Tendo em vista que, se nos limitarmos tão somente a cidade de Barreirinhas, mais de 90% das empresas permeiam um desenho familiar (são micro e pequenas realidades), que nos últimos meses permaneceram em situação improdutiva (no máximo, com vendas bastante reduzidas e com receitas insustentáveis), muito delas, tendo inclusive, fechado as suas portas.

Passado o referido tempo de maiores restrições sanitárias, e, consequentemente, de pouco convívio social, algo que não coaduna com a proposta maior da atividade interacional do Turismo, percebe-se os negócios locais também envoltos em muita criatividade e inovação assertivas, sempre na iminência de mais (re) impulsionar as suas vendas.

Aconteceu aqui também, um forte investimento da parte deles, no mundo digital - visto que os seus produtos/serviços passaram a ser ainda mais comercializados pela internet, a exemplo da plataforma *WhatsApp*, bem como das mídias sociais *Facebook* e *Instagram* - o que tem resultado em parte significativa dos seus faturamentos, agora revistos em procedência. Frente a isso, a figuração do grande operador de turismo parece mais diminuta, de todo fragilizada, assim como dos intermediários fornecedores.

Material e Métodos

O locus da pesquisa

A localidade do encaminhamento deste trabalho é a cidade turística de Barreirinhas/MA, porta de entrada do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, uma das belezas naturais mais singulares do mundo, precisamente o seu zoneamento urbano, a partir do centro e dos bairros adjacentes.

O universo amostral estudado

São contabilizados 10 equipamentos - negócios já estabelecidos no segmento do Turismo Receptivo, dos tipos agências/operadoras de viagens, todos devidamente providos do CADASTUR validado, bem como em operação mínima de um ano antes da pandemia decretada no país, tendo se constituído como os principais critérios para as suas inclusões na pesquisa referida.

É válido inferir, que desde o Sistema de Gestão do Ordenamento Turístico de Barreirinhas estão catalogadas, atualmente, cerca de 90 empresas turísticas desta natureza, muitas delas tendo surgido num instante pós-pandemia, logo, totaliza-se aqui, uma amostragem de mais de 10%.

O tipo da pesquisa

Essencialmente, figura-se como de naturezas descritiva e analítica.

O procedimento da coleta dos dados

Viabilizou-se com o uso do instrumental investigativo - portanto, a aplicação de um questionário (nos meses de outubro e novembro de 2021) estruturado (em anexo), sendo ele, compacto, acessível e composto de 10 indagações fechadas, no qual o entrevistado era conduzido a escolher uma única resposta que lhe fosse então, a mais acertada (múltipla escolha).

Todas as entrevistas aconteceram em modelo presencial, tendo duração média de 50 minutos e obtendo-se prévias marcações, sempre zelando-se para que as recomendações sanitárias da Organização Mundial da Saúde/OMS e do Ministério da Saúde fossem integralmente obedecidas.

Reforça-se que as perguntas foram desenhadas a partir de características quantitativas (informações são de natureza numérica), ainda que de modo complementar, não se tenha desprezado as abordagens qualitativas, presentes nas falas mais espontâneas dos próprios indagados - proprietários (na quase totalidade) e gestores dos empreendimentos turísticos. As tratativas inerentes a elas, podem ser didaticamente visualizadas no quadro/síntese que segue logo abaixo:

Quadro 1: Abordagens constitutivas do questionário - figuração das indagações.

Table 1: constitutives approaches to the questionnaire - figuration of inquiries.

1. Dados de identificação preliminar (data da entrevista; empresa entrevistada; tempo de funcionamento da empresa entrevistada; CADASTUR; nome completo, bem como cargo/função do entrevistado, além do tempo de trabalho do entrevistado na empresa);
2. Eventual fecho das portas, visto a pandemia;
3. Adversidades manifestadas mantendo-se aberta na pandemia;
4. Eventual revisão de política tarifária, visto a pandemia;
5. Caracterização do cliente pandêmico (quem é; como se comporta; obedece as orientações sanitárias; de onde vem; quantos dias costuma passar aqui; que tipo de hospedagem usa; frequenta restaurantes; que passeio/s compra; se interessa por artesanato);
6. Providências internas para mitigar os impactos da perda;
7. Auxílios dos governos (instâncias diversas) para mitigar os impactos da perda;
8. Existência (ou não) do capital de giro;
9. Expectativas calendarizadas dado o restabelecimento pleno dos negócios;
10. Selo VIAGEM SEGURA do Ministério do Turismo.

Fonte: Dos autores (2021).

Source: From the authors (2021).

Resultados obtidos e discussões inerentes

Desde a pesquisa de campo, acontecida nos meses de outubro e novembro de 2021 foram ouvidos uma dezena de equipamentos turísticos identificados em ordem alfabética, a partir dos seus nomes fantasias.

No quadro seguinte, é válido ratificar que todas as unidades amostrais deste estudo figuram os tipos agências/operadoras de viagens receptivas estando situadas na cidade de Barreirinhas (em sua sede), providas dentre outros requisitos, da inclusão válida no CADASTUR, bem como operando em tempo mínimo de um ano antes da pandemia ser decretada no país.

Quadro 2: Identificação dos equipamentos turísticos pesquisados, unidades amostrais da pesquisa.

Table 2: Identification of tourist facilities sign unities of the study

EMPRESA (NOME FANTASIA)	CADASTUR	TEMPO de ATIVIDADE
BARREIRINHAS ADVENTURE	188468220001-42	08 anos
CAETÉS EXPEDIÇÕES	123779480001-40	11 anos
DANCÉLIZ ADVENTURE	164910410001-68	09 anos
JB TOUR	340944450001-08	03 anos
LENÇÓIS ECOTURISMO	112211980001-50	12 anos
OFF ROAD ADVENTURE	635772090001-32	18 anos
PÉ N'AREIA ECOTURISMO	293894680001-00	04 anos
ROTA das TRILHAS TURISMO	081471570001-56	18 anos
SÃO PAULO ECOTURISMO	113017820001-15	17 anos
TROPICAL ADVENTURE EXPEDIÇÕES	057553140001-18	18 anos

Fonte: Dos autores (2021).

Source: From the authors (2021).

Na quase totalidade das situações postas, responderam pelas empresas, os seus respectivos proprietários, exceto, BARREIRINHAS ADVENTURE e PÉ N'AREIA ECOTURISMO (onde os gerentes falaram por estes, desde suas delegações expressas).

Insistindo na mais detalhada observação dos dados evidenciados no Quadro 2 (identificação dos equipamentos turísticos pesquisados, unidades amostrais da pesquisa) e enfatizando a coluna sob título “Empresa (Nome Fantasia)” são frequentemente realçadas as ideias de aventura, ecoturismo e expedições em suas concepções de negócios (desmembramentos para a missão/visão).

Já na seguinte, “Tempo de Atividade”, é possível concluir o quanto o labor turístico formalizado no destino não é tão mais embrionário, uma vez que no conjunto da oferta é possível contabilizar quase duas décadas de operação, sendo conseqüente também cancelar o considerável tempo médio de vida empresarial (oito a 18 anos), sobretudo num país que cerca de 60% das empresas fecham as suas portas após cinco anos de criadas. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2018)

Tendo iniciado toda a pesquisa com o encaminhamento da indagação “Desde março/2020, visto a pandemia COVID-19, a sua empresa se percebeu obrigada a fechar as portas por alguma vez?”, todos os entrevistados responderam que SIM (100% do universo estudado).

Desmembrando a pergunta motriz e incitados em sequência a pontuarem o(s) momento(s) em que isso se deu, todos dizem também, terem suspenso as

atividades de atendimento das suas demandas (com portas abertas) uma única vez - nos últimos quatro meses do primeiro semestre de 2020, contabilizando, portanto, mais de uma centena de dias sob essa condição.

Em BARREIRINHAS/MA,
EMPRESAS TURÍSTICAS FECHADAS,
visto a COVID 19 (temporalidade)
– 17.03 a 30.06.2020.

Figura 2: Período em que as empresas turísticas do destino se mantiveram fechadas visto a pandemia.
Figure 2: Period in which the tourist companies of the destination remained closed, given the pandemic.

Fonte: Dos autores (2021).

Source: From the authors (2021).

Novamente, a totalidade das unidades amostrais para justificar o motivo basilar de tal decisão converge em duas orientações postas, na época:

a) a portaria de número 227 do Instituto Chico Mendes da Biodiversidade, o ICMBio, datada de 22 de março de 2020 que discorria sobre o fechamento de toda a área do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses - maior dos produtos turísticos do destino, só revogada pela de número 752, também do mesmo órgão, datada de 01 de julho de 2020, cujo teor determinava a sua reabertura;

b) assim como o decreto publicado no Diário Oficial Eletrônico do município de Barreirinhas, edição Nº. 830, de 25.03.2020, no qual em seu artigo 4º, suspendia em todo o território citadino, sob regime de “quarentena”, nos termos do inciso II, do artigo 2º da Lei Federal Nº. 13.979, a entrada de turistas/visitantes, logo, por conseguinte, todas as atividades inerentes ao que acabou culminando na completa inexistência da real clientela durante esse conturbado período.



Figura 3: A Beira Rio, maior adensamento turístico da cidade de Barreirinhas, completamente vazia, visto a Covid-19.

Figure 3: Beira Rio the largest tourist density in the city of Barreirinhas completely empty seen by Covid-19

Fonte: Dos autores (2021).

Source: From the authors (2021).

Seguindo o roteiro do questionário é proposta a discussão “*Resistindo aberta, mesmo diante de todas as adversidades (sobretudo, daquelas mais significativas, temporalizadas no primeiro semestre e na alta estação de 2020 - meses de julho e agosto, bem como nos primeiros meses de 2021) houve necessidade de revisão tarifária (reduções em graus expressivo, moderado ou superficial) ou os preços de vendas foram absolutamente mantidos?*”

Sobre esse questionamento, 80% dos entrevistados responderam que as suas políticas tarifárias permaneceram inalteradas a partir do julho de 2020 (quando da reabertura dos negócios) exigindo das suas empresas, inclusive, as concessões de descontos mais sistemáticos na oferta (desde esse momento, o mercado se dilatava - novas agências de viagem surgiam) e garantindo assim, os fechos nas negociações diretas - isto, em muitas realidades amostrais fez “forçar” uma queda consequente nos valores pagos junto às diárias de fornecedores, a exemplo dos condutores turísticos.

Esta prática, segundo eles, pode ter sido consequência de uma nova figuração de demanda (a princípio, muito mais regionalizada) que surgia neste momento sequencial - visível alteração no perfil do consumidor (resposta a indagação número 4 do roteiro da entrevista).

Já os outros 20% alegam terem tido a necessidade de revisar a sua precificação para índices mais elevados, especialmente em dados circuitos, considerando, sobretudo, os herméticos protocolos sanitários iniciais que iam ao encontro de números mais reduzidos de vendas (agora, numa lancha voadeira, a cada três assentos ocupados, um deveria permanecer vazio, ao passo que num veículo do tipo *Toyota* só era permitido acomodar sete *paxs* e não mais onze, como antes).

Em avanços, o Quadro 3 montado abaixo, *caracteriza de modo sintetizado, este cliente “pandêmico”* que reprograma as suas viagens ao destino em questão, fundamentando assim, as tratativas de número cinco do questionário proposto.

Quadro 3: Características gerais do cliente “pandêmico”.

Table 3: General characteristics of the pandemic customer.

INDAGAÇÃO PROPOSTA	RESPOSTA GENERALIZADA
5.1. quem é ele?	Inicialmente, um viajante mais regional.
5.2. como se comporta (tem medos)?	Sim, tem muitos, especialmente quando da volta (desde o 01.07.2020).
5.3. obedece as orientações sanitárias?	Não na totalidade.
5.4. de onde vem?	A priori, do próprio estado.
5.5. é acompanhado da família/amigos?	Sim, família e poucos amigos.
5.6. quantos dias costuma passar?	Visto a maior disponibilidade temporal, 3 a 4 dias.
5.7. que tipo de hospedagem usa?	Hotéis com áreas externas maiores.
5.8. frequenta restaurantes?	Inicialmente, limita-se aos dos hotéis.
5.9. que passeio(s) compra?	Os mais básicos - quando compra.
5.10. se interessa pelo artesanato?	Muito pouco.

Fonte: Dos autores (2021).

Source: From the authors (2021).

Logo nos primeiros dias de julho de 2020, quando há a retomada permitida das atividades do Turismo no território do parque (bem como da cidade), a clientela

figurada, a partir do substrato da sua origem é eminentemente regionalizada - em seus próprios veículos advém dos interiores (especialmente, os vizinhos) do Maranhão, e claro, da capital do estado com incidência bem maior.

Na sequência, o destino passa a receber demandas organizadas em pequenos grupos familiares e de amigos procedentes do Ceará, do Pará e do Piauí, e só então, no ano seguinte (portanto, em 2021), mais amenizada a tal “segunda onda” e com mais regularidade nos voos nacionais, percebe-se com maior nitidez, os “viajantes costumeiros” das regiões mais distantes do país. Logo, dos estados do Sul e do Sudeste, bem como aqueles internacionais (em número e diversidade da procedência bem menores).

Este consumidor detém características difusas, se levado em consideração o aspecto da regularidade na prática do fazer Turismo. Muitos deles, sobretudo os mais regionais, viajam agora pela primeira vez ou ainda voltam ao lugar, desta feita “para fugir do longo período em casa”; para “curtir o hotel a beira do rio”; para “se religar com a natureza”. Há também aqueles que, ainda impossibilitados (mas, muito desejosos) de realizarem circuitos mais distantes (para outras regiões do país e até mesmo do exterior) decidem se refugiar aqui.

O comportamento notado nesta volta, sobretudo desde os primeiros meses de operação da atividade, que se estende por todo o segundo semestre de 2020, dá indícios da exigência de certos receios e cuidados por parte de quem compra (particularmente, num intervalo que antecede o uso), exigindo de quem vende, a criteriosa obediência dos protocolos definidos.

Neste espaçamento do tempo, os clientes ainda têm muito medo do contágio, sendo mais introspectivos e reservados, optando inclusive, em muitas situações, pela aquisição dos *tours* na modalidade privativa, ainda que sejam mais caros. Em um contraponto, observa-se também (ainda que em menor escala), aqueles mais transgressores que resistem ao uso das máscaras, dentre outras orientações básicas.

Em sua grande maioria, ainda trabalhando mais remotamente e estando as escolas dos seus filhos em situação idêntica optam por um maior quantitativo de tempo na localidade - agora de três a quatro pernoites.

Assim, muitos preferem inclusive, os dias úteis da semana em detrimento aos fins (com maior natural movimentação), não assumindo tantos “compromissos com passeios”, que normalmente já fizeram em outras oportunidades. Chancelando assim, uma preocupação evidente desde o instante do pensar a viagem - a necessidade de um meio de hospedagem “melhor”, dotado de características mais horizontalizadas (*resorts*) com áreas externas mais dimensionadas (beira rio, jardins, piscinas adulto e infantil, *playground*) e unidades habitacionais mais espaçadas uma das outras (chalés).

Os entrevistados são também unânimes em desenhar as reticências das suas clientelas iniciais de retorno, de todo traduzidas em temores das possíveis aglomerações, quanto a frequência aos restaurantes de rua (especialmente, os da Beira Rio, muito demandados em outros tempos). Passando assim, a optar por aqueles ofertados pelos próprios hotéis comprados - sendo esta, também (dentre outras já citadas), uma prerrogativa de definição da reserva.

Ainda nessa mesma lógica, a ida até as lojas de artesanato, que normalmente se dá nas noites (antes ou depois dos jantares), visto estarem situadas em sua

grande maioria na mesma geografia dos estabelecimentos alimentares, se percebe diminuta, pois desprovida de interesses.

A partir da indagação de número 6 *“Além da eventual revisão tarifária, que outras providências (mais internas) a sua empresa precisou/tem precisado tomar para mitigar os impactos inerentes a perda?”* observa-se que as respostas dadas são todas muito semelhantes, a saber:

Em nenhuma das realidades, houve compensação de horas trabalhadas (que ainda seriam pagas), bem como concessão de férias e licenças quaisquer.

Já quatro unidades amostrais (das 10) afirmam terem recorrido a empréstimos bancários, o que de todo não culminou com a conclusão, visto as *“incontáveis amarras”* exigidas nas negociações.

Todas as empresas ouvidas incentivaram os seus clientes a remarcarem o uso dos serviços já comprados ou até reservados e ainda se utilizaram (com mais sistematicidade) dos tratos *online* (as mídias sociais, o *WhatsApp*) para prover os seus clientes de informações mais institucionais, momentaneamente, sem foco direto em vendas. Nesse contexto, muitas declaram ter precisado estudar mais sobre o assunto em questão, frequentando cursos remotos rápidos do tipo *lives*, promovidos por instituições como o SEBRAE.

Em cinco das realidades ouvidas (portanto, 50% do universo pesquisado) aconteceram imediatas reduções em seus quadros funcionais, consideradas as demissões (cerca de um ou dois funcionários, por agência/operadora). Destacando-se que em todas as situações, no momento de efetivo reaquecimento dos negócios, precisamente desde o maio de 2021, as readmissões se deram.

A discussão segue então, permeando uma nova questão expressa, de âmbito gerencial mais característico *“da porta para fora”*, a saber: *“Sua empresa percebeu/tem percebido, da parte dos governos federal, estadual e municipal, medidas imediatas/sistêmicas implementadas, todas entendidas como ajuda para os encaminhamentos da administração adversa consequente?”*

Três das 10 entrevistadas realçam o tal Aporte Financeiro do tipo Auxílio Emergencial (ação do governo federal) destinado aos empregados.

Quanto à viabilidade de crédito - empréstimo subsidiado com carências mais alongadas, 40% das unidades amostrais afirmam terem feito uso; sendo o PRONAMPE (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), provido de taxa de juros mais baixa, logo, mais acessado; ainda que todas tivessem sido buscadas por diferentes instituições bancárias.

Ao mesmo tempo que (sem exceções) tratam desse assunto, mais uma vez, com inúmeras reticências, dada a intensa burocracia que sempre (e desta feita, não se fez diferente) o envolve. Além disso, uma percepção comum foi notada - a de que os recursos específicos para tanto pareceram limitados, se constituindo em mais uma acentuada propaganda de governo, do que numa efetiva realidade.

Em observância ao governo estadual, desde a promoção e as vendas mais focadas em novos destinos (agora, em função de tudo, os mais regionalizados) que figuram novas demandas, não existem percepções inclinadas das empresas escutadas, o que ocasionam inúmeros lamentos e reforçam a necessidade de uma maior aproximação das iniciativas privada e pública.

É importante validar que esta última esfera de poder se fez presente no destino, de maneira bastante filantropa, distribuindo cestas básicas para os mais afetados “atores” da atividade em modo pandêmico, a exemplo dos condutores turísticos, motoristas de *Toyota* e pilotos de lanchas.

No que diz respeito ao estabelecimento de protocolos sanitários, de responsabilidade do governo municipal, a totalidade dos entrevistados afirma que as “barreiras” existentes foram incipientes e “frouxas”, limitadas ao tempo inicial do retorno permitido das atividades, junto aos espaçamentos da entrada da cidade, bem como das travessias para as lagoas, sendo que desde a avenida Beira Rio foi possível observar (ainda que timidamente) equipes da Secretaria Municipal de Saúde, em ações das mais básicas.

É notado que de todo, houve uma sistêmica preocupação pública, no que tange a distanciar-se dos eventuais novos fechos da economia local.

Por fim, quanto aos tributos, especialmente, os municipais que convergem para a manutenção das operações das empresas turísticas foram concedidos prazos mais elásticos para os seus pagamentos, designadamente na gestão iniciada em janeiro de 2021.

A pergunta de número 8 do questionário “*Sua empresa entende o capital de giro como uma verdade própria (e de sobrevivência) do negócio - independente do que ainda estamos vivendo, visto a pandemia Covid-19?*” é respondida em 100% das entrevistas desde a marcação da opção SIM.

Entretanto, ainda que reconheçam a importância disso, a quase totalidade dos empresários, em razão do acontecido, foi pega de surpresa, desprovidos de reservas (guardas) mais efetivas que os mantivessem protegidos durante a ausência de trabalho, a ponto de terem que rever as suas atividades laborais no período de fecho do Turismo, justificando, inclusive, as suas sobrevivências mais imediatas.

Escritórios das agências de viagens foram temporariamente substituídos por revendas de bebidas (água mineral) e nas cozinhas das suas casas eram feitas refeições (do tipo quentinhas) para pronta-entrega, já outros, voltaram-se para novas frentes de negócios, como a construção civil, entretanto, todos concordam, que isso, indiscutivelmente, gerou um efetivo aprendizado para a gestão sequencial das suas tratativas, uma vez que até então, o dito “capital de giro” não se constituía numa realidade das rotinas empresariais do lugar.

Avançando na situação seguinte e levados a *calendarizar (subjetivamente) as suas expectativas temporais quanto ao restabelecimento pleno dos negócios no Turismo da região*, as unidades amostrais assim se colocam:

80% das empresas turísticas ouvidas entendem que os negócios já voltaram a sua normalidade, inclusive, já tendo vivenciado, uma alta estação (julho e agosto/2021) celebrada em números satisfatórios, a qual, convém grifar, foi também extensiva aos meses seguintes de setembro e outubro (historicamente, de baixa estação), sendo importante reiterar, a ainda fragilizada demanda do Turismo Internacional.

Apenas 40% delas comungam que ainda terão muita adversidade nos negócios, ao longo de todo este segundo semestre de 2021 - o que, entretanto, nos figura em mais da metade do universo pesquisado, um sentimento de otimismo em relação a um tempo (curto e médio) de prazos futuros. Entre as entrevistadas, quatro

das agências de viagens/operadoras turísticas (no universo das 10) são unânimes em desenhar, que muito dessas complicações se darão, sobretudo, em virtude do excesso das novas ofertas de negócios pós-pandemia.

E por fim, toda a totalidade delas (100%) acredita que as viagens internacionais devem retomar em 2022 com expressiva força acrescentando que já se faz notar, mesmo que pontualmente, visitantes de outras nacionalidades no destino.

Acerca disso, fora defendido que após o término do período pandêmico, o setor de Turismo levará cerca de pouco mais de 300 dias para se recuperar com variações de país para país. (WORLD ECONOMIC FORUM, 2020)

A última das abordagens arroladas no questionário então suscita “*Sua empresa aderiu ao selo Viagem Segura - uma iniciativa do Ministério do Turismo que fomenta o permanente uso dos protocolos sanitários em boas práticas visto a pandemia Covid-19?*”

Como resposta houve uma unanimidade afirmativa, sobrelevando-se que todas elas, uma vez providas do CADASTUR atualizado buscaram tal certificado, ao mesmo tempo que publicizaram o pouco conhecimento das suas clientelas acerca desta iniciativa, não se constituindo em variante determinada.

“Os turistas, em momento algum, condicionaram as suas compras a tal concessão. Na verdade, eles sequer sabem acerca deste selo [...]” relata um empresário ouvido, lamentando que muitas das iniciativas advindas das mais diferentes esferas governamentais não chegam em tempo hábil ao conhecimento de todos (pouca divulgação massiva), especialmente dos viajantes.

Os agentes de viagens e os operadores de turismo entrevistados também acrescentaram que em momento algum houve da parte das autoridades constituídas, uma fiscalização para certificação do cumprimento das exigências rigorosamente pontuadas na matriz do Viagem Segura.



Figura 3: Selo que reconhece estabelecimentos turísticos que seguem boas práticas contra a Covid-19.

Figure 3: seal that recognizes tourist establishments that follow good practices against Covid-19.

Fonte: Ministério do Turismo (2020).

Fonte: Dos autores (2021).

Source: From the authors (2021).

Conclusões

O estudo findado enumerou os muitos e, substancialmente desastrosos efeitos econômicos da pandemia Covid-19 sobre os mais difusos negócios já estabelecidos no segmento do Turismo Receptivo (agências/operadoras de viagens) na cidade (essencialmente turística) de Barreirinhas, tendo eles assim, redesenhado situações consequentes que ainda se farão notadas por um tempo próximo relativo, a exemplo da empregabilidade, do trabalho e da geração da renda.

Tal cenografia não se fez diferente em outros países do mundo, dadas as perdas de negócios milionários oriundos dos deslocamentos/estadas que não mais aconteceram, a exemplo das Olimpíadas 2020 de Tóquio no Japão - um evento provido em custos estimados de algumas dezenas de bilhões de dólares que teve que ser adiado para este 2021 em uma outra concepção.

Concluindo, portanto, é possível inferir com bastante cientificidade que os resultados da pesquisa de campo realizada em 10 equipamentos, devidamente providos do CADASTUR, bem como em operação mínima de um ano antes da pandemia decretada no país, inclinam-se na sua totalidade para as significativas (pois, também acumuladas) perdas da atividade, o que incorreu, ainda que forçosamente, nas necessárias revisões da oferta dos seus produtos.

É notado que as “prateleiras turísticas” do destino, nas suas respectivas composições, e de modo consequente, se modificaram, visto sobretudo, uma alteração em suas novas demandas - num instante de retomada gradual (após julho de 2021) do fenômeno do Turismo na região, essencialmente, na observância de viagens intensamente mais regionalizadas, realizadas em pequenos grupos familiares, situação que se repetiu em muitas outras localidades já consolidadas.

Muitos desses consumidores viajam agora pela primeira vez, ou ainda voltam ao lugar, desta feita “para fugir do longo período em casa”; para “curtir o hotel a beira do rio”; para “se religar com a natureza”. Enquanto outros, ainda impossibilitados (mas, muito desejosos) de realizarem circuitos mais distantes (para outras regiões do país e até mesmo do exterior) decidem se refugiar aqui.

Desse modo, uma quase totalidade do universo amostral, obriga-se à manutenção por tempo mais alongado da política tarifária. Levando-se em conta que, em muitas situações, para os negócios se realizarem, se fazia necessária, inclusive, uma forçada redução nos valores praticados.

Num contraponto, outros alegavam a necessidade de revisar a sua precificação para índices mais elevados, principalmente, por conta dos herméticos protocolos sanitários iniciais que coincidiam com números mais reduzidos de vendas. Tendo em vista que, numa lancha voadeira, a cada três assentos ocupados, um deveria permanecer vazio e num veículo do tipo *Toyota* só era permitido acomodar sete *paxs* e não mais onze, como antes.

Apropriando-se das falas/dados resultantes deste trabalho, observou-se uma relativa “intervenção” do Estado (em suas mais distintas esferas - municipal, estadual e federal) nas empresas “abaladas”. Isso se deu, quer feito num aporte financeiro, do tipo auxílio emergencial; quer no estabelecimento de protocolos mais flexíveis ou até mesmo na redução tributária, acompanhada de prazos mais elásticos para pagamentos; quer numa postura mais filantropa, culminando com a distribuição de cestas básicas para os atores da atividade, providos de maior adversidade financeira.

Felizmente, outros tantos aprendizados foram contabilizados - todos relacionados a gestão dos negócios, a exemplo da dificuldade nos trâmites (demasiadamente burocráticos) que convergem para a viabilidade de crédito, seja da parte das instituições bancárias ou dos excessivamente propagados programas de governo. E ainda, acerca da completa inexistência do capital de giro, sendo ele entendido, como uma ferramenta administrativa necessária desde situações desta ordem - em que o inesperado se evidencia.

De modo consequente, convém acrescentar com um grifo, que a alongada (e não prevista) crise da atualidade expôs inúmeras fragilidades locais do setor. Porquanto, mais de 90% das empresas daquele espaçamento turístico permeavam/permeiam um desenho familiar (são micro e pequenas realidades), posto que nos últimos meses permaneceram em situação improdutiva, no máximo, administrando vendas bastante reduzidas e receitas insustentáveis, muito delas, tendo inclusive, fechado (literalmente) as suas portas.

Inúmeros escritórios das agências de viagens foram temporariamente substituídos por revendas de bebidas (água mineral) e passaram a preparar nas cozinhas das suas casas, refeições (do tipo quentinhas) para pronta-entrega. Houve ainda, os que se voltaram para novas frentes de negócios, a exemplo da construção civil.

Não obstante a tudo, os empresários ouvidos mostraram-se esperançosos no que se refere ao restabelecimento pleno dos negócios no Turismo da região.

Por fim, reconhece-se as tratativas deste artigo como absolutamente atuais, importantes e igualmente úteis, uma vez que fundamentam discussões sequenciais ainda pouco existentes, visto a brevidade do acontecido; ao mesmo tempo, que de modo consequente, figuram um registro temporal (e as suas desmembradas implicações) sobre o destino em questão.

Referências

- AGUIAR, M. R.; DIAS, R. **Fundamentos do turismo**. Campinas, SP: Alínea, 2002.
- ARENDIT, E. J. **Introdução à economia do Turismo**. Campinas, SP: Alínea, 2002.
- BARREIRINHAS. Prefeitura. Mapa do estado do Maranhão: em destaque município de Barreirinhas [sem título], 2020. Disponível em: <www.barreirinhas.ma.gov.br>.
- BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2001.
- BURITI do Maranhão. **Catálogo de Produtos**. São Luís: Sebrae, 2010.
- CASASOLA, L. **Turismo e ambiente**. São Paulo: Roca, 2003.
- EMPRESA GOIANA de TURISMO. **Boletim Especial do Observatório do Turismo**. Goiânia, 2020.
- FAULKNER, B. Towards a framework for Tourism disaster management. **Tourism Management**, 22, 2001.
- FERNANDES, I. P.; COELHO, M. F. **Economia do turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ - FIOCRUZ. Rio de Janeiro: 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Senso IBGE. Brasília, 2018.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, K. M.; SANTOS, W. L.; ÁLVARES, A. C. M. A importância da imunização: revisão integrativa. **Revista Iniciação Científica**, 2019.

MELLO, Al. Vacina: um olhar de esperança. Artigo editorial. **Jornal O Estado do Maranhão**, 2021.

MUCELIN, G.; SOUZA D'AQUINO, Lucia. O papel do direito do consumidor para o bem estar da população brasileira e o enfrentamento à pandemia de COVID-19. **Revista de Direito do Consumidor**, 2020.

RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento**. Barueri, SP: Manole, 2003.

RAMOS, B. **História de Barreirinhas: Porta dos Lençóis Maranhenses**. Edição revisada. São Luís, 2019.

RODRIGUES, L.M. **Os sentidos do lugar turístico no discurso da propaganda oficial sobre os Lençóis Maranhenses**. São Luís: EDUFMA, 2013.

SEBRAE. **Plano de Desenvolvimento Regional dos Lençóis Maranhenses: Programa Líder**. Lençóis Maranhenses, 2019.

SEBRAE. **Seminário Estratégico Rota das Emoções 2017/2018: Carta de Barreirinhas**. Rota das Emoções, 2016.

SILVA, D. L. B. **Turismo em unidades de conservação: Contribuições para a prática de uma atividade turística sustentável no parque nacional dos lençóis maranhenses**. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

STANKOV, U.; FILIMONAU, V; VUJINIC, M.D. A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven Tourism in a post-pandemic world. **Tourism Geographies**, 22(3), 2020.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Tourism: A life line in free fall**. 2020.

<http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=2312>

VAREIRO, L.M.C; PINHEIRO, T.C.S. A influência da crise na escolha pelo consumidor entre agências de viagens ou operadoras on-line. **Revista Turismo Visão e Ação**, 19(2), 2017.

VERDÉLIO, A. Governo restringe entrada de estrangeiros por voos nacionais. **Agência Brasil**, Brasília, 2020

WAHAB, S.E. **Introdução à administração do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1997.

WORLD ECONOMIC FORUM. **This is how coronavirus could affect the travel and Tourism industry**. 2020. Disponível em: <<https://www.weforum.org/agenda/2020/03/world-travel-coronavirus-Covid19-jobs-pandemic-tourism-aviation>>.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Toward a safer world: The travel, Tourism and aviation sector**. 2010. Disponível em: <<http://towardsasafeworld.org/sites/default/files/TASWreportontravelsector.pdf>>.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **World Tourism barometer**, v.17, n.3, 2019
Disponível em: <<http://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/17/3>>.

YÁZIGI, E. **A pequena hotelaria e o entorno municipal**: guia de montagem e administração. São Paulo: Contexto, 2003.

ZENKER, S;KOCK, F. The coronavirus pandemic - A critical discussion of a Tourism research agenda. **Tourism Management**, v.81, 2020.

Marcelo Aragão Saldanha: Instituto Federal do Maranhão/IFMA, Campus Barreirinhas; Barreirinhas, MA, Brasil.

Email: marcelo.saldanha@ifma.edu.br

Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7157840590052692>

Leonardo Augusto Lobato Bello: Universidade da Amazônia/UNAMA, Belém, PA, Brasil.

Email: leonardo.bello@unama.br

Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5449459117793556>

Sílvia Helena Ribeiro Cruz: Universidade Federal do Pará/UFPA, Belém, PA, Brasil.

Email: silhcruz@gmail.com

Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8432421463410679>

Fernanda Carvalho Brito: Instituto Federal do Maranhão/IFMA, Campus Barreirinhas; Barreirinhas, MA, Brasil.

Email: fernanda.brito@ifma.edu.br

Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3726764662275818>

Data de submissão: 12/01/2022

Data de recebimento de correções: 13/05/2022

Data do aceite: 13/05/2022

Avaliado anonimamente

Anexo

(para a LEITURA INICIAL do ENTREVISTADOR, junto ao ENTREVISTADO):

O QUESTIONÁRIO que segue constituído de 10 (DEZ) INDAGAÇÕES, sendo providas de características FECHADAS.

É FÁCIL de ser respondido, pois COMPACTO e CLARO.

A abordagem dele, vai ao encontro dos EFEITOS da COVID-19 nos NEGÓCIOS do TURISMO RECEPTIVO (agências/operadoras de viagens), na cidade de BARREIRINHAS – PORTA de ENTRADA para o PARQUE NACIONAL dos LENÇÓIS MARANHENSES.

Quaisquer DÚVIDAS, peça IMEDIATO ESCLARECIMENTO ao ENTREVISTADOR, até para que as RESPOSTAS sejam as MAIS FIDELÍGAS possíveis.

Pela sua GENTILEZA visto o ATENDIMENTO, muito agradeço!!!

1.DADOS de IDENTIFICAÇÃO PRELIMINAR:

1.1.DATA da ENTREVISTA:/...../2021.

1.2.EMPRESA ENTREVISTADA:

1.3.TEMPO de FUNCIONAMENTO da EMPRESA ENTREVISTADA:

P.S. é necessário que esteja em OPERAÇÃO pelo menos UM ANO ANTES da PANDEMIA ser DECRETADA.

1.4.CADASTUR:

1.5.NOME COMPLETO do ENTREVISTADO:

1.6.CARGO/FUNÇÃO do ENTREVISTADO exercidos na EMPRESA:

1.7.TEMPO de TRABALHO do ENTREVISTADO na EMPRESA:

2.Desde MARÇO/2020, visto a PANDEMIA do COVID-19, a sua EMPRESA se percebeu obrigada a FECHAR as PORTAS por alguma vez?

() SIM, e se SIM, continue a responder as PERGUNTAS/DESMEMBRAMENTOS que seguem:

Em qual(is) MOMENTO(S)?

Por quanto TEMPO permaneceu assim?

E qual o MOTIVO BASILAR que justificou esta(s) decisão(ões)?

() NÃO

3.RESISTINDO ABERTA, mesmo diante de todas estas ADVERSIDADES (sobretudo, daquelas mais significativas, temporalizadas no PRIMEIRO SEMESTRE e na ALTA ESTAÇÃO de 2020 – meses de JULHO e AGOSTO, bem como nos PRIMEIROS MESES de 2021) houve NECESSIDADE de:

() REVISÃO de POLÍTICA TARIFÁRIA – c/ expressiva REDUÇÃO nos PREÇOS de VENDA e FATURAMENTO;

() REVISÃO de POLÍTICA TARIFÁRIA – c/ moderada REDUÇÃO nos PREÇOS de VENDA e FATURAMENTO;

() REVISÃO de POLÍTICA TARIFÁRIA – c/ superficial REDUÇÃO nos PREÇOS de VENDA e FATURAMENTO;

() PREÇOS de VENDA foram absolutamente MANTIDOS e FATURAMENTO INALTERADO.

4.(ainda sobre REVISÃO POLÍTICA TARIFÁRIA)... Em isto tendo se dado, pode ser justificado pela notada ALTERAÇÃO no PERFIL do CONSUMIDOR (que insistiu nas COMPRAS)?

() SIM () NÃO

5. (sobre a ALTERAÇÃO no PERFIL do CONSUMIDOR)... Caracterize, este CLIENTE “PANDÊMICO” ...

5.1. Quem é ele?.....

5.2. Como se comporta? Tem medos?

5.3.Obedece as ORIENTAÇÕES SANITÁRIAS BÁSICAS?

5.4.De ONDE vem?

5.5.É acompanhado da FAMÍLIA e dos AMIGOS?

- 5.6. Quantos DIAS costuma passar aqui?
- 5.7. Que tipo de HOSPEDAGEM tem feito uso?
- 5.8. Frequenta que tipo de RESTAURANTE?
- 5.9. Que PASSEIO(S) compra?
- 5.10. Se interessa pelo ARTESANATO?

6. Além da eventual REVISÃO POLÍTICA TARIFÁRIA, que outras PROVIDÊNCIAS (mais INTERNAS) a sua EMPRESA precisou/tem precisado TOMAR para MITIGAR os IMPACTOS inerentes a PERDA?

- () Compensação de HORAS TRABALHADAS, que seriam PAGAS;
- () Concessão de FÉRIAS e LICENÇAS;
- () Empréstimo BANCÁRIO;
- () Incentivo a REMARCAÇÃO no USD dos SERVIÇOS já COMPRADOS;
- () Mais sistematicidade dos SERVIÇOS ON LINE (inclusive MÍDIAS SOCIAIS, com PROMOÇÕES);
- () Parceria c/ outros RECEPTIVOS;
- () Redução no QUADRO de FUNCIONÁRIOS, visto as DEMISSÕES.
- () VOUCHERS emitidos de SERVIÇOS PAGOS, para uso em outras oportunidades.
- () Outras. Quais?
-

7. Sua EMPRESA percebeu/tem percebido, da parte dos GOVERNOS DIVERSOS (FEDERAL, ESTADUAL e MUNICIPAL), MEDIDAS IMEDIATAS/SISTÊMICAS implementadas, todas entendidas como "AJUDA" para os encaminhamentos da ADMINISTRAÇÃO ADVERSA consequente?

- () SIM, a exemplo de:
- () APORTE FINANCEIRO, tipo AUXÍLIO EMERGENCIAL;
- () Viabilidade de CRÉDITO – EMPRÉSTIMO SUBSIDIADO c/ CARÊNCIAS ALONGADAS;
- () PROMOÇÃO e VENDAS mais FOCADAS (em NOVOS DESTINOS que figuram NOVAS DEMANDAS);
- () Estabelecimento de PROTOCOLOS MAIS FLEXÍVEIS;
- () REDUÇÃO TRIBUTÁRIA.
- () NÃO.

8. Sua EMPRESA entende o CAPITAL de GIRO como uma VERDADE própria (e de SOBREVIDA) do NEGÓCIO – independente do que ainda estamos vivendo, visto a PANDEMIA do COVID-19?

- () SIM () NÃO

9. Calendarize (subjetivamente) as suas EXPECTATIVAS TEMPORAIS quanto ao RESTABELECIMENTO PLENO dos NEGÓCIOS no TURISMO da região:

- () Os NEGÓCIOS já VOLTARAM a sua NORMALIDADE. Inclusive, já tivemos uma ALTA ESTAÇÃO (JULHO e AGOSTO/2021) em NORMALIDADE;
- () Ainda teremos muita ADVERSIDADE nos NEGÓCIOS, ao longo de todo este SEGUNDO SEMESTRE de 2021.
- () As VIAGENS INTERNACIONAIS devem retomar em 2022, com EXPRESSIVA FORÇA.

10. Sua EMPRESA aderiu ao SELO "VIAGEM SEGURA" – uma iniciativa do MINISTÉRIO do TURISMO que fomenta o permanente uso dos PROTOCOLOS SANITÁRIOS em BOAS PRÁTICAS, visto a PANDEMIA do COVID-19?

- () SIM. () NÃO.